



TENDENCIAS

Bebidas espirituosas: el consumo mundial se estanca

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista

Tras un aumento del 4,56% del consumo mundial de bebidas espirituosas entre los años 2003 y 2007, todo parece indicar que el sector apenas crecerá entre los años 2008 y 2012 como consecuencia de la crisis económica y de las políticas antialcohol lanzadas por la mayoría de las Administraciones de los países occidentales y de la Organización Mundial de la Salud (OMS), pese a que el sector siempre ha realizado campañas de promoción y concienciación de atenerse a un consumo responsable y situar la degustación de alcoholes en el punto justo de hedonismo y relación social.

Según un estudio de la consultora británica IWSR, para la Vinexpo de Burdeos,

la mayor feria mundial de vinos y bebidas espirituosas, el consumo de bebidas alcohólicas de alta graduación, también denominadas de trago largo, apenas crecerá un 0,36% en los próximos cuatro años, gracias, en parte, al continente asiático que ya absorbe el 46,76% de la producción total mundial, con un incremento de casi el 5,5% desde 2003.

Según este estudio, durante el año 2007 se consumieron en el mundo un total de 26.688 millones de botellas de bebidas espirituosas; pero Asia, tras unas décadas de crecimiento imparable, tiende a disminuir su consumo en los próximos años en un 2,8% hasta situarse en los 12.156 millones de botellas, mientras el continente europeo, preso de gran-

des campañas antialcohol y con elevadas accisas para este tipo de bebidas, verá estancarse su consumo hasta 2012.

Por el contrario, el pequeño repunte señalado por el estudio presentado en Vinexpo corresponde al aumento progresivo del consumo en el continente americano, que ya creció un 7,95% entre 2003 y 2007 y espera registrar una subida del 7,83% de aquí a 2012, que representa aproximadamente el 19% del consumo mundial de este tipo de bebidas.

Los denominados alcoholes nacionales o locales, propios de cada lugar y fuera del circuito habitual de las grandes empresas multinacionales, acaparan casi el 54% del consumo mundial y tienden a bajar más de un 4% en los próximos años.



En este apartado se encuentran todos los derivados del arroz, como el sake, que están siendo remplazados de manera notable por el vino, una bebida bastante desconocida en Asia hasta hace unos años y que hoy causa furor no sólo en zonas más occidentalizadas como Japón, Singapur, Hong Kong o Corea, sino también en países de gran población como China o India.

Un derivado de la patata y los cereales como el vodka, con gran predicamento en los países del Este y Norte de Europa, además de Canadá y Estados Unidos, lidera el ranking de las bebidas espirituosas con un consumo mundial en 2007 de 6.181 millones de botellas y se espera que su consumo aumente un 5,29% hasta 2012; igual que ocurrirá, si se cumplen los pronósticos de la IWSR, con bebidas tan conocidas a nivel mundial como el coñac o el armañac, que experimentarán un importante crecimiento del 9,53% hasta 2012. De forma más modesta aumentarán su consumo el ron y el whisky escocés, del que se espera una ingesta global superior a los 1.075 millones de botellas

a finales de 2012. La única bebida de carácter internacional que prevé una importante pérdida de cuota de mercado es la ginebra que, de confirmarse los pronósticos, habrá perdido entre 2003 y 2012 más de 186 millones de botellas.

El vodka, con una elaboración anual que ronda los 7.000-8.000 millones de botellas por año y una facturación superior a los 45.000 millones de dólares (31.660 millones de euros), es el rey de los destilados y curiosamente a lo que pueda pensarse es Estados Unidos, con un 39%, quien encabeza el ranking de consumidores, seguido de Rusia, con un 24%, con clara tendencia a la baja, y Polonia, con un 11%, y también en recesión.

EL MERCADO ESPAÑOL

Los datos de consumo de bebidas espirituosas en España durante el primer semestre de 2009 no pueden ser más desalentadores, ya que según el director ejecutivo de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE), Jaime Gil-

Robles, la caída de ventas ha sido del 12% en relación con idéntico periodo del año anterior.

Las cifras confirman un claro estancamiento del mercado, que en el periodo de abril a junio acumuló una pérdida del 13%, como consecuencia, según los responsables de FEBE, de la contención del gasto en los hogares, así como por la crisis que atraviesa la hostelería, auténtica punta de lanza del sector.

Gil-Robles mostró su preocupación por la tendencia decreciente de los últimos años que además está afectando a dos canales tan importantes en épocas de bonanza como la hostelería y el turismo. Recuerda que el sector registra desde 2003 tasas negativas de crecimiento con descensos anuales de entre un 1 y un 2%, pero recalca que ya en 2008 la caída fue del 11,2% y las perspectivas del año 2009 son aún peores, hecho que, a su juicio, genera una gran alarma en las empresas, especialmente entre las pequeñas y medianas destilerías que ven claramente peligrar su futuro.

Además de hostelería y restauración, los canales de ocio nocturno son los que más están sufriendo el descenso del consumo, tendencia que parece asentarse en unos patrones diferentes a los que hasta ahora existían y que empiezan a dejar de lado las bebidas de alto contenido alcohólico. Esta caída del consumo ha repercutido también en la recaudación de las arcas del Estado, ya que ha descendido un 20,5% en relación con el primer semestre de 2008.

El sector de bebidas espirituosas en España comercializa anualmente en el mercado interior unos 240 millones de litros, con un valor aproximado de 7.000 millones de euros, que representan en torno al 0,5% del Producto Interior Bruto (PIB) y aglutina más de 170.000 empleos directos e indirectos en sectores como la agricultura, el turismo o la hostelería. El empleo directo, según datos de FEBE, asciende a 7.076 puestos de trabajo, cifra que representa el 1,7% del empleo total de la industria agroalimentaria. El empleo generado en agricultura se cifra en

12.000 personas, que se dedican a la recolección de materias primas para la elaboración de bebidas espirituosas, un 2,29% del total.

Las bebidas alcohólicas representan un 12,65% del gasto realizado por los turistas en nuestro país, lo que supone unos ingresos de 3.040 millones de euros. Pero en la Unión Europea, la industria de espirituosos es la primera exportadora mundial y el valor anual de sus ventas exteriores asciende a casi 5.500 millones de euros, tres veces más que la facturación de la cerveza y un 30% más que la industria vitivinícola.

El presidente de Pernod Ricard España, Philippe Coutin, ha señalado en varias ocasiones que el futuro de los espirituosos en España pasa por un menor consumo en el futuro, pero que éste se va a basar en productos de mucha más calidad, por lo que las empresas podrían aumentar sus ingresos y los consumidores podrían encontrar una mayor satisfacción en su degustación.

PREVISIONES DE CRECIMIENTO EN FRANCIA

El estudio de Vinexpo augura mejor porvenir en Francia a las bebidas espirituosas que en España. En 2007, el consumo se estableció en 458 millones de botellas, lo que supone un aumento del 1,8% en el periodo comprendido entre 2003 y 2007. Entre 2008 y 2012, la ISWR prevé un crecimiento del 3,13%, todo un éxito en época de crisis.

Francia se consolida como el mayor consumidor del mundo de whisky escocés y se espera incluso un aumento del 7,8% hasta 2012, aumentos que también van a conocer el vodka y el ron, mientras los franceses dan la espalda a la ginebra y bajan su afición por las dos grandes bebidas nacionales: coñac y armañac, así como por otras bebidas locales y los anisados (pastis) que perderán casi un 4,5% de su actual estatus.

El año 2008 no fue bueno para la exportación de bebidas espirituosas en Fran-



cia, que han experimentado un retraimiento del 3,8%, según datos de la Federación de Exportadores de Vinos y Espirituosos de Francia, hasta situarse en 595 millones de botellas en un ranking encabezado por el coñac, con 148 millones de botellas (5,5% menos que en 2007); seguido de los aguardientes vínicos, con 147,5 millones de botellas (un 5% más); el vodka, con casi 120 millones de botellas (un 2,2% más); los licores, con casi 60 millones de botellas (3,7% menos); el ron, con 28,8 millones de botellas (11,4% más); los aguardientes de frutas, con casi 6,5 millones de botellas (11,7% más), y el armañac, con 2,5 millones de botellas (un 5% más). El apartado de otros espirituosos, que incluye muchas bebidas locales, cayó un 9,7% hasta situarse en los 71 millones de botellas.

Pese a la endeblez del dólar y los efectos de la crisis económica, Estados Unidos ha continuado siendo el principal destino de las exportaciones de bebidas espirituosas francesas con un total de 1.727,41 millones de euros, un 12,8% menos que en 2007, pero que supone el 18,6% de las exportaciones totales francesas de este tipo de bebidas. Muy cerca, con el 16,4% de cuota de mercado, y una

inversión de 1.527,43 millones de euros, se sitúa Reino Unido, que pierde un 2,7% de cuota con respecto al año anterior.

A cierta distancia, con 806,13 millones de euros, se ubica en tercer lugar Alemania, que ha incrementado las importaciones francesas en un 8,9%, mientras Bélgica retrocede un 7,1%, y se sitúa cuarta con 639,52 millones de euros. Japón, quinta, gana un 1% y compra por valor de 476,75 millones de euros, por delante de Singapur, que aumenta sus compras un 13,5%, hasta los 470 millones de euros. Las importaciones españolas de bebidas espirituosas francesas cayeron un 0,6% en 2008 y se situaron en 161,62 millones de euros, que suponen el 1,7% de las ventas totales del país vecino.

LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN LA UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea en su conjunto produce alrededor de 43 millones de hectolitros de bebidas espirituosas, que suponen casi 17 millones de hectolitros de alcohol puro, con Reino Unido (patria del whisky) a la cabeza con 11 millones de hectolitros, que ascienden casi al 26% del total comunitario. En segundo lugar se sitúa Francia con 5,75 millones de hectolitros, Italia con 4,63 millones de hectolitros, Alemania con 4,06 millones de hectolitros, Holanda con 3,11 millones de hectolitros y España y Polonia, con 2,6 millones de hectolitros, en cada caso; mientras Irlanda se sitúa después, con 1,26 millones de hectolitros. Por su pequeño tamaño merece la pena resaltar la producción luxemburguesa, cuyos aguardientes de frutas son de una calidad excelente, que supera los 180.000 hectolitros.

Las mayores exportaciones de la Unión Europea las realiza el Reino Unido, con más de 4,1 millones de hectolitros, por delante de Francia, que supera los 2,5 millones de hectolitros; de Irlanda, con 575.000 hectolitros; Italia, con 530.000 hectolitros; Suecia, con medio millón de hectolitros, y Alemania y Holanda que se acercan a ese medio millón. España se



ESTE VIRGEN EXTRA
ES DELICIOSO



ÉSTE,
MAGNÍFICO



PERO ÉSTE
ESTÁ DE LUJO



LA CALIDAD ANDALUZA
ESTÁ DE LUJO

Elige CALIDAD CERTIFICADA,
el sello que distingue nuestros
alimentos de mayor calidad.



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA

sitúa inmediatamente después, con 320.000 hectolitros.

Sin embargo, España es el mayor importador de bebidas espirituosas de la Unión Europea, con cerca de un millón de hectolitros, de los que 770.000 proceden de otros países comunitarios, especialmente Reino Unido con el whisky; seguido de cerca por Alemania, con 900.000 hectolitros; Francia, con 660.000 hectolitros, y Reino Unido, con 650.000 hectolitros.

El mayor consumidor comunitario de bebidas espirituosas es Alemania, con un total de 4,5 millones de hectolitros, por delante de Francia, con 3,37 millones de hectolitros; Polonia, con 2,72 millones de hectolitros; España, con 2,67 millones de hectolitros, y Reino Unido, con 2,46 millones de hectolitros. Por bebidas, Francia es el mayor consumidor de whisky, con 158,4 millones de botellas, por delante de España, con 118,45 millones de botellas, y Alemania, con 41,76 millones de botellas. El ranking de destilados blancos lo encabeza claramente Polonia, con 336 millones de botellas, sobre todo de vodka; seguida de Alemania, con 181,08 millones de botellas, y España, con 63,12 millones de botellas.

Alemania lidera el capítulo de brandies, en el que se incluyen destilados vínicos como el coñac o el armañac, con 107,4 millones de botellas; seguida de Italia, con 45 millones de botellas, y España, con 36,76 millones de botellas. El mayor bebedor de ron en la Unión Europea es España, con 58 millones de botellas; por delante de Alemania, con 45,6 millones de botellas, y Francia, con 32,76 millones de botellas. El ranking de consumo en litros lo encabeza Francia, con 219 millones de botellas, por delante de Alemania, con 205,56 millones de botellas, e Italia, con 108,77 millones de botellas, mientras España es cuarta con 80,18 millones de botellas.

El mayor consumo de alcohol puro por persona y año en el mundo, según datos de la OMS, se produce en Luxemburgo con 15,5 litros, por delante de Irlanda, Hungría, República Checa y Moldavia, con



13,7 litros; Alemania, Reino Unido y Dinamarca, con 12 litros; España, con 11,8 litros; Francia, con 11,6 litros; Australia, con 9 litros; Estados Unidos, 8,5 litros; Italia, 8 litros; Japón, 7,8 litros, y México, 5 litros.

NUEVOS MERCADOS

A juicio de la Confederation European Spirits Organisation (CEPS), con sede en Bruselas, India representa un importante mercado emergente para el consumo de bebidas espirituosas gracias a un mercado estimado de 1.200 millones de botellas y un gran potencial de crecimiento futuro, todo ello pese a las importantes restricciones arancelarias que mantiene y que le han acarreado al gigante asiático varias denuncias en el seno de la Organización Mundial de Comercio.

El crecimiento comercial de China no

ha sido tampoco ajeno a las exportaciones europeas de bebidas alcohólicas, ya que si en 1999 adquiría productos por un valor de apenas 8 millones de euros, en estos momentos las compras sobrepasan los 185 millones de euros, aunque desde el pasado año parece que el mercado ha tocado techo, al menos de momento. Turquía, Vietnam, Corea del Sur, Filipinas y Brasil son otros importantes destinos para las bebidas espirituosas europeas, sin olvidar Rusia, donde la competencia del vodka y su inestable mercado dan vaivenes con los que los exportadores deben contar.

El presidente del CEPS, Guy Tapernoux, ha advertido de la tentación de los Gobiernos, en una etapa de recesión, de gravar con más impuestos los alcoholes, hecho que puede repercutir en un menor consumo y, por tanto, en una menor recaudación y en menor creación de riqueza en las empresas, hecho que podría aca-

rear consecuencias negativas para el mantenimiento del empleo y no digamos ya para la puesta en marcha de nuevos puestos de trabajo.

También ha señalado que en estas épocas pueden surgir tentaciones nacionalistas de incrementar las barreras arancelarias en determinados países con el fin de comercializar sus propios alcoholes, lo que también repercutiría en contra de la libertad de mercado y perjudicaría el desarrollo del comercio mundial. No obstante, el dirigente empresarial se muestra optimista y asegura que el sector de bebidas espirituosas, como el resto de la industria alimentaria, es fuerte y ayudará con su actividad a salir de la crisis y fortalecer la economía.

EL MERCADO NORTEAMERICANO

El mercado norteamericano consumió durante 2008 más de 1.630 millones de litros de bebidas espirituosas con una ingesta per cápita de 5,31 litros por año, pero la industria del alcohol en Norteamérica es muy importante desde el punto de vista económico, ya que contribuyó ese mismo año con más de 450.000 millones de dólares (316.513 millones de euros) a la formación del PIB. Sólo los destilados supusieron 135.000 millones de dólares (94.870 millones de euros), alrededor del 30% del total de bebidas alcohólicas. Pero desde la perspectiva del empleo, todos los años ofrece más de 84.000 millones de jornales y 3,8 millones de empleos. Y la recaudación fiscal de los espirituosos ascendió a 13.500 millones de dólares (9.487 millones de euros), un 36% del total de la recaudación de bebidas alcohólicas.

Estados Unidos cuenta con el bourbon, el whisky norteamericano, como principal bandera. Tan es así que la marca Jim Beam, elaborada por Beam Global, líder mundial en bebidas alcohólicas, ha celebrado en 2007 el hito histórico de alcanzar una producción de un millón de barriles (254,7 millones de litros) en tres años.



La empresa Beam Global factura anualmente más de 8.000 millones de dólares (5.623 millones de euros), mientras que su filial española, con una cuota de mercado superior al 15% de la facturación total nacional, cuenta con 426 empleados en sus centros de Jerez de la Frontera y Puerto de Santa María, en la provincia de Cádiz, Tomelloso (Ciudad Real) y Segovia, y con marcas como Dyc, Larios, Anís Castellana, Jim Beam, Maker's Mark, Courvoisier, Centenario y Fundador.

La población norteamericana tiene también sus brazos abiertos a bebidas alcohólicas de importación, como el tequila mexicano, los brandies españoles e italianos y el coñac francés, todos ellos muy populares en los segmentos más altos de la población, mientras los jóvenes continúan prefiriendo el bourbon, considerando la bebida nacional por excelencia, incluso mediante una declaración de facto del Congreso norteamericano.

LA CRISIS LLEGA AL TEQUILA

La producción de tequila, bebida que se consigue tras la fermentación de los jugos de una planta llamada agave, creció

en México un 10% en la campaña de 2008 y alcanzó un volumen récord de 312 millones de litros, mientras que las exportaciones aumentaron un 1,7%, según datos ofrecidos a principios de este año por el Consejo Regulador del Tequila (CRT). Sin embargo, estas perspectivas se han cruzado en los dos primeros meses de 2009 con la tozuda realidad de la crisis, que le ha hecho perder nada menos que un 15% de su cuota de exportación, en relación con idéntico periodo del año anterior.

Durante 2008, según datos del CRT, la categoría tequila 100% de agave, conocida como la de calidad superior, creció un 20% hasta situarse en 163 millones de litros, mientras la obtenida con la mezcla de otros azúcares (jarabe de maíz y caña de azúcar) se quedó en 148 millones de litros, idéntica cantidad a la obtenida en 2007. En el caso de las exportaciones, éstas se centraron esencialmente en la categoría inferior con 102 millones de litros, por sólo 35 millones de la categoría 100% agave. Las exportaciones de granel coparon 79 millones de litros, por 58 millones de litros envasados.

Estados Unidos, con un total de 108 millones de litros, casi el 80% de las ventas exteriores, acaparó la primera posición de comprador, con un incremento del 7% en relación con el ejercicio anterior, mientras la Unión Europea adquirió 17 millones de litros, un 12% del total.

También 2008 fue un año récord para el consumo de agave, la planta dedicada a la fabricación de tequila, bebida originaria de la ciudad del mismo nombre en el estado mexicano de Jalisco. El sector transformó un total de 1,12 millones de toneladas de agave, un 6% más que en 2007.

El CRT está trabajando en el mantenimiento o aumento de la cuota del consumo de tequila en México, que en estos momentos se sitúa en el 38% del total de bebidas espirituosas, ya que es difícil superar el retroceso que está experimentando el mercado estadounidense, su gran y fiel comprador. ■