

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA
MAESTRÍA EN ECONOMÍA APLICADA

Economía de Bebidas Alcohólicas en Argentina

Profesor Tutor: Martín González-Rozada

Alumna: Marilina Urrutia

30 de Junio de 2015

RESUMEN

El presente trabajo estudia la economía del alcohol en Argentina, referida en términos generales al consumo, la producción y comercialización de bebidas alcohólicas.

La importancia del estudio radica en que, a partir de un entendimiento exhaustivo de las características del sector en el país, se puede llevar adelante recomendaciones de políticas que ayuden a reducir el uso indebido de alcohol y con ello las muertes y discapacidades atribuibles a su consumo.

El trabajo se organiza en seis secciones. La sección I caracteriza las tendencias en el consumo de bebidas alcohólicas en Argentina en los últimos 15 años. La sección II desarrolla las actividades económicas relacionadas con la producción y elaboración de las dos bebidas alcohólicas más consumidas en Argentina; la cerveza y el vino. La sección III analiza el comercio de bebidas alcohólicas entre Argentina y el resto del mundo, asimismo describe las barreras arancelarias vigentes en los países que importan cerveza y vino de Argentina.

En la sección IV se desarrolla un modelo para estimar el consumo, de largo y corto plazo, de vino y se calcula la elasticidad precio e ingreso del consumo de vino genérico en Argentina. La sección V describe la legislación vigente en materia de control y prevención del consumo excesivo de alcohol en Argentina.

PALABRAS CLAVE

1. Bebidas alcohólicas – producción en Argentina.
2. Bebidas alcohólicas – exportaciones e importaciones en Argentina.
3. Alcoholismo – consumo de riesgo.
4. Alcoholismo – prevención y control.
5. Elasticidad consumo precio e ingreso del vino

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
I. CONSUMO DE ALCOHOL	7
I.1 Evolución de las ventas y del consumo de bebidas alcohólicas	7
I.2 Problemática del consumo de alcohol	11
I.2.1 Consumo regular de riesgo de bebidas alcohólicas	11
I.2.1.1 Consumo episódico excesivo de bebidas alcohólicas	14
I.2.1.2 Consumo episódico moderado de bebidas alcohólicas	14
I.2.3 Abuso de cerveza, vino y bebida fuertes	16
I.2.4 Mortalidad y Morbilidad asociada al consumo de bebidas alcohólicas	17
II. ACTIVIDAD ECONÓMICA ASOCIADA CON LA PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS	19
II.1 Actividad Económica relacionada con la elaboración de cerveza en Argentina	19
II.1.1 Producción de cebada cervecera.....	20
II.1.2 Elaboración de malta	24
II.1.3 Producción de cerveza	26
II.2 Actividad Económica relacionada con la elaboración de vino en Argentina	28
II.2.1 Producción de uvas para vinificar	28
II.2.2 Elaboración de vinos	34
II.2.3 Nivel de actividad del sector vitivinícola Argentina	40
II.3 Producción de bebidas espirituosas	41
III. COMERCIO EXTERIOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS	46
III.1 Comercio de cerveza	48
III.2 Comercio de vinos	52
III.3 Comercio de bebidas espirituosas	56
III.4 Restricciones al comercio de cerveza y vino	58
IV. ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA E INGRESO	60
V. POLÍTICAS DE CONTROL Y PREVENCIÓN DEL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL EN ARGENTINA	65
VI. CONCLUSIONES GENERALES	68
BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA	69

INTRODUCCIÓN

El alcohol es una droga psicoactiva legal que produce efectos sobre el sistema nervioso central, con capacidad de cambiar la percepción, el estado de ánimo y/o el comportamiento de las personas. El vínculo que se constituye con una sustancia como el alcohol es relativo a cada individuo que lo consume.

Los efectos de las bebidas alcohólicas dependen de características que le son propias, es decir del grado de alcohol puro que posea la bebida; además de factores corporales y psicológicos que son particulares de cada individuo, como el género, la edad, el estado de salud, enfermedades pre-existentes y el estado de ánimo. También dependen del consumo de alimento previo, la cantidad, frecuencia, velocidad de la ingesta y mezcla con otras bebidas alcohólicas y/o drogas (Rehm et al., 2003; Rehm, Kanteres & Lachenmeier, 2010).

La ingestión nociva de alcohol, definida como el consumo del equivalente a 60 g de alcohol puro o más en una sola ocasión o en un período corto de tiempo, se encuentra entre los cuatro principales factores de riesgo¹ para la enfermedad, la discapacidad y la muerte (OMS, 2011; Lim et al., 2012). El consumo de alcohol ha sido identificado como un componente causal de más de 200 enfermedades y lesiones (OMS, 2014).

Adicionalmente, el consumo nocivo de alcohol es un factor determinante de trastornos neuropsiquiátricos, como la dependencia del alcohol o alcoholismo, epilepsia, depresión y ansiedad (OMS, 2004); de problemas de salud, como la cirrosis hepática, pancreatitis, diversos cánceres y enfermedades cardiovasculares así como de lesiones (Baan et al., 2007; Shield, Parry y Rehm, 2013).

Evidencia reciente considera que el consumo nocivo contribuye a aumentar la carga de morbilidad asociada a enfermedades transmisibles como el VIH/sida, la tuberculosis y las de transmisión sexual, debido por un lado al debilitamiento del sistema inmunitario por efecto del alcohol y por otro a que la embriaguez trastorna la adherencia de los pacientes al tratamiento con antirretrovirales (Lönnroth et al., 2008; Rehm et al., 2009; Baliunas et al., 2010; Azar et al., 2010).

El consumo de bebidas alcohólicas causa daños que van más allá de la salud física y psíquica del bebedor. Una persona en estado de embriaguez puede lastimar a otros o ponerlos en peligro de sufrir accidentes de tránsito o actos de violencia, también ocasionar perjuicios a familiares, amigos, compañeros de trabajo e incluso extraños. En otras palabras, el consumo nocivo de alcohol tiene un profundo efecto perjudicial en la sociedad (Anderson et al., 2006; Sacks et al., 2013).

En 2012 cerca de 3,3 millones de muertes en el mundo fueron atribuidas al consumo de alcohol, lo que representó el 5,9% del total de muertes. Con grandes diferencias según sexo, el alcohol causó el 7,6% y 4% del total de muertes en hombres y mujeres respectivamente. En el mismo año, el 5,1% de la carga mundial de enfermedades y lesiones², 139 millones de DALYs³ fueron atribuibles al consumo de alcohol (OMS, 2014).

¹ Son considerados factores de riesgo para enfermedades no transmisibles: el consumo de tabaco, la ingesta nociva de alcohol, la alimentación no saludable y la inactividad física.

² Se define como carga de enfermedades y lesiones a la diferencia que existe entre el estado de salud actual y una situación ideal en la que todo el mundo vive hasta la edad adulta libre de enfermedades y discapacidades. La muerte prematura, la discapacidad y los riesgos que contribuyen a las enfermedades y lesiones son las causales de esta brecha de salud.

En 2010, el consumo de alcohol puro en el mundo fue de 6,2 litros por adulto mayor de 15 años, equivalente a 13,5 gramos de puro alcohol por día⁴. Del total consumido, el 24,8% corresponde a alcohol ilegalmente producido o comercializado por fuera de controles gubernamentales. Por otro lado, el 16% del total de bebedores incurrió en episodios de consumo nocivo de alcohol (OMS, 2014).

Como se mencionó en párrafos previos, los perjuicios atribuibles al uso indebido de bebidas alcohólicas no sólo son de índole personal ni se limitan a la salud. El uso nocivo del alcohol también genera costos económicos que han sido clasificados en tres grandes categorías: costos directos referidos a las erogaciones en que incurren las distintas instituciones (sistema de salud, sistema policial, justicia penal, protección social, etc.) para cubrir hospitalizaciones, atención ambulatoria y domiciliaria, medicamentos, tratamiento psicológico, daños a la propiedad por accidentes y delincuencia, detenciones de vehículos, etc. La segunda categoría refiere a los costos indirectos atribuibles a la pérdida de productividad por el ausentismo, la reducción de ganancias potenciales y los años de trabajo perdidos por muerte prematura o incapacidad que genera la dependencia al alcohol. Finalmente, la tercera categoría contempla los costos intangibles; aquellos atribuidos al dolor, sufrimiento y deterioro en la calidad de vida como consecuencia del uso indebido de bebidas alcohólicas (Anderson et al, 2006).

El alcance y la naturaleza de las enfermedades, así como los perjuicios sociales y económicos atribuibles al alcohol proporcionan un fundamento sólido para prevenir su consumo nocivo a través de políticas e intervenciones nacionales e internacionales.

De acuerdo a Babor et al., 2010, uno de los factores críticos que determina la vulnerabilidad respecto al uso nocivo de alcohol y el daño que ello genera es el nivel y la eficacia de los controles y regulaciones en materia de alcohol en cada país, y dentro de cada país en cada jurisdicción.

Numerosas investigaciones demuestran que las políticas dirigidas a la población, tales como el establecimiento de impuestos para regular la demanda de bebidas alcohólicas, las restricciones en su disponibilidad y las prohibiciones en materia de publicidad, resultan ser las medidas más costo-efectivas para reducir las muertes y discapacidades atribuibles al consumo de alcohol (Chisholm et al., 2004; Anderson et al., 2009).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) persigue la finalidad de reducir la carga de morbilidad causada por el consumo nocivo de alcohol. Uno de los objetivos del Plan Global de Acción para la prevención y el control de enfermedades no transmisibles (NCDs, 2013-2020) consiste en reducir en al menos un 10% el uso indebido de alcohol dentro de cada contexto nacional para el año 2025.

En este contexto, el presente trabajo estudia la economía del alcohol en Argentina, referida en términos generales al consumo, la producción y comercialización de bebidas alcohólicas.

La importancia del estudio radica en que, a partir de un entendimiento exhaustivo de las características del sector en el país, se puede llevar adelante recomendaciones de políticas que ayuden a reducir el uso indebido de alcohol y con ello las muertes y discapacidades atribuibles a su consumo.

En adelante, el trabajo se organiza de la siguiente manera:

³ DALYs o años de vida ajustados por discapacidad, es una medida temporal de la carga de enfermedad en una población dada. DALYs representa la suma de los años de vida perdidos debido a la muerte prematura o al hecho de vivir con una salud no plena.

⁴ La OMS emplea la siguiente conversión: $g/día = APC \times 1000 \times 0,793/365$ días. Donde $g/día$ es el consumo en gramos de alcohol puro por día y APC es el consumo per cápita de litros de alcohol puro por año.

La sección I caracteriza las tendencias en el consumo de bebidas alcohólicas en Argentina, en términos de la evolución de las ventas y el consumo per cápita de litros de alcohol en los últimos 15 años. Asimismo se presentan indicadores del nivel de consumo considerado riesgoso según sexo, edad, jurisdicción, nivel educativo y nivel de ingresos a partir de información suministrada por las Encuestas Nacionales de Factores de Riesgo. La sección finaliza con un análisis del abuso de bebidas alcohólicas y muestra datos sobre mortalidad y morbilidad atribuibles al consumo de alcohol en nuestro país.

La sección II desarrolla las actividades económicas relacionadas con la producción y elaboración de las dos bebidas alcohólicas más consumidas en Argentina; la cerveza y el vino. Se presentan aspectos concernientes a la actividad agrícola relacionada con la producción de cebada cervecera y vid para vinificar por provincia. Asimismo se describe el sector industrial referido a la producción de malta, cerveza y vino.

La sección III analiza el comercio de bebidas alcohólicas entre Argentina y el resto del mundo. Se muestra la evolución de las exportaciones, importaciones y balanza comercial de las partidas arancelarias correspondientes a bebidas alcohólicas en los últimos 15 años. Asimismo se describe el comercio de vino y cerveza con los principales socios comerciales. La sección finaliza con una descripción de las barreras arancelarias vigentes en los países que importan cerveza y vino de Argentina.

En la sección IV se estima la elasticidad precio e ingreso del consumo de vino genérico en Argentina.

La sección V describe la legislación vigente en materia de control y prevención del consumo excesivo de alcohol en Argentina.

Finalmente, la sección VI concluye el trabajo.

I. CONSUMO DE ALCOHOL

El consumo de alcohol se ha convertido en un problema de salud pública no solo a nivel internacional, sino también en el ámbito nacional. En los últimos años se han evidenciado cambios en la modalidad y patrón de consumo de bebidas alcohólicas que se manifiestan en una edad de inicio cada vez más temprana, un aumento paulatino en la ingesta de las mujeres y el registro, en ambos sexos, de un mayor consumo los fines de semana y durante períodos cortos de tiempo (Dirección Nacional de Salud Mental y Adicciones, Ministerio de Salud de la Nación Argentina).

Según datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), a partir de información recolectada en la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo más reciente (ENFR 2013), en Argentina hay más de dos millones y medio de personas mayores de 18 años que mensualmente hacen un consumo episódico excesivo de bebidas alcohólicas.

La última Encuesta Nacional de Prevalencia de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENPreCoSP 2008) estima que en Argentina hay casi 2 millones de alcohólicos y que por año mueren en el país unas 25 mil personas por causas relacionadas al alcoholismo.

Asimismo la Quinta Encuesta Nacional a Estudiantes de Enseñanza Media, implementada por la Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico (SEDRONAR) durante el segundo semestre del año 2011, manifiesta que la edad de inicio en el consumo de alcohol se ubica en los 13 años tanto en varones como en mujeres. La bebida más consumida entre los estudiantes adolescentes es la cerveza (70%), seguida por bebidas fuertes o tragos combinados (63,6%) y por último el vino (46%). La misma encuesta señala que sobre el total de estudiantes que declaran haber consumido bebidas alcohólicas en el último mes, alrededor del 65% reconoce haber tomado cinco tragos o más en una misma ocasión durante las últimas dos semanas.

A fin de caracterizar las tendencias recientes en el consumo de bebidas alcohólicas en Argentina, la presente sección analiza la evolución de las ventas destinadas al mercado interno y el consumo de litros de alcohol per cápita en los 15 últimos años. Asimismo, con el objetivo de identificar grupos vulnerables se muestran dos indicadores de vigilancia epidemiológica relacionados con el nivel de consumo, el consumo regular de riesgo y el consumo episódico excesivo. Ambos indicadores se analizan según sexo, grupo etario, jurisdicción, nivel de instrucción e ingresos.

Para concluir la sección analiza el abuso reciente de alcohol, según tipo de bebida, y muestra datos de mortalidad y morbilidad atribuibles al consumo de bebidas alcohólicas en nuestro país.

I.1 EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS Y DEL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

En Argentina, el consumo de bebidas alcohólicas se encuentra repartido entre dos grandes productos: la cerveza de muy bajo contenido alcohólico y el vino, una bebida alcohólica de graduación intermedia.

Mientras que durante la década del '80 el vino llegó a representar casi el 90% del negocio local de bebidas alcohólicas, en el año 2000 la tendencia se revirtió a favor de la cerveza. Parte de lo sucedido se atribuye a la producción de cervezas de mejor calidad, a la diferencia de precios entre ambos productos y a las preferencias e identificación de los más jóvenes y personas con menor poder adquisitivo a favor de la cerveza.

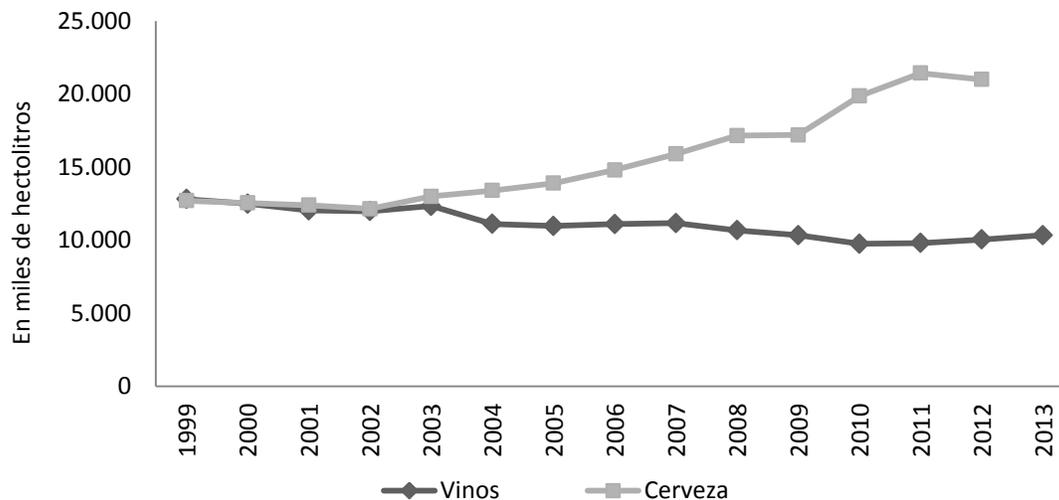
Si bien el abandono del consumo de cerveza y su reemplazo por bebidas espirituosas y sidra es un fenómeno extendido por todo el mundo (Norteamérica, Europa Occidental, Australasia), en Latinoamérica y Europa del Este sucede lo contrario. En estas regiones su consumo es

relativamente nuevo, por lo que la cerveza aún se ve beneficiada por el reemplazo de bebidas tradicionales, que en el caso de Argentina es el vino.

El Gráfico I 1 muestra la evolución de las ventas destinadas al mercado interno de vino y cerveza, en miles de hectolitros.

Mientras que el consumo de ambos productos sufrió una caída entre los años 1999-2002, es a partir de la devaluación del peso argentino en 2002 que el consumo de cerveza crece año a año en contraste con la tendencia decreciente que muestra el consumo del vino.

Gráfico I 1: Evolución de la Venta de Bebidas Alcohólicas. Argentina, 1999-2013.



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura y Cámara de Industria Cervecera Argentina.

En el año 2010 el consumo total de cerveza en nuestro país alcanzó unos 19,8 millones de hectolitros. Con un share de mercado del 19% ocupó el segundo lugar dentro del consumo de bebida en general, luego de las gaseosas (42%) y el más importante dentro del consumo de bebidas alcohólicas, muy por encima de los vinos (11%) y licores (1%).

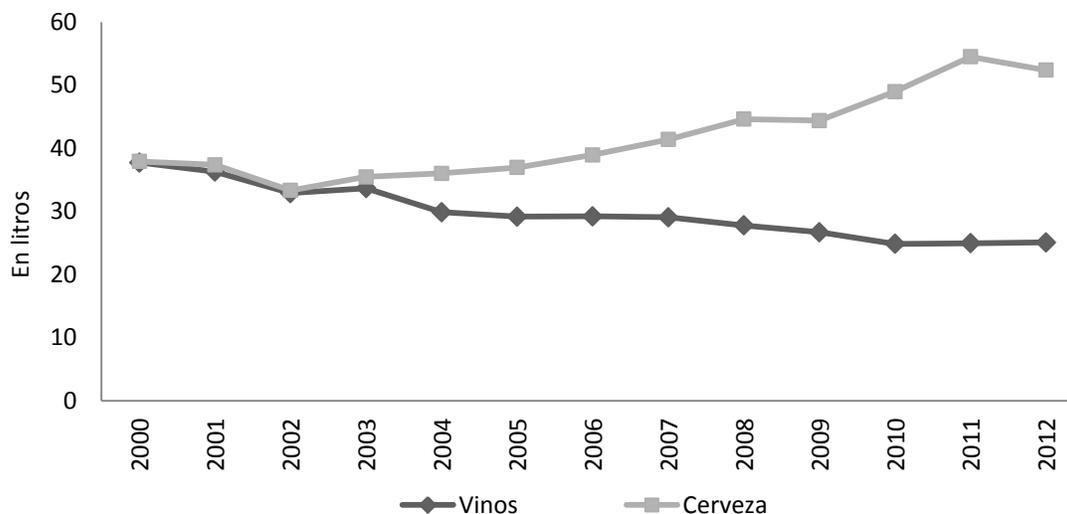
Durante el período comprendido entre los años 2000-2012, mientras que las ventas de vino en Argentina sufrieron un retroceso del 19%, las ventas de cerveza crecieron un poco más del 67%. La creciente calidad de la cerveza, los altos niveles de publicidad, el fortalecimiento de marcas y el desarrollo de nuevos segmentos son algunas de las estrategias que empleó la industria cervecera para consolidar dicho crecimiento.

Un análisis reciente llevado a cabo por Euromonitor International sobre el mercado de bebidas alcohólicas en América, identifica cuatro tendencias para el mercado argentino:

- La desaceleración a partir del 2013 en la tasa de crecimiento del consumo de bebidas alcohólicas debido a la inflación.
- El retroceso en el ritmo de crecimiento del consumo on-trade (en restaurantes, bares, etc.), debido a una población cada vez más cauta con el gasto que prefiere reunirse y consumir bebidas alcohólicas en la casa.
- La disminución en el consumo de bebidas internacionales como el whisky y su reemplazo por marcas locales debido a las restricciones a las importaciones.
- El dominio del canal off-trade (supermercados, negocios, vinerías, etc.), que concentra el 80% del volumen de venta de bebidas alcohólicas.

En relación al consumo per cápita de las bebidas alcohólicas más demandadas por los argentinos, el Gráfico I2 muestra la evolución de los litros de vino y cerveza consumidos por año por habitante.

Gráfico I 2: Evolución del Consumo per cápita de Bebidas Alcohólicas. Argentina, 1999-2012.



Fuente: Elaboración propia en base al Instituto Nacional de Vitivinicultura y la Cámara de Industria Cervecera Argentina. El consumo per cápita se calculó considerando la población total del país para cada año.

Mientras que en el año 2000 el consumo de vino y cerveza por habitante era similar (37 litros al año), en 2012 el consumo de cerveza per cápita en Argentina (52,40 litros al año) más que duplica al consumo de vino (25 litros al año).

De acuerdo con la Cámara de Industria Cervecera Argentina, desde el punto de vista de las preferencias del consumidor la cerveza blanca es la de mayor demanda, concentra el 90% del mercado con predominio de las que se presentan en envases retornables de vidrio de un litro. La cerveza negra, en sus diversas presentaciones, apenas capta el 5% del consumo total y las denominadas *premium* absorben cerca del 3%. El 2% restante corresponde a las variedades de bajo contenido alcohólico *light*.

No obstante la generalización del consumo de cerveza a lo largo de todo el año, más del 40% de las ventas sigue concretándose en el verano, como lo demuestran las acciones promocionales en los centros turísticos, así como los lanzamientos de nuevas marcas o formas de presentación.

Con respecto al consumo de vino, informes de Instituto Nacional de Vitivinicultura demuestran que más de las tres cuartas partes de los hectolitros despachados al mercado interno corresponden a vinos que no especifican variedad (genéricos), el resto son varietales⁵. En el año 2012 el consumo per cápita de vinos fue de 19,1 y 4,76 litros al año de tipo genérico y varietal respectivamente, el 1,21 restante corresponde a otros vinos.

Existe una tendencia creciente a consumir vinos en botella sobre el resto de los envases, más del 50% de los despachos son de este tipo, le siguen en importancia el tetra brick con el 41% de participación, luego la damajuana (8%) y finalmente granel (1%).

⁵ A partir de 2004 se deja de diferenciar por vinos finos y de mesa y se separan vinos varietales de vinos sin mención varietal.

En relación a otras bebidas alcohólicas tales como amargos o fernet, aperitivos y vermouths, whiskies, vodkas y demás bebidas blancas (gin, ron, ginebra, etc.), según información brindada por la Cámara Argentina de Destiladores Licoristas, en el año 2012 se consumieron a nivel nacional 1.158 mil hectolitros. En el conjunto de las bebidas espirituosas, el fernet fue la bebida más representativa con un consumo per cápita anual de 1,02 litros.

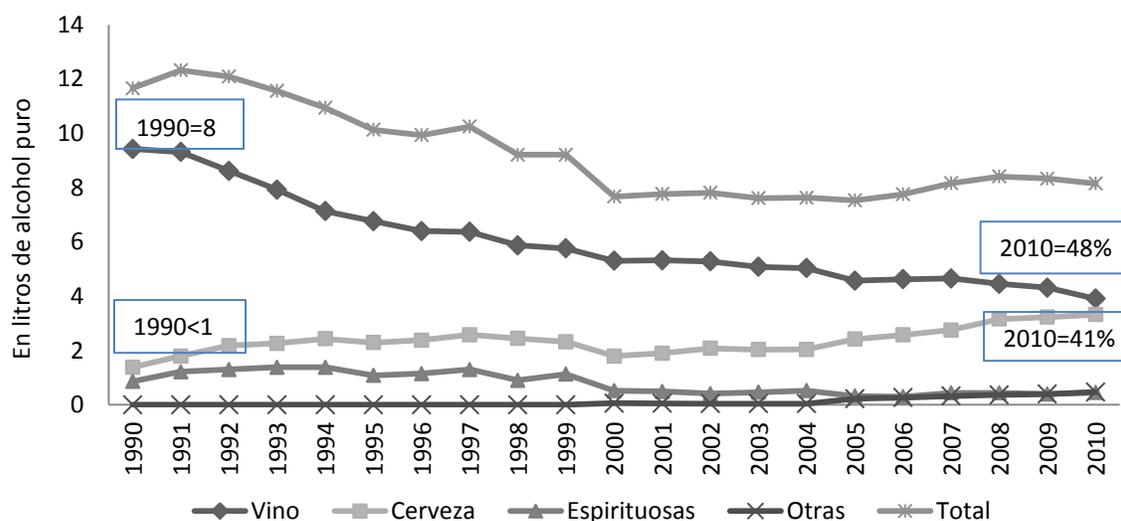
Merece la pena diferenciar el consumo de bebidas alcohólicas legalmente producidas del consumo de alcohol ilegal. Este último refiere a todas las bebidas alcohólicas, destiladas o fermentadas, que se encuentran por fuera de la legalidad ya sea por adulteración, contrabando de productos terminados o materia prima, fabricación artesanal ilegal con propósitos comerciales, evasión de impuestos o porque es alcohol no apto para consumo humano desviado hacia el mercado de bebidas alcohólicas.

El análisis del consumo de alcohol producido ilegalmente o de manera informal es relevante para estimar la carga de enfermedad atribuible al consumo de bebidas alcohólicas. Al ser un producto no gravado, el alcohol ilegal queda exento de regulaciones y se encuentra disponible a precios más bajos que el alcohol legal, lo que orienta la demanda a favor del primero.

De acuerdo con Lachenmeier et al., (2014) existe una correlación positiva entre el porcentaje de alcohol ilegal consumido, en relación al total, y las tasas de mortalidad por cirrosis hepática. El mismo trabajo señala que la disponibilidad de alcohol producido de manera informal incrementa la frecuencia de episodios de abuso de bebidas alcohólicas.

El Gráfico I3 muestra la evolución del consumo de bebidas alcohólicas legalmente producidas en Argentina durante el período 1990-2010. A diferencia de los gráficos previos ahora se analiza el consumo en litros de alcohol puro⁶ en la población mayor a 15 años.

Gráfico I 3: Evolución del Consumo per cápita de Bebidas Alcohólicas Legalmente Producidas en mayores de 15 años. Argentina, 1990-2010.



Fuente: World Health Organization - Global Information System on Alcohol and Health (GISAH)

El gráfico muestra que tanto el consumo de vino como el de bebidas espirituosas sufrió un descenso durante el período analizado. El vino pasó de representar el 81% del total del alcohol

⁶ Ver nota al pie N°4 para el cálculo del consumo de litros de alcohol puro

puro consumido por los argentinos mayores de 15 años en 1990 al 48% en 2010, con una caída del consumo del 58% entre ambos años.

Contrariamente, el consumo de cerveza en litros de alcohol puro incrementó un 141% en el transcurso de los 20 años analizados. La participación del consumo de cerveza en el total de bebidas alcohólicas subió un 244%, pasó del 12% al 41% entre 1990 y 2010.

Respecto del consumo de alcohol ilegal en Argentina, información difundida por la Organización Mundial de la Salud indica que el 11% del alcohol puro consumido en 2010 era de este tipo. Lo anterior representa una reducción respecto del año 2005, donde el 20% del total de alcohol puro consumido (9,6 litros por persona mayor de 15 años al año) era de tipo no gravado.

I.2 PROBLEMÁTICA DEL CONSUMO DE ALCOHOL

En Argentina el 82% de la población mayor de 18 años manifiesta haber consumido alguna vez en la vida algún tipo de bebida alcohólica. De estos, el 66% lo hizo en los últimos 30 días, el 22% hace más de un mes pero menos de un año y el 12% restante hace más de un año (ENRF 2013).

Si bien los datos de prevalencia en el consumo de bebidas alcohólicas (del último mes, de los últimos 12 meses y de vida) antes mencionados son importantes para el análisis, resulta de mayor relevancia para la vigilancia epidemiológica conocer el nivel de consumo. En particular, se presta especial atención al consumo regular de riesgo y al consumo episódico excesivo de bebidas alcohólicas.

En Argentina, con distinta regularidad y grupo etario para la recolección de datos, se implementan diferentes encuestas nacionales⁷ para estimar los niveles de consumo de alcohol y analizar su tendencia.

Dado el mayor alcance etario contemplado para la recolección de los datos (18 años y más) y la proximidad de la última encuesta implementada, a continuación se presentan datos de niveles de consumo de alcohol proporcionados por la ENFR para los años 2005, 2009 y 2013.

I.2.1 CONSUMO REGULAR DE RIEGO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

El consumo de más de 1 trago⁸ promedio por día en mujeres o más de 2 en hombres, en los últimos 30 días, se define como consumo regular de riesgo (heavy drinking). Este consumo se asocia con mayor riesgo de enfermedades cardiovasculares, hepáticas, cánceres y problemas psicosociales (Informe de Resultados de la Segunda ENFR 2009).

Las Tablas I 1, I 2 y I 3 muestran el consumo regular de riesgo de bebidas alcohólicas para todo el país, en la población mayor de 18 años según sexo y grupo etario, nivel de instrucción e ingresos y jurisdicción.

⁷ La Encuesta Nacional sobre Prevalencias de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENPRECoSP), comprende las personas con edades entre 16 y 65 años que habitan en localidades urbanas de más de 5.000 habitantes. Se implementó en los años 2004, 2008 y 2011.

La Encuesta Nacional de Factores de Riesgo de Enfermedades No Transmisibles (ENFR), abarca a personas de 18 años y más residentes en localidades de 5.000 o más habitantes de todo el país. Se implementó en los años 2005, 2009 y 2013.

Finalmente, la Encuesta Nacional a Estudiantes de Enseñanza Media, se realiza sobre una muestra representativa de alumnos de 13, 15 y 17 años de todo el país. El objetivo de analizar las tendencias en el consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes adolescentes. Se implementó los años 2001, 2005, 2007, 2009 y 2011.

⁸ Un trago equivale a una lata de cerveza, una copa de vino o una medida de bebidas fuertes.

En 2013 el consumo regular de riesgo a nivel nacional fue de 9,7%, si bien mostró una reducción de 1 punto porcentual respecto del año 2009, registró casi el mismo valor que en 2005.

La Tabla I 1 muestra que en 2013 el consumo en varones mostró el nivel más bajo de toda la serie aunque existe una marcada asociación entre el sexo masculino y el consumo regular de riesgo de bebidas alcohólicas. El consumo en mujeres si bien mostró una reducción en 2013 (6,4%) respecto a 2009 (6,9%) fue más alto que en 2005 (6,1%).

En relación a la edad, en el año 2013 se observó mayor consumo regular de riesgo en los menores de 35 años y los mayores de 64 años. Mientras que en 2005 y 2009 las personas entre 50 y 64 años mostraban el mayor porcentaje de consumo regular de riesgo de todos los grupos etarios, en 2013 son los jóvenes entre 18 y 24 años quienes más incurrieron en este nivel de consumo.

Tabla I 1: Consumo Regular de Riesgo según Sexo y Grupo Etario. Población >18 años.

Consumo Regular de Riesgo	2005	2009	2013
Total	9,6	10,7	9,7
Sexo			
Varones	13,5	15,0	13,4
Mujeres	6,1	6,9	6,4
Grupo de edad			
18 a 24 años	8,5	12,5	11,3
25 a 34 años	6,2	8,6	10,2
35 a 49 años	9,6	8,4	8,0
50 a 64 años	13,2	13,5	9,6
65 años y más	10,4	11,6	10,4

Fuente: Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2005, 2009 y 2013.

El único grupo que presenta una tendencia creciente en el consumo de riesgo, a lo largo de los tres años de medición, corresponde a los mayores de 25 y menores de 35 años.

Entre 2009 y 2013, todos los grupos etarios redujeron su nivel de consumo con excepción de los jóvenes entre 25 y 34 años.

La Tabla I 2 muestra que en 2013 hubo una asociación entre el nivel de instrucción y el consumo regular de riesgo, cuanto menor es el nivel educativo mayor es el nivel de consumo. Adicionalmente, mientras que los individuos con primario completo y más redujeron su nivel de consumo de riesgo entre 2009 y 2013, las personas con primario incompleto lo incrementaron. De esta manera el nivel de instrucción más bajo concentró la mayor proporción de personas que hacen un consumo regular de riesgo de bebidas alcohólicas en 2013.

Con respecto al nivel de ingreso, las tres categorías redujeron su nivel de consumo de riesgo entre ambos años de medición. A diferencia del 2009 donde el nivel de consumo se asoció en forma directa con el ingreso, en 2013 no se observó una relación entre dichas categorías.

Tabla I 2: Consumo Regular de Riesgo según Nivel de Instrucción e Ingresos. Población >18 años.

Consumo Regular de Riesgo	2009	2013
Total	10,7	9,7
Nivel de instrucción		
Hasta primario incompleto	9,7	10,27
Primario completo a Secundario incompleto	11,1	10,25
Secundario completo o más	10,6	9,19
Nivel de ingreso		
Bajo	9,2	9,13
Medio	10,8	10,4
Alto	13,5	10,14

Fuente: Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2009 y 2013.

De acuerdo con la Tabla I 3, las jurisdicciones con mayor incremento en el consumo de riesgo entre 2005 y 2013 fueron Formosa, Corrientes, Neuquén, Salta y Tucumán.

Tabla I 3: Consumo Regular de Riesgo según Jurisdicción. Población >18 años.

Consumo Regular de Riesgo	2005	2009	2013
Jurisdicción			
Total	9,60	10,7	9,7
CABA	8,70	12,6	9,71
Buenos Aires	8,90	10,9	9,73
Catamarca	6,00	7,9	3,08
Chaco	11,60	9,4	11,69
Chubut	13,10	8,1	8,26
Córdoba	12,60	11,9	11,23
Corrientes	8,40	7,1	10,97
Entre Ríos	8,40	11,3	8,78
Formosa	3,90	6,6	10,47
Jujuy	6,10	6,4	6,38
La Pampa	10,90	9,8	9,48
La Rioja	9,70	5,6	5,53
Mendoza	10,60	12,1	9,43
Misiones	9,20	8,3	4,06
Neuquén	9,00	6,6	10,35
Río Negro	10,20	11,0	6,97
Salta	5,60	7,6	8,63
San Juan	9,00	8,4	8,68
San Luis	9,10	9,6	5,65
Santa Cruz	9,50	8,3	7,80
Santa Fe	14,60	13,7	13,16
Santiago del Estero	8,80	7,4	6,47
Tierra del Fuego	12,80	7,6	8,59
Tucumán	6,00	9,0	9,45

Fuente: Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2005, 2009 y 2013.

Referencias:

Jurisdicciones con mayor incremento del consumo de riesgo entre 2005 y 2013

Jurisdicciones con mayor reducción del consumo de riesgo entre 2005 y 2013

Contrariamente, las jurisdicciones con mayor reducción en el nivel de consumo de riesgo, entre los mismos años, fueron Catamarca, Chubut, La Rioja, Misiones, Río Negro, San Luis, Santa Cruz, Santiago del Estero y Tierra del Fuego.

I.2.2 CONSUMO EPISÓDICO EXCESIVO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

El consumo episódico excesivo (binge drinking), se define como el consumo de 5 tragos o más en una oportunidad en los últimos 30 días. Este nivel de consumo se asocia con concentraciones de alcohol en sangre mayores a 0,8 gr/l correspondiente a un nivel de intoxicación alcohólica, implica mayor riesgo de lesiones no intencionales, violencia, sexo no seguro y otros efectos agudos en la salud (ENFR 2009).

A continuación, las Tablas I 4, I 5 y I 6 muestran el consumo episódico excesivo de bebidas alcohólicas en la población mayor de 18 años según sexo y grupo etario, nivel de instrucción e ingresos y jurisdicción para los años 2005, 2009 y 2013.

Tabla I 4: Consumo Episódico Excesivo según Sexo y Grupo Etario. Población >18 años.

Consumo Episódico Excesivo	2005	2009	2013
Total	10,10	8,9	10,4
Sexo			
Varones	18,40	15,5	17,1
Mujeres	2,50	3,1	4,36
Grupo de edad			
18 a 24 años	18,60	16,1	17,73
25 a 34 años	11,70	12,7	15,58
35 a 49 años	9,90	8,2	9,79
50 a 65 años	6,90	4,9	5,79
65 años y más	2,20	2,4	1,92

Fuente: Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2005, 2009 y 2013.

De los tres años de medición de la ENFR, en 2013 se observó el nivel más alto de consumo episódico excesivo de bebidas alcohólicas (10,4%).

Tanto hombres como mujeres incrementaron este tipo de consumo entre 2009 y 2013. Al igual que el consumo regular de riesgo y para los tres años de medición, el consumo episódico excesivo fue ampliamente mayor en varones que en mujeres, 17,1% y 4,36% respectivamente en 2013.

El consumo episódico excesivo estuvo fuertemente asociado con el patrón de consumo en los más jóvenes. Los menores de 25 años son quienes más incurren en este tipo de conducta riesgosa.

Se observa además que todos los grupos etarios, con excepción de los mayores de 65 años, incrementaron su nivel de consumo episódico excesivo entre 2009 y 2013.

La Tabla I 5 muestra que tanto en 2009 como en 2013, el nivel de instrucción primario completo a secundario incompleto concentró la mayor proporción del consumo episódico excesivo 9,3% y 11,28% respectivamente.

Todos los niveles educativos aumentaron este tipo de consumo.

En relación al nivel de ingreso, a diferencia de lo observado con el consumo regular de riesgo, las tres categorías incrementaron su nivel de consumo episódico excesivo. Tanto en 2009 como en 2013 este tipo de consumo se asoció en forma directa con el ingreso.

Tabla I 5: Consumo Regular de Riesgo según Nivel de Instrucción e Ingresos. Población >18 años.

Consumo Episódico Excesivo	2009	2013
Total	8,9	10,4
Nivel de Instrucción		
Hasta primario incompleto	6,1	9,27
Primario completo a Secundario incompleto	9,3	11,28
Secundario completo o más	9,2	9,94
Nivel de ingreso		
Bajo	8,4	10,64
Medio	9,0	10,86
Alto	10,4	12,52

Fuente: Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2009 y 2013.

La Tabla I 6, muestra que las jurisdicciones con mayor incremento en el consumo episódico excesivo entre 2005 y 2013 fueron la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Chaco, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, La Pampa, Santa Cruz y Santa Fe.

Tabla I 6: Consumo Episódico Excesivo según Jurisdicción. Población >18 años.

Consumo Episódico Excesivo	2005	2009	2013
Jurisdicción			
Total	10,10	8,9	10,4
CABA	8,70	9,5	10,99
Buenos Aires	9,70	7,4	9,36
Catamarca	7,10	10,5	8,06
Chaco	8,20	10,1	11,88
Chubut	11,50	8,5	11,63
Córdoba	10,70	10,6	12,64
Corrientes	12,70	12,8	15,21
Entre Ríos	7,20	12,2	11,83
Formosa	6,60	8,1	17,5
Jujuy	13,10	9,9	14,42
La Pampa	7,50	9,2	11,32
La Rioja	13,70	9,8	11,49
Mendoza	10,00	8,8	7,25
Misiones	11,30	7,3	9,41
Neuquén	10,80	8,4	9,07
Río Negro	10,10	10,0	9,57
Salta	14,20	10,5	12,56
San Juan	11,20	8,4	8,79
San Luis	8,40	9,1	4,83
Santa Cruz	9,60	9,2	12,09
Santa Fe	10,80	10,4	11,44
Santiago del Estero	10,70	9,9	9,62
Tierra del Fuego	12,50	7,2	11,97
Tucumán	12,00	11,0	9,75

Fuente: Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2005, 2009 y 2013.

Jurisdicciones con mayor incremento del consumo de riesgo entre 2005 y 2013

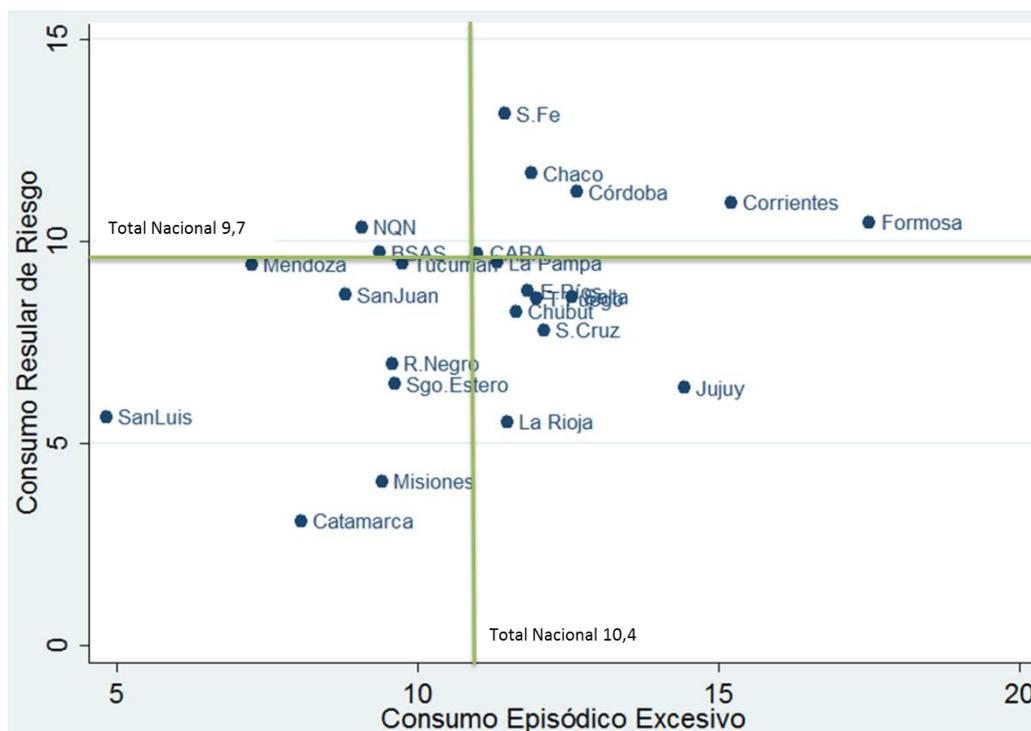
Jurisdicciones con mayor reducción del consumo de riesgo entre 2005 y 2013

Por su parte, La Rioja, Mendoza, Misiones, Salta, San Juan, San Luis y Tucumán redujeron su nivel de consumo episódico excesivo entre 2005 y 2013.

El Gráfico de dispersión I 4 asocia el consumo regular de riesgo y el consumo episódico excesivo por jurisdicción para el año 2013. Se observa que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Santa Fe, Chaco Córdoba Corrientes y Formosa mostraron niveles de consumo de riesgo y excesivo de bebidas alcohólicas superiores al nivel nacional; 9,7% y 10,4% respectivamente.

Contrariamente, San Luis, Catamarca, Misiones, Río Negro, Santiago del Estero, San Juan, Mendoza y Tucumán se ubicaron por debajo de los niveles de consumo nacionales antes mencionados.

Gráfico I 4: Consumo Regular de Riesgo y Consumo Episódico Excesivo según Jurisdicción. Población >18 años. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2013.

I.2.3 ABUSO DE CERVEZA, VINO Y BEBIDAS FUERTES

El abuso es definido como un uso maladaptativo del alcohol que causa problemas clínicos significativos (Informe de Resultados de la ENFR 2009).

Asociados a la ingesta excesiva de alcohol sobrevienen los trastornos de conducta que derivan en accidentes, actos delictivos, agresiones sexuales y todo tipo de conducta de riesgo y accidentes viales casi siempre con consecuencias fatales.

Los indicadores de abuso de bebidas alcohólicas resultan de que el encuestado haya consumido más de 5 tragos, al menos una vez en los últimos 30 días de los respectivos tipos de bebidas de forma habitual o de forma inusual.

Tabla I 7: Abuso de Bebidas Alcohólicas.
Población >18 años.

Abuso	Bebida fuerte	Vino	Cerveza
Total	3,28	5,1	8,85
Varones	5,6	9,1	15,3
18 a 24 años	14,1	12,6	23,8
25 a 34 años	8,9	10,1	24,2
35 a 49 años	3,35	8,8	15,7
50 a 65 años	0,89	8,7	5,7
65 años y más	0,15	4,1	1,6
Mujeres	1,38	1,5	3,1
18 a 24 años	4,69	1,7	7,0
25 a 34 años	2,34	2,2	6,3
35 a 49 años	0,39	1,5	2,0
50 a 65 años	0,2	1,3	0,5
65 años y más	0,02	0,4	0,1

Fuente: Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2013

La Tabla I 7 muestra el porcentaje de abuso de bebidas fuertes, vino y cerveza a nivel nacional, según sexo y grupo de edad.

La cerveza fue, a nivel nacional y para ambos sexos, la bebida alcohólica que más se consumió de manera abusiva (8,85%). Luego el vino (5,1%) y finalmente las bebidas fuertes (3,28%).

Existe una clara asociación entre la edad y el abuso de bebidas alcohólicas. Son los jóvenes los que más incurrieron en este tipo de consumo excesivo.

Respecto al sexo, la proporción de hombres que abusó del consumo de bebidas alcohólicas es mayor al de las mujeres sin importar el grupo etario o el tipo de bebida.

I.2.4 MORTALIDAD Y MORBILIDAD ASOCIADA AL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

La Tabla I 8 muestra el número de defunciones por causas de muerte asociadas con la ingesta nociva de alcohol: síndrome de dependencia del alcohol y enfermedad alcohólica del hígado.

La información se presenta por sexo y grupo de edad para el año 2013 en todo el país.

El síndrome de dependencia del alcohol causó 468 muertes en 2013, de ellas, 432 muertes (92%) ocurrió en varones y el 8 restante en mujeres.

Respecto a la edad, la mayor cantidad absoluta de muertes ocasionadas por la dependencia del alcohol ocurrió en las personas mayores de 55 años y menores a 74.

En relación a la enfermedad alcohólica del hígado, de un total de 895 muertes, el 87% se dio en varones y el 13% restante en mujeres.

Al mirar la edad, se evidencia que el grupo etario entre 55 y 64 años concentró la mayor cantidad de muertes por dicha causa.

En relación a la morbilidad asociada al consumo de bebidas alcohólicas; es decir, los años que cada individuo pierde a causa de estados morbosos que, sin fallecer, le quitan calidad de vida durante el tiempo que se los padece, la Tabla I 9 muestra datos referidos a la carga de enfermedad producida por el alcoholismo.

Tabla I 8: Defunciones por Causa de Muerte. Año 2013.

	Síndrome de Dependencia del Alcohol	%	Enfermedad Alcohólica del Hígado	%
Total	468	100	895	100
Sexo				
Varones	432	92	779	87
Mujeres	36	8	116	13
Grupo de Edad				
Menor 15 años	0	0	0	0
15 a 24 años	1	0	0	0
25 a 34 años	9	2	14	2
35 a 44 años	44	9	87	10
45 a 54 años	92	20	218	24
55 a 64 años	134	29	302	34
65 a 74 años	129	28	202	23
75 años y más	59	13	72	8

Fuente: Estadísticas Vitales Año 2013. Dirección de Estadísticas e Información de Salud (DEIS)

Tabla I 9: Carga de Enfermedad Producida por Alcoholismo. Total país. Año 2005.

	AVPMP	YLD	DALYS
Varones	7.263	42.095	49.358
	92%	60%	63%
Mujeres	641	28.601	29.242
	8%	40%	37%
Total	7.904	70.696	78.600

Los años de vida perdidos por muerte o discapacidad (AVPMD), mundialmente aceptado como DALYs por sus siglas en inglés (disability-adjusted life year), se definen como la suma entre los años perdidos por muerte prematura (AVPMP) y los años perdidos por discapacidad (YLD).

Es decir, DALYs = AVPMP + YLD

Fuente: Borrueal, M. et al (2010).

De acuerdo con trabajo elaborado por Borrueal et. al, (2010), los años de vida perdidos por muerte prematura o discapacidad a partir del alcoholismo fueron 78.600.

Los resultados del presente trabajo reflejan la necesidad de potenciar las estrategias de prevención dirigidas a controlar el consumo de alcohol, en especial en hombres jóvenes.

II. ACTIVIDAD ECONÓMICA ASOCIADA CON LA PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

En esta sección se analiza la actividad económica relacionada con la elaboración de las dos bebidas alcohólicas fermentadas más consumidas en Argentina: la cerveza y el vino.

Para la cerveza se muestran datos referidos a la evolución de la siembra, la cosecha y el rendimiento, así como las zonas de producción, del principal insumo agropecuario empleado para su elaboración, la cebada cervecera. Asimismo se muestra la evolución en la industrialización del grano para la obtención de malta y se analiza la capacidad productiva de las principales industrias malteras del país. La subsección finaliza con un análisis comparativo de las firmas cerveceras que compiten en Argentina.

En relación a la elaboración de vino se presenta una caracterización de la actividad vitivinícola en el país, con especial énfasis en la producción de uva para vinificar y en la evolución de la producción de vino.

En el primer caso se describe el comportamiento histórico de la superficie implantada con vid y se analizan características de los viñedos por provincia. Asimismo se muestra la evolución de la producción de uva para vinificar, con un análisis de las principales variedades cosechadas y la participación de las provincias vitícolas.

Respecto al vino se profundiza sobre establecimientos elaboradores y bodegas inscriptas por jurisdicción y se muestra la producción de vino por tipo. Finalmente se muestran datos referidos al despacho de vino autorizado para la venta en el mercado interno, según tipo y modalidad de envío. La sub sección finaliza con un análisis del nivel de actividad generado a partir de la elaboración de uva y vinos en Argentina.

Con respecto al resto de las bebidas alcohólicas producidas en el país, llamadas espirituosas, se analiza por tipo de bebidas, la evolución en su producción y las principales firmas y marcas que compiten en el mercado argentino.

II.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA RELACIONADA CON LA ELABORACIÓN DE CERVEZA EN ARGENTINA

La cerveza es una bebida de bajo contenido alcohólico por lo que se la llama bebida de moderación. De acuerdo al capítulo XIII del Código Alimentario Argentino se entiende exclusivamente por cerveza a la bebida resultante de fermentar, mediante levadura cervecera, al mosto de cebada malteada o de extracto de malta, sometido previamente a un proceso de cocción adicionado de lúpulo (Capítulo XIII, Código Alimentario Argentino).

La elaboración de cerveza abarca dos sectores bien definidos, la producción de malta a partir de la cebada cervecera, y la producción de cerveza.

La elaboración de malta involucra:



La forma de conducción del proceso de malteado depende de las cualidades y tipos de cerveza que se quieren elaborar, al alterar los tiempos y temperaturas se puede acentuar o atenuar los efectos que modifican la estructura química y caracterizan la malta resultante.

La producción de cerveza implica:



A continuación se amplía sobre los distintos sectores productivos involucrados en la elaboración de la cerveza en nuestro país: cebada cervecera, malta y cerveza propiamente dicha.

II.1.1 PRODUCCIÓN DE CEBADA CERVECERA

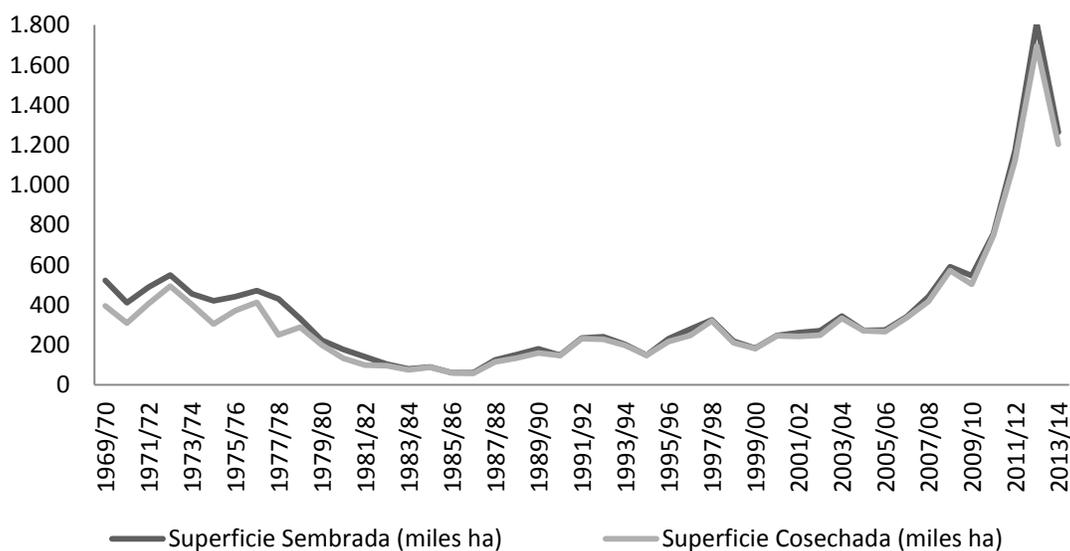
La cebada es un cereal de invierno que, de acuerdo de la calidad del grano, se la destina a la fabricación de cerveza o forraje. En todos los países se conoce como cebada de tipo cervecera a aquella apta para la elaboración de malta.

A diferencia de otros países, en Argentina hace muy pocos años que comenzó a desarrollarse un mercado forrajero donde puede comercializarse la semilla de cebada que por alguna razón de calidad no utiliza la industria maltera.

No se conoce con fecha exacta el comienzo del cultivo de cebada en Argentina aunque en 1875 se la cita por primera vez en las estadísticas de exportación con 2 toneladas, sin especificar si era del tipo forrajera o cervecera. Debido a las exigencias de los compradores y a la fijación de precios diferenciales, hace unos 45 años que las estadísticas de producción de nuestro país comienzan a especificar los dos tipos de cebada por separado. El inicio de la Primera Guerra Mundial interrumpe la importación de cebada cervecera proveniente de Europa, es cuando se decide comenzar a producir localmente el cereal (Tomasso 2007).

El Gráfico II 1 muestra la evolución de la superficie sembrada y cosechada de cebada cervecera en Argentina entre las campañas 1969/70 y 2013/14.

Gráfico II 1: Evolución de la Superficie Sembrada y Cosechada de Cebada Cervecera. Campañas 1969-70 a 2013-14.



Fuente: Sistema Integrado de Información Agropecuaria.

Durante el período comprendido entre los años 1970 a 1985 se sembraban solo 60 mil hectáreas, por lo que la actividad económica relacionada con la cebada cervecera era insignificante comparada con la de otros cereales como el trigo. Con la firma del tratado de complementación económica entre la Argentina y Brasil en la década de los '90 (más adelante Mercosur) el cereal

toma importancia y comienza a crecer la superficie sembrada de manera interrumpida. Entre las campañas 1985/86 y 2013/14 la superficie sembrada creció de 60 mil ha a más de un millón, alcanzó su punto máximo en la campaña 2012/13 con 1,8 millones de ha sembradas.

Entre los factores que influenciaron el aumento sostenido de la superficie sembrada se destacan la mayor demanda internacional de cebada cervecera y malta y el menor ciclo de cultivo en comparación con otros cereales invernales.

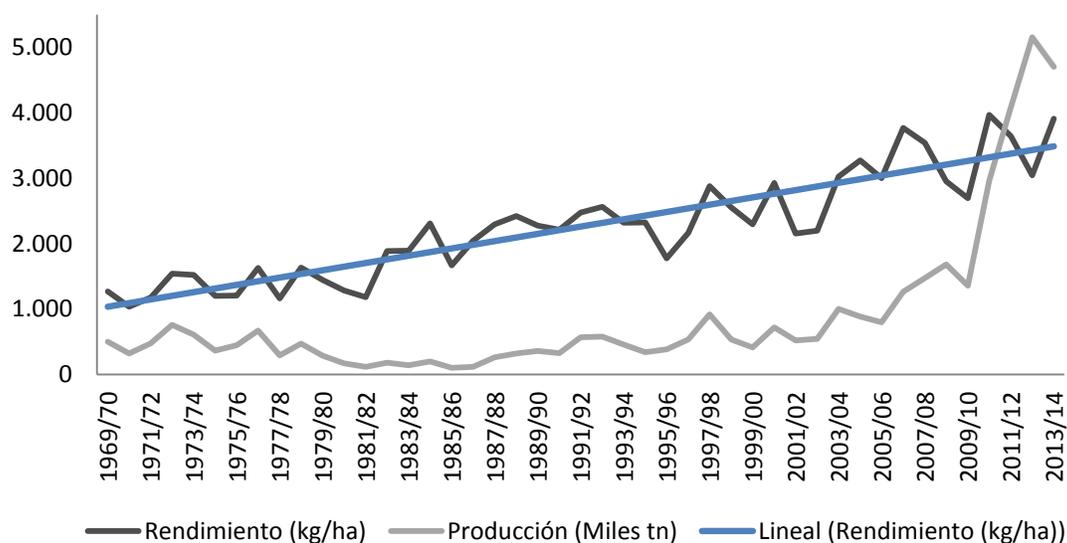
El considerable crecimiento del consumo de cerveza en Latinoamérica es el motor que impulsa el aumento en los requerimientos de cebada cervecera y malta. En este contexto, Argentina es actualmente el único país sudamericano en condiciones de acrecentar la superficie de siembra en forma inmediata y aumentar la oferta del cereal (Tomaso 2007).

El Gráfico II 1 muestra que en las últimas 10 campañas la superficie sembrada creció un 365%, la campaña 2009/10 muestra un descenso a causa de la extrema sequía.

Además de los motivos antes mencionados, este aumento se explica en gran parte por la reorientación de los cultivos a favor de otros cereales de invierno en detrimento del trigo, debido a la intervención que ha sufrido desde 2005 el mercado de este cereal con restricción y cuantificación de las exportaciones, falta de precios de referencia al momento de venta y discriminación de precios por parte de los principales compradores. Como consecuencia, buena parte del área de invierno se trasladó a la siembra de cebada, que a diferencia del trigo puede exportarse sin restricciones oficiales.

Por último, los malos resultados obtenidos durante la última cosecha, sumado a problemas de calidad para la entrega a la industria y complicaciones en la comercialización, explican el brusco descenso observado en la última campaña (2013/14), con 1263 ha de superficie sembrada versus 1819 del ciclo pasado. Ello hizo que en la campaña 2013/14 los productores optaran por volver al esquema antiguo, con el trigo como principal cultivo invernal (Bolsa de Cereales, 2014).

Gráfico II 2: Cebada Cervecera. Evolución de la Producción de Grano y Rendimiento. Campañas 1969-70 a 2013-14.



Fuente: Sistema Integrado de Información Agropecuaria.

El Gráfico II 2 muestra la evolución de la producción de grano de cebada cervecera en Argentina y su rendimiento (granos producidos en relación a hectáreas cosechadas). Entre las campañas 1969/70 y 2013/14 la producción pasó de 500 mil toneladas a más de 4 millones de tn.

Los nuevos cultivares de alto potencial de rendimiento, junto con la fertilización, el control de malezas y enfermedades y mayores conocimientos sobre el manejo y la fisiología del cultivo permitieron aumentar los rendimientos y la estabilidad de la calidad del cultivo, haciéndolo más competitivo frente a otras alternativas de producción (Gimenez y Tomaso 2009).

En los últimos 10 años la producción de grano creció un 431% y el rendimiento por hectárea un 20%.

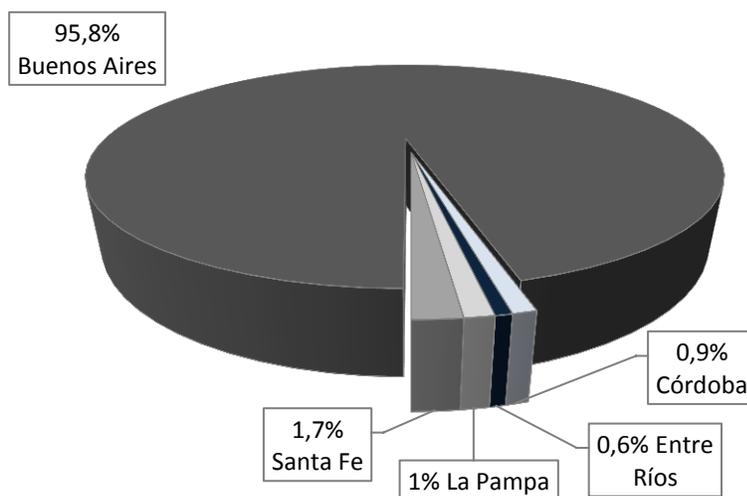
No obstante, un factor que limita mayores rendimientos es la falta de fertilidad de los suelos. Ello sumado a que un porcentaje cada vez más elevado de partidas de cebada muestra valores de proteínas sumamente bajos (factor elemental para la calidad de la cerveza), resultan en dos problemas difíciles de resolver para el sector industrial maltero - cervecero (Gimenez y Tomaso 2009).

En el país existen cuatro zonas principales que producen cebada cervecera, las tres más importantes se ubican en la provincia de Buenos Aires que concentra más del 90% del total producido.

El sudeste bonaerense, donde se localizan las principales malterías, aporta el 40% de la producción total; el sudoeste bonaerense y La Pampa producen otro 25%; el área central de Buenos Aires aporta un 30%; finalmente, la zona ubicada al este de Santa Fe, Entre Ríos y sudeste de Córdoba produce el 5% restante.

El Gráfico II 3 muestra el porcentaje de producción de cebada cervecera por provincia en el último quinquenio.

Gráfico II 3: Participación Provincial en la Producción de Cebada Cervecera, (datos promedio del último quinquenio).



Fuente: Sistema Integrado de Información Agropecuaria

Tanto en el centro de Buenos Aires como en Santa Fe y Córdoba se utiliza el cultivo de cebada cervecera principalmente porque el menor ciclo permite liberar el lote antes que el trigo, esto aumenta el rinde de los cultivos de segunda, en especial la soja, e incrementa la rentabilidad del sistema de producción.

En nuestro país, la siembra y comercialización de cebada cervecera se llevan a cabo a través de cooperativas y acopiadores y aún por las mismas malterías.

El destino del grano de cebada cervecera es la exportación y, dentro del mercado argentino, la industrialización para la obtención de malta. Las industrias malteras distribuyen las semillas de los cultivares que desean producir en cada zona y la compra se realiza bajo condiciones de calidad del grano establecidas en un contrato.

Dentro de estos parámetros de calidad los más importantes son el poder germinativo, el contenido de proteínas y el tamaño de los granos⁹ (Gimenez y Tomaso 2009).

Tabla II 1: Requerimientos de Calidad para la Comercialización de Cebada Cervecera.

Rubros	Base (%)	Tolerancia (%)	Bonificaciones (%)	Rebajas
Capacidad germinativa (mín.)	98	95	--	A valores <98% y hasta el 95% a razón del 0,5% por cada por ciento
Materias extrañas (máx.)	0,5	1,0	--	A valores >0,5% y hasta el 1% a razón del 1% por cada por ciento
Granos dañados (máx.)	0,5	1,5	A valores <0,5% a razón del 1% por cada por ciento	A valores >0,5% y hasta el 1,5% a razón del 0,5% por cada por ciento
Granos pelados/quebrados (máx.)	1,5	4	A valores <1,5% a razón del 1% por cada por ciento	A valores >1,5% y hasta el 4% a razón del 0,5% por cada por ciento
Carbón (máx.)	--	0,2	--	A valores >0,2% a razón del 1% por cada por ciento
Granos picados (máx.)	--	0,5	--	A valores >0,5% a razón del 1% por cada por ciento
Bajo zaranda de 2,2 mm (máx.)	--	4,0	A valores <4% a razón del 1% por cada por ciento	A valores >4% a razón del 1% por cada por ciento
Calibre sobre zaranda de 2,5 mm (mín.)	85	80	--	A valores <85% y hasta el 80% a razón de 0,5% por cada por ciento
Proteínas (mín.)	--	9,5	--	--
Proteínas (máx.)	--	13,0	--	--
Humedad (máx.)	12	12,5	A valores <12% a razón del 1,2% por cada por ciento	Para mercadería que excede el 12,5% de aplica una merma

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Resolución 27/2013.

De esta manera, el resultado económico del cultivo para el agricultor está definido por el rendimiento del grano y el cumplimiento de los parámetros de comercialización

⁹ El poder germinativo debe ser alto, ya que los granos que no germinan nunca van a transformarse en malta. El contenido de proteínas es muy importante para la cadena agroindustrial ya que bajos contenidos limitan las cantidades de nutrientes para que las levaduras realicen la fermentación y altos contenidos de proteínas disminuyen la calidad de otros factores, enturbian la cerveza durante la cadena de frío y afectan el sabor de la misma. El tamaño de los granos es muy importante, granos de menor tamaño presentan distintas velocidades de germinación, alto contenido de proteínas y bajo almidón, y poseen dificultades en la germinación.

Al considerar el crecimiento que el cultivo de cebada cervecera ha experimentado en los últimos años en Argentina y el aumento en las exigencias de calidad del grano requeridas por la industria y los países importadores, en 2013 el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, mediante Resolución N°27, modificó la norma V de calidad y comercialización de cebada de la anterior Resolución N°1075/1994.

Las especificaciones y tolerancias respecto de los parámetros de calidad del grano presentados a acopio, industria y exportación a terceros países pueden verse en la Tabla II 1.

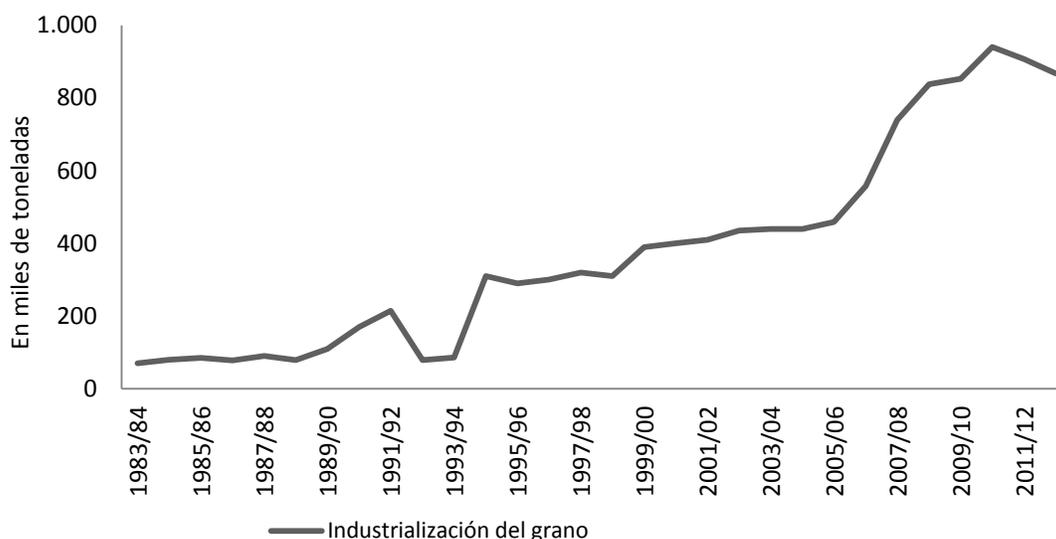
II.1.2 ELABORACIÓN DE MALTA

La malta es el producto resultante de un proceso natural durante el cual la cebada cervecera sufre cambios en su estructura. De las cualidades y tipos de cerveza que se quieren elaborar, depende la forma de conducción de este proceso de malteado.

Los antecedentes de la industria maltero cervecera en nuestro país se remontan al año 1918 con la construcción de una maltería en la Estación Ferroviaria Hudson que inicia la producción de malta con 1.393 toneladas de cebada argentina.

El Gráfico II 4 muestra la evolución en la industrialización del grano de cebada cervecera para la producción de malta (cebada germinada tostada).

Gráfico II 4: Evolución de la Industrialización del Grano de Cebada Cervecera. Campañas 1983-84 a 2013-14.



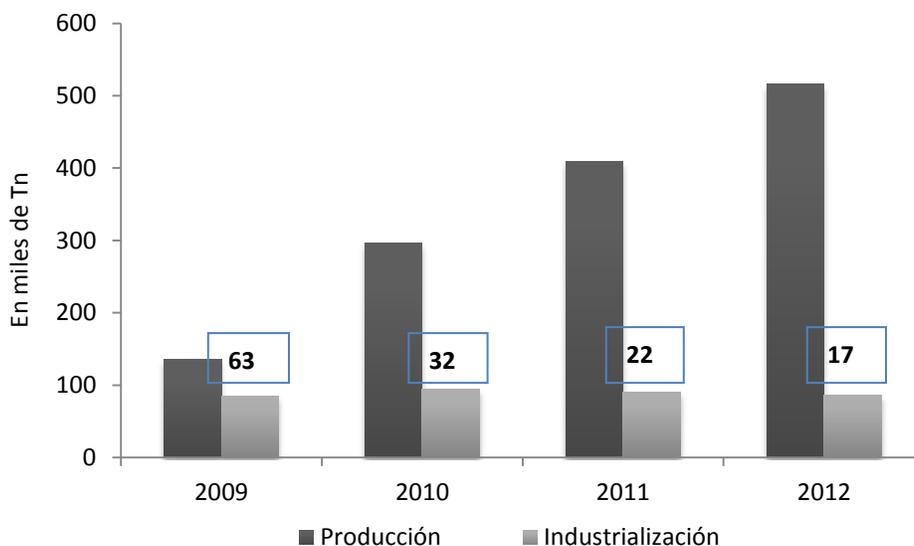
Fuente: Bolsa de Cereales y Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

En el decenio 1980-1990 la industria de producción de malta utilizó un volumen anual promedio de 70.000 toneladas de grano de cebada cervecera, aumentó a 250.000 toneladas en la década de los noventa y llega en la actualidad a industrializar alrededor de 900.000 toneladas. En los últimos 10 años el país duplicó la industrialización del grano.

Si bien en los últimos 10 años la producción de cebada cervecera en el país creció un 431%, la capacidad interna de procesamiento del grano no aumentó en línea con la oferta, lo que produjo un incremento de las ventas de granos sin procesar. Es decir, una desindustrialización del sector.

Mientras que en 2009/10 las malterías llegaron a procesar un 63% de la producción local de cebada cervecera, en las últimas tres campañas ese porcentaje no superó el 25% (ver Gráfico I 5).

Gráfico II 5: Producción e Industrialización de Cebada Cervecera. Años 2009-2012.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

De todas maneras, la elaboración de malta creció en forma considerable. La producción anual media en el quinquenio 1980-1984 osciló en 50.000 toneladas, creció hasta alrededor de 170-180 mil toneladas a mediados de los 90 y alcanzó en 2007 las 380.000 toneladas anuales..

La instalación de nuevas plantas procesadoras y el aumento de la capacidad de industrialización de las ya existentes llevaron a que la capacidad potencial creciera considerablemente. Del tonelaje de malta producido, alrededor del 30% se destina a la industria cervecera dentro del país y el resto se exporta principalmente a Brasil (Gimenez y Tomaso 2009).

En el país existen cinco planta malteras aunque más del 95% de la producción de malta se concentra en tres firmas: Cargill, Quilmes y Pampa (Ver Tabla II 1).

Tabla II 2: Plantas Malteras en Argentina.

Empresa	Localidad	Capacidad Productiva Anual de Malta	En % del total	Capacidad de Almacenamiento
Cervecerías y Maltería Quilmes	Tres Arroyos	200.000	32%	55.000
Maltería Pampa S.A	Puan	180.000	29%	144.000
Cargill	Bahía Blanca	90.000	14%	115.000
Cargill	Rosario	135.000	21%	170.000
Tai Pan Malting	LLavallol	24.000	4%	5.000
Total		629.000	100%	489.000

Fuente: Cámara de Industria Cervecera Argentina.

Una botella de cerveza tiene aproximadamente 1 litro. Una cerveza común hecha en la Argentina utiliza 12Kg de malta cada 100 litros y una cerveza premium (elaborada con el 100 % de malta de

cebada) emplea 18Kg de malta cada 100 litros. Con la capacidad productiva anual de malta de las cinco plantas (629 mil toneladas), se pueden elaborar 436,8 millones de litros de cerveza común o 291,2 millones de litros de cerveza premium por mes en Argentina.

II.1.3 PRODUCCIÓN DE CERVEZA

La cerveza es el producto final de la cadena agroindustrial cebada cervecera – malta – cerveza.

Clasificación de las cervezas

Según los cereales utilizados	⇒	Cerveza genuina
		Cerveza de ... (se indica el o los cereales empleados)
De acuerdo al contenido de extracto del mosto original	⇒	Cervezas claras (livianas, común, especial o extra)
		Cervezas oscuras (negra).
Según el contenido alcohólico	⇒	Cerveza sin alcohol
		Mala líquida
		Extracto de malta

La industria cervecera nacional se caracteriza por ser un sector altamente concentrado y de propiedad privada. Más del 90% de la producción de cerveza industrial está en manos de tres grandes jugadores que producen anualmente unos 19 millones de hectolitros.

El liderazgo corresponde a Cervecería y Maltería Quilmes, una filial de AB InBev que con un poder significativo de mercado concentra aproximadamente el 70%, le sigue la firma chilena Compañías Cerveceras Unidas (CCU) con el 23% y en tercer lugar, con un market share del 5%, la compañía colombo africana SAB Miller que en 2010 compro a Warsteiner su filial CASA Isenbeck.

A esto se le suman cerca de 200 cervecerías artesanales elaboradas por unos 1200 cerveceros que buscan satisfacer a consumidores atraídos por otras alternativas a la cerveza industrial (Minagri 2010).

La Tabla II 3 presenta información referida las tres firmas cerveceras que compiten en el mercado argentino.

Tabla II 3: Firmas Cerveceras en Argentina.

	Quilmes AB Inveí	Compañías Cerveceras Unidas	SAB Miller
Origen de la firma	Argentina	Chilena	Colombo-Africana
Año de fundación	1890	1902	En 2010 compra CASA Isenbeck fundada en 1994
Share del mercado	70%	23%	5%
Capacidad productiva (hs/ año)	13 Millones	6 Millones	< 1 Millón
N° empleados Argentina	5.000	1.280	S/D
Materias propias	1	0	0
Plantas industriales de elaboración de cerveza	11 (Quilmes, Zárate, Tres Arroyos, Corrientes, Tucumán, Córdoba, Mendoza entre otros)	3 (Santa Fe, Lujan y Salta)	1 (Zárate)
Centros de distribución	9	3	S/D

Distribuidores independientes	192	170	S/D
Marcas que comercializa	Quilmes (Cristal, 1890, Stout, Night, Lieber, Bock, Bajo Cero), Brahma, Stella Artois, Iguana, Andes, Norte	Propietaria y productora de Schneider, Imperial, Salta, Santa Fe, Córdoba, Palermo, Bieckert. Elabora y distribuye Heineken, Amstel y Budweiser. Distribuidora exclusiva de Guinness, Kunstmann, Otro Mundo .	Warsteiner e Isenbeck Miller Genuine Draft
Otros	Produce, elabora, distribuye y comercializa gaseosas, aguas minerales, jugos e isotónicos, en alianza con PepsiCo y Nestlé.	Participa del mercado de la sidra con las marcas Real, Sáenz Briones 1888, La Victoria. Elabora y comercializa en la Argentina vinos de la Bodega Tamarí.	

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a marcas, los dos primeros puestos en ventas son para Quilmes (40%) y Brahma, ambas pertenecientes al mismo grupo, AB Inveí.

En el segmento de las cervezas premium, el primer puesto es para Stella Artois; marca belga producida localmente desde 2004 por AB Inveí, le sigue Heineken de origen holandés en manos de CCU y finalmente Warsteiner y Miller controladas por SAB Miller.

Las cervezas de tipo premium presentan una calidad más elevada y registran precios entre 30% (si son de origen nacional) y 200% (si son importadas) más altos que las líderes del segmento tradicional. Su aparición y auge se desarrolló durante los años '90, aunque con mayor intensidad luego del 2001.

El cambio en los hábitos de consumo y la cada vez más amplia y diversificada oferta hizo que el segmento premium pasara de representar el 6,4% del total de las ventas en 2002 al 17,2% en el año 2011, en desmedro del segmento medio (Quilmes, Isenbeck, Budweiser y Schneider) que redujo su participación del 84,4% del mercado en 2002 a un 78,7% a 2011. (Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca 2014).

A las cervezas tradicionales y las premium se suman las cervezas artesanales elaboradas en el país por un centenar de empresas como Antares o El Bolsón, así como otras marcas argentinas como Imperial, Otro Mundo y Patagonia.

La primera fábrica de este tipo nació en el Bolsón en los años '80. Desde entonces se crearon más de 200 marcas de cervezas caseras, con precios superiores a los de las cervezas industriales. Las cervecerías artesanales se localizan en Bariloche, El Bolsón, Ushuaia, Villa General Belgrano, y diversas localidades de Buenos Aires. En conjunto, las cervezas artesanales no llegan a representar el 1% del total de producción.

Para finalizar con la presente sección, destinada a la cadena agroindustrial cebada cervecera-malta-cerveza, merece la pena mencionar algunos indicadores de desempeño del sector.

De acuerdo a la serie de datos del INDEC a precios del año 1993, en el año 2011 la Elaboración de cerveza y bebidas malteadas y malta totalizó un valor bruto de producción de 6.585 millones de pesos, con una participación de 2,48% en el total de la industria de alimentos y bebidas (AyB), y un valor agregado bruto de 3.393 millones de pesos, con 4,54% de participación en el total de la industria de AyB.

El crecimiento del valor agregado del sector entre 2002 y 2011 fue del 162% y la cantidad de empleo registrado en 2011 fue de 7.230. Ello representó el 2% del empleo total de la industria AyB y mostró un incremento del 37% respecto del año 2002 (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca 2012).

II.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA RELACIONADA CON LA ELABORACIÓN DE VINO EN ARGENTINA

La elaboración del vino consiste en transformar la uva fresca, mediante un proceso de fermentación completo o parcial, en una bebida alcohólica. El mismo se lleva a cabo a través de varias etapas que, si bien son bastante uniformes, difieren en función del tipo de vino que se quiere obtener (blanco, rosado o tinto), del grado alcohólico y de las características de la fermentación (vino tranquilo o vino espumoso).

La producción de vino comienza con el ingreso de la uva cosechada a la bodega y finaliza con la obtención del producto a granel, en el medio transcurren diferentes etapas (Ver Tabla II 4).

Tabla II 4
Actividades Relacionadas con la Elaboración de Vino - Cadena Productiva.

Sector	Primario	Industria del Vino				
Etapas	Producción de uva	Molienda y prensado	Fermentación Alcohólica	Clarificación y Filtración	Refrigeración	Envasado
Principales Actividades	.Siembra	.Despalillado	.Maceración	.Incorporación de sustancias para separar las impurezas del vino	.Clarificación del vino	.Embotellado
	.Cosecha/Vendimia	.Estrujado	.Transformación del mosto en vino		.Enfriado -2/-3 °C	.Crianza en botella
		.Molienda de granos	.Desarrollo del color del vino		.Reposo 5 a 10 días	
		.Proceso de fermentación	.Reposo del vino		.Añejamiento en barricas de madera	

Fuente: Consejo Federal de Ciencia y Tecnología

A continuación se profundiza sobre la producción de uva para vinificar en nuestro país y la elaboración de vino.

II.2.1 PRODUCCIÓN DE UVAS PARA VINIFICAR

De acuerdo con el Código Alimentario Argentino, se entiende por uva para vinos el fruto fresco, maduro, sano y limpio de la *Vitis vinifera* L en sus distintas variedades, que una vez cosechado no ha sufrido proceso de fermentación o deshidratación alguno que modifique sus propiedades y condiciones naturales.

La plantación de vides tiene larga data en Argentina, ya en 1873 el país contaba con una superficie de 2.000 hectáreas plantadas, que en 1893 se habían quintuplicado a unas 10.000 ha.

De acuerdo al Censo Nacional Vitivinícola (CNV) de 1979, la máxima superficie vitícola se registró ese año con 316.355 hectáreas implantadas con 52.171 viñedos. Esta superficie respondía a una vitivinicultura argentina que ofrecía sus productos en el mercado nacional en donde el consumidor demandaba grandes volúmenes de vino indiferenciado (sin mencionar varietal).

A partir de entonces comenzó un período contractivo que culminó en el 2000 con 20.113 ha y un mínimo de 25.180 viñedos, ello implicó la pérdida de casi el 50% de los viñedos en el transcurso de dos décadas.

La erradicación de viñedos respondía a una política que buscaba acabar con el modelo de desarrollo vitícola cuantitativo basado en el vino de mesa para el mercado interno. La Ley 23.550 de 1988 prohibía en todo el territorio de la Nación por el término de cinco años la implantación de viñedos de cualquier variedad que no fueran finas.

A partir de 1991, el Decreto Ley 2.284 de Desregulación Económica liberalizó totalmente los mercados vitivinícolas y eliminó todo tipo de regulaciones existentes. Los gobiernos de Mendoza y San Juan privatizaron las bodegas públicas.

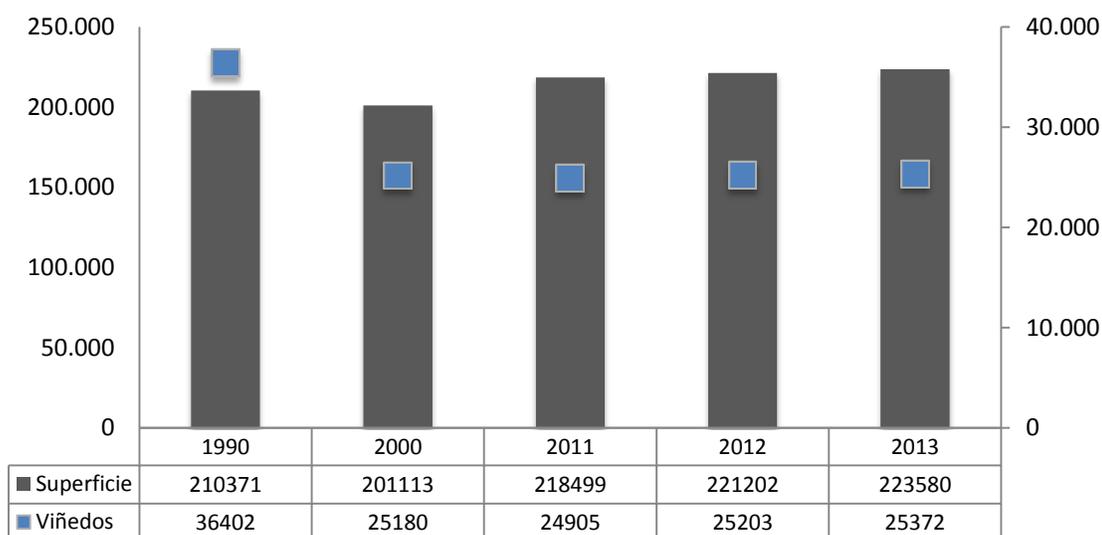
Durante los '90 el rol de los actores privados y la coordinación del sector público sepultaron el viejo modelo cuantitativo e iniciaron un nuevo proceso orientado a los mercados internacionales e interno, comenzaron a respetarse las señales del mercado con sistemas de intervención acordados con el sector privado (Gennari, A. et al., 2013).

Desde 2000 a la fecha la tendencia contractiva se revirtió levemente, en los siguientes 13 años se iniciaron 192 viñedos adicionales que alcanzaron un total de 25.372 viñedos en funcionamiento en 2013.

Este leve incremento se dio aun cuando el consumo interno de vinos seguía en descenso, fenómeno analizado en la sección I de consumo que se relaciona a factores estructurales, cambios en la dieta de la población y a la aparición de una creciente variedad de competidores en el rubro de las bebidas alcohólicas.

El Gráfico II 6 muestra la evolución de la superficie implantada y cantidad de viñedos para cinco años seleccionados.

Gráfico II 6: Superficie Implantada de Vid y Cantidad de Viñedos.



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura 2014.

Durante el período 2000-2013 incrementaron la superficie implantada y el número de viñedos un 11% y 0,8% respectivamente.

El sistema de conducción predominante de los últimos años es el parral, representa el 55% de la superficie con vid, le sigue en importancia la espaldera alta con el 34% y la espaldera baja con el 10%. Los otros sistemas son poco representativos.

Con relación al destino de la uva, la Tabla II 5 muestra el predominio casi absoluto de variedades de uva para la elaboración de vinos.

Tabla II 5: Destino de la Uva, en % de la Superficie Implantada.

Destino	1990	2000	2011	2012	2013	Var 13-90	Var 13-00
Total	210.371	201.113	2184.99	221.202	223.580	6%	11%
Vinificar	96,1%	93,7%	92,2%	92,3%	92,3%	2%	10%
Consumo	1,6%	4,4%	5,6%	5,6%	5,6%	274%	43%
Pasas	2,0%	1,7%	1,7%	1,7%	1,8%	-4%	14%
Otros usos	0,3%	0,2%	0,5%	0,4%	0,3%	-12%	30%

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura 2014.

En 2013, la uva para vinificar representó el 92,34% del total implantado (223.580 ha) y mostró un aumento del 10% con respecto al año 2000.

Las variedades destinadas al consumo constituyeron el 5,6% de la superficie y crecieron un 43% en el período 2000-2013. Las uvas aptas para pasas constituyeron el 1,8% del total implantado y crecieron un 14%. Finalmente, la superficie implantada con uvas destinadas a otros usos (0,3% del total) ascendió un 30% durante el mismo período analizado.

El incremento de la superficie implantada con variedades aptas para consumo en fresco y pasas se ha dado mayoritariamente en la provincia San Juan. Desde finales de los '80 la provincia comenzó un proceso de diversificación de los usos de la uva con políticas que facilitan estas inversiones.

Sobre un total de 206.448 ha de vinificar en 2013, las variedades tintas representaron el 53% del total, las blancas el 20,5% y las rosas el 26,5%.

Dentro de las variedades tintas de vinificar se destacan la variedad Malbec (33%), le siguen en importancia la variedad Bonarda (17%), Cabernet Sauvignon (15%) y Syrah (12%), entre otras.

En las blancas, la mayor superficie corresponde a la variedad Pedro Giménez (28%), Torrontés Riojano (19%), Chardonnay (15%) y Moscatel de Alejandría (7%), entre otras variedades.

En las variedades rosadas se pueden mencionar Cereza (53%), Criolla Grande (30%) y Moscatel Rosado (13%).

Con el objeto de hacer frente a la demanda de vinos de calidad que se comercializan tanto en el mercado interno como externo, continúa la adecuación de la superficie iniciada en años anteriores hacia variedades de alta calidad enológica (ACE). En este sentido, el 66% de la superficie plantada con uvas de vinificar en 2013 (136.967 ha) corresponde a variedades de ACE, estas uvas mostraron en 2013 un incremento del 32% con respecto al año 2000.

El rendimiento, en quintales por hectárea, de este tipo de uvas (85 qq/ha) representa poco más de un tercio del rendimiento de las variedades comunes (220 qq/ha) destinadas a elaborar vinos básicos. Asimismo, el costo de producción de las variedades de alta calidad duplican el costo de las variedades comunes (Alturria, L. 2012).

Argentina posee la mayor superficie de viñedos en la región, la vitivinicultura se desarrolla principalmente en la zona Centro Oeste del país.

La Tabla II 6 muestra para el año 2013, por provincia, la cantidad y tamaño promedio de los viñedos así como la superficie implantada con vides.

Las principales provincias productoras de uvas son Mendoza y San Juan, en conjunto representan el 92% de la superficie implantada y el 87% del total de viñedos.

Tabla II 6: Distribución de Viñedos por Provincia. Año 2013.

Provincia	Viñedos			Superficie		
	Cantidad	% en el total	Tamaño promedio	Hectáreas	% en el total	Var 13-2000
Mendoza	16.690	65,78	9,46	158.965	71,1	13%
San Juan	5.334	21,02	8,96	47.632	21,3	5%
La Rioja	1.266	4,99	6,07	7.198	3,22	-5%
Catamarca	1217	4,80	2,09	2.639	1,18	13%
Río Negro	273	1,08	6,35	1.684	0,75	-34%
Salta	252	0,99	7,95	2.922	1,31	63%
Córdoba	135	0,53	1,72	275	0,12	-11%
Neuquén	83	0,33	24,7	1.689	0,75	841%
Buenos Aires	43	0,17	9,22	118	0,05	5.800%
Tucumán	24	0,09	1,94	83	0,04	577%
La Pampa	14	0,05	15,5	216	0,01	2.614%
Jujuy	13	0,05	0,21	12	0,00	n/c
Entre Ríos	12	0,05	2,04	25	0,01	n/c
Misiones	7	0,03	0,75	5	0,00	n/c
San Luis	5	0,02	26,1	85	0,04	620%
Chubut	3	0,01	20,0	21	0,00	n/c
Sgo. Del Estero	1	0,004	8,80	9	0,00	2%
Total	25.372	100	8,73	223.580	100	11%

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura

Nota: Las provincias de Jujuy, Entre Ríos, Misiones y Chubut no tienen registro de hectáreas plantadas con vid en el año 2000.

El tamaño promedio de los viñedos es levemente inferior en Mendoza que en San Juan, asimismo la primera provincia ha incrementado un 13% su superficie implantada entre los años 2000 y 2013, mientras que San Juan lo ha hecho en un 5%.

El incremento más notable en la superficie implantada se ha dado en las provincias de Buenos Aires, La Pampa y Neuquén, sin embargo su participación en el total de hectáreas apenas supera el 5%. Contrariamente, las Río Negro, Córdoba y la Rioja redujeron la superficie implantada entre los años 2000 y 2013.

El tamaño promedio de los viñedos varía notablemente entre jurisdicciones, mientras que en San Luis, Neuquén y Chubut el tamaño promedio supera las 20 ha, en Jujuy y Misiones no llega a los 10 mil metros cuadrados.

La Tabla II 7 brinda información adicional sobre la cantidad de viñedos, según escala, para todo el país. Se evidencia que en 2013, sobre un total de 25.372 viñedos registrados, el 60% tuvo una extensión que no supera las 5 hectáreas.

La columna de variación de la cantidad de viñedos según escala muestra que los viñedos con rango de superficie superior a las 7,5 ha aumentaron durante el período analizado. Si bien los viñedos de mayor superficie (más de 100 ha) representan menos del 1% en el total de las categorías, son los que han experimentado la mayor variación entre 2000 y 2013 (37,4%).

Si bien los viñedos de menor superficie mostraron una importante retracción durante el período analizado, en 2013 el 60,8% del total de viñedos tuvo una extensión menor a 5 ha.

El predominio de la pequeña escala de superficie agudiza el problemas de rentabilidad en aquellas explotaciones con bajos volúmenes de producción total porque no compensan la baja rentabilidad por unidad de producto, sobre todo en viñedos con uvas de inferior calidad enológica y de bajos precios (Alturria, L. 2012).

Tabla II 7: Viñedos y Superficie Implantada según Escala. Año 2013.

Escala	Viñedos		Variación % 2013-2000	Superficie	
	Cantidad	% en el total		Hectáreas	% en el total
=< a 0,5	2.176	8,6	4,46	650	0,29
> 0,5 a 1	2.434	9,6	-8,9	1.928	0,89
> 1 a 2,5	5.173	20,4	-4,93	9.179	4,11
> 2,5 a 5	5.646	22,2	-5,68	21.190	9,48
> 5 a 7,5	2.664	10,5	-2,46	16.519	7,39
> 7,5 a 10	1.904	7,5	1,87	16.791	7,51
> 10 a 15	1.780	7	3,75	21.936	9,81
> 15 a 25	1.806	7	12,18	35.081	15,69
> 25 a 50	1.158	4,6	13,13	40.245	18
> 50 a 100	458	1,8	10,76	31.249	13,98
Más de 100	173	0,7	37,40	28.757	12,86

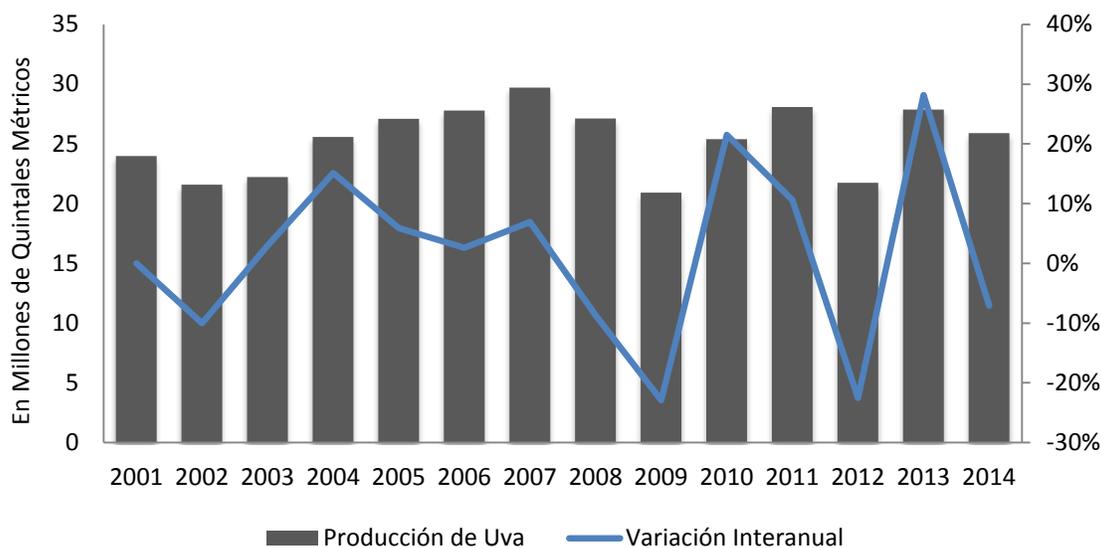
Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura 2014.

En Argentina y en todo el hemisferio Sur, de acuerdo con la variedad y la región vitivinícola, la vendimia o cosecha de las uvas se realiza desde enero hasta finales de abril.

El Gráfico II 7 muestra la evolución de la uva cosechada con destino a la vinificación en los últimos 14 años, así como su variación interanual.

Entre 2001 y 2007 la producción total de uvas para vinificar incrementó un 38%, acercándose en 2007 a un nivel que no se observaba desde fines de la década de los '80 (30 millones de quintales métricos). Esta expansión se dio en un contexto macroeconómico que favorecía la colocación de producción en los mercados externos de la mano de una creciente presencia de cepas de alta calidad enológica.

Entre 2008 y 2013 la producción total de uvas apenas creció un 3%, y si se considera el año 2014 se observa una caída del 5% respecto de 2008. La producción nunca recuperó el máximo de 2007. En el ciclo corto se remarcan dos caídas, la de 2009 y 2012, ambas vinculadas a factores climáticos de las cuales se recuperó rápidamente en cada año subsiguiente.

Gráfico II 7: Evolución de la Producción de Uva Destinada a Vinificar. Años 2001-2014.

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura 2013.

Del total de uvas destinadas a la elaboración de mostos y vinos en 2013, el 43,21% correspondió a variedades tintas, el 35% a rosadas y el restante 21,7% a variedades blancas.

En el mismo año, las principales variedades elaboradas fueron Cereza (19%), Malbec (13%), Criolla Grande (12%), Bonarda (9%), Pedro Giménez (6%), Syrah (5,6%), Cabernet Sauvignon (5%), Torrontés Riojano (4,4%), Moscatel Rosado (2,8%) y Tempranillo (2,8%), entre otras variedades en menor proporción.

Por otro lado, el 40% del total de uvas vinificadas correspondió a uvas tintas de ACE, el 17% a uvas blancas de ACE, el 40% a otras variedades de vinificar y el 3% a otras variedades. El sesgo hacia uvas de ACE indica la importancia del cambio del sector vitivinícola de cantidad a calidad en los últimos años.

Las uvas tintas de alta calidad vinificadas en la cosecha 2013 tuvieron un aumento del 22% con respecto al año 2012 y una suba del 193% con el año 2000. Dentro de las tintas, el 33% correspondió a la variedad Malbec que muestra una suba del 29% con relación a la vinificación del año 2012 y un aumento del 538% comparado con el año 2000. Le sigue en importancia, con el 23% la variedad Bonarda que incrementó el 28% respecto al año anterior y el 92% con el año 2000. La variedad Syrah representó el 14% de este grupo con un crecimiento del 13% y 328% respecto del año 2012 y 2000 respectivamente.

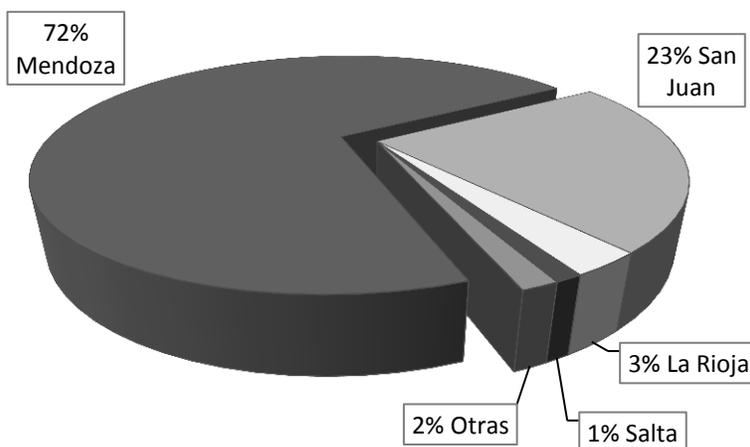
Las uvas blancas de alta calidad ingresadas a elaborar subieron 26% con relación al año anterior, el 36% correspondió a la variedad Pedro Giménez que tuvo un crecimiento del 34% con relación al año 2012 y un descenso del 17% con el año 2000. El 25% fue variedad Torrontés Riojano, que subió un 23% con relación a la cosecha del año anterior. El 16% correspondió a la variedad Chardonnay con incremento del 23%.

También ingresaron a elaborar 9.462.400 quintales de uvas rosadas de vinificar, donde la variedad Cereza y Criolla Grande fue la más representativa.

De acuerdo con la cosecha de uva para vinificar, las provincias más vitícolas son Mendoza, donde se cosechan dos tercios de toda la uva del país, y San Juan (27%), seguidas de lejos por La Rioja

(4%) y Salta (1%). El resto de las 12¹⁰ provincias con plantaciones de vid representan el 2% del total cosechado (Ver Gráfico II 8).

Gráfico II 8: Participación Provincial en la Producción de Uva Destinada a la Elaboración de Mostos y Vino. Año 2013.



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura

II.2.2 ELABORACIÓN DE VINOS

El vino es la bebida que se obtiene a partir de la fermentación alcohólica de la uva fresca y madura o del mosto de la uva fresca, con un contenido de alcohol mínimo del 7% (v/v a 20°C). La Tabla a continuación resume las distintas categorías de vinos contempladas en la Ley General de Vinos.

Tabla II 8: Ley General de Vinos 14.878

Tipos	Descripción
Vinos Genuinos	Obtenidos por la fermentación alcohólica de la uva fresca y madura o del mosto de la uva fresca, elaborados dentro de la misma zona de producción.
Vinos especiales (licorosos y/o generosos)	Categoría A: vino seco o dulce que, sin adiciones, con grado alcohólico no inferior a 12 y 1/2 % en volumen y/o una riqueza alcohólica no menor de 15° GL.; Categoría B: vino seco o dulce cuya graduación alcohólica no sea inferior a 15% en volumen y provenga de la adición de alcohol vínico; Categoría C: vino obtenido al adicionar cualquiera de los siguientes productos: mosto concentrado, mistela, arropo, caramelo de uva o alcohol vínico con una riqueza alcohólica total no inferior a 15° GL.
Vinos espumosos, champaña	El que se expende en botellas con una presión no inferior a cuatro atmósferas a 20° C y cuyo anhídrido carbónico provenga exclusivamente de una segunda fermentación alcohólica en envase cerrado. Se permitirá la adición de licores a base exclusivamente de vino con cognac o aguardiente vínico.
Vino gasificado	El que ha sido adicionado de anhídrido carbónico puro después de su elaboración definitiva.
Vino compuesto	Elaborado con base mínima de 75% de vino alcoholizado o no con el agregado de sustancias aromáticas, amargas y/o estimulantes.

Fuente: Información Legislativa y Documental, Ley 14.878.

¹⁰ Buenos Aires, Catamarca, Chubut, Córdoba, Entre Ríos, Jujuy, La Pampa, Misiones, Neuquén, Río Negro, San Luis y Tucumán.

La producción y el consumo de vinos de Argentina se remontan a comienzos del siglo XVI, cuando los primeros especímenes de *vitis vinifera* fueron traídos a América por los colonizadores españoles. En el año 1551 se introdujo el cultivo en la Argentina y se propagó por el centro, oeste y noreste del país.

Entre 1850 y 1880, el desarrollo de los ferrocarriles y la incorporación de tierras de la Patagonia al territorio nacional tras la campaña del desierto, fomentaron la incorporación de Argentina a los circuitos económicos mundiales. La expansión de superficies aptas para la actividad agropecuaria y la inmigración fueron condiciones para que la industria vitivinícola se asentara como industria nacional.

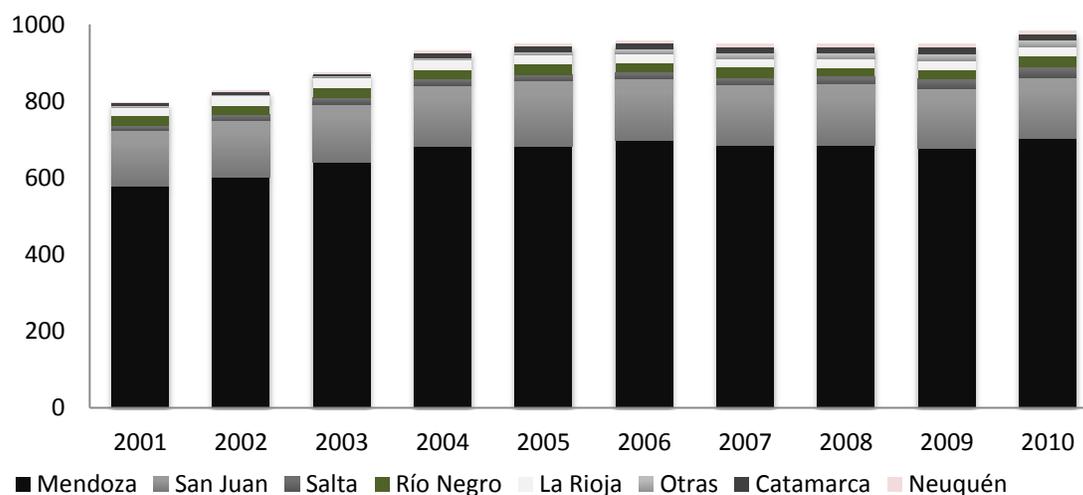
Tanto la sanción de la Ley de Aguas y la creación del Departamento General de Irrigación como las medidas de fomento agrícola y crédito para el cultivo, la construcción de bodegas y la dotación de máquinas y equipamiento tecnológico moderno además de la formación de recursos humanos capacitados para desarrollar la vitivinicultura con bases científicas facilitaron la ampliación de hectáreas cultivadas con vides y el aumento en la cantidad de vino elaborado. Ya en la década del 60' el circuito de producción y elaboración de vino se completaba en los grandes establecimientos vitivinícolas, con plantas de fraccionamiento y una sólida red de comercialización distribuida en los principales centros de consumo del país (Rosnet, J. 2010).

Como se mencionó en la sub sección previa, en 1970 se produjo un quiebre en el modelo centrado en la producción de grandes volúmenes vínicos de baja calidad y escasa variedad dirigida al mercado interno. La irrupción de bebidas gaseosas y cerveza provocó una caída en la demanda del consumo de vino común que pasó de 90 litros per cápita en 1970 a 55 litros en 1991. La década del 80' vio a la vitivinicultura nacional atravesar una de las peores crisis de su historia.

A principios de los 90' comenzó la recuperación del sector a través de la reconversión vitivinícola, la integración de productores y el establecimiento definitivo del fraccionamiento en origen. En línea con lo anterior, la industria comenzó a proyectarse a los mercados internacionales, se incorporaron mejoras cualitativas en los viñedos, tecnologías y prácticas modernas de vinificación en bodegas (Rosnet, J. 2010).

El Gráfico II 9 muestra la evolución de la cantidad de bodegas por provincia entre 2001 y 2010.

Gráfico II 9: Evolución de la Cantidad de Bodegas por Provincia. Años 2001-2010.



Fuente: Asociación de Cooperativas Vitivinícolas.

En el año 2010 la cantidad de bodegas fue de 984, en comparación con las 796 existentes en 2001, representa un crecimiento del 24%.

En 2010 Mendoza concentró el 71% de los establecimientos y San Juan el 16%. El resto de las provincias aportaron menos del 3% al total de bodegas.

La Tabla II 9 muestra información más reciente sobre la cantidad de establecimientos vitivinícolas por provincia. En el año 2013 el país contaba con 949 establecimientos elaboradores y 1.292 bodegas inscriptas.

Tabla II 9: Establecimientos Vitivinícolas por Provincia. Año 2013.

Provincia	Establecimientos Elaboradores		Bodegas Inscriptas	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Mendoza	674	71,0	926	71,7
San Juan	141	14,9	208	16,1
Salta	34	3,6	36	2,8
Río Negro	25	2,6	34	2,6
La Rioja	24	2,5	30	2,3
Catamarca	17	1,8	20	1,5
Neuquén	10	1,1	13	0,9
Córdoba	8	0,8	9	0,7
Buenos Aires	6	0,6	6	0,5
Tucumán	3	0,3	3	0,2
San Luis	2	0,2	3	0,2
Chubut	1	0,1	1	0,1
La Pampa	1	0,1	1	0,1
Entre Ríos	1	0,1	1	0,1
Jujuy	1	0,1	1	0,1
Misiones	1	0,1	1	0,1
Total	949	100	1.292	100

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura 2013.

El Gráfico II 10 muestra la evolución de la producción de vinos en Argentina en las últimas tres décadas así como su variación interanual.

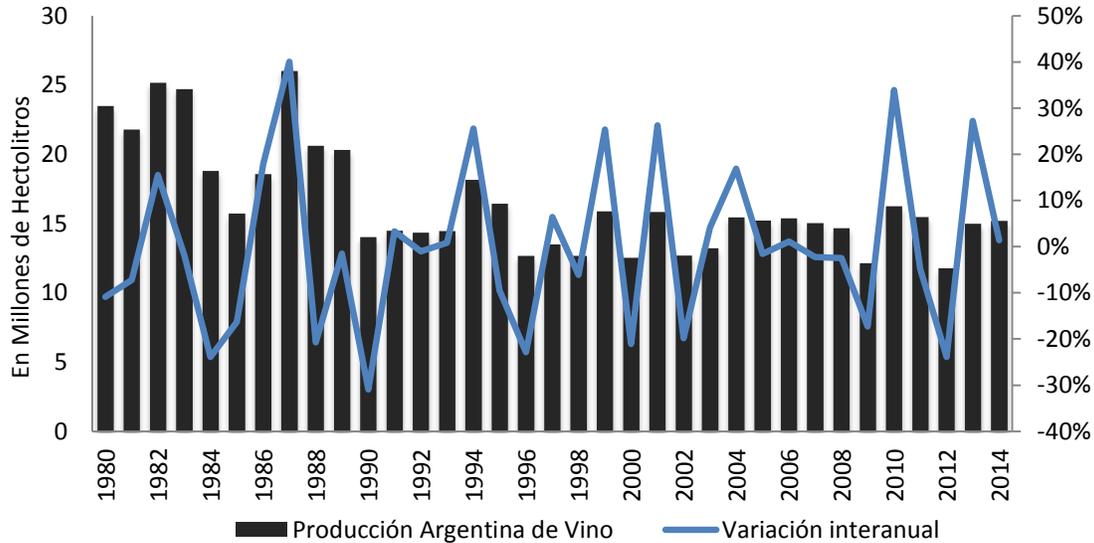
En los últimos 30 años la vitivinicultura Argentina ha pasado por distintas etapas. En los ochenta había sobreproducción de vinos, con niveles superiores a los 25 millones de hectolitros y sus consecuentes caídas en el precio.

Luego de la erradicación de viñedos, a mediados de los noventa la vitivinicultura pasó a una etapa de modernización acompañada con la desregulación del sector, la apertura económica y un dólar barato. La producción promedio de la década fue de 14,7 millones de hectolitros, un 32% menor que el volumen de producción promedio evidenciado en la década del '80.

Recientemente, mediante Ley Nacional 26.870 del año 2013, el Gobierno de la Nación Argentina reconoció al vino como la bebida nacional, destacando que Argentina no es sólo un importante país productor sino también un gran consumidor de vinos.

En los últimos veinte años, la elaboración de vinos en Argentina se ubica en un rango entre 11 y 15 millones de hectólitros. En el año 2014 se produjeron 15.197.450 hectolitros de vino, un 2% menos que hace 10 años.

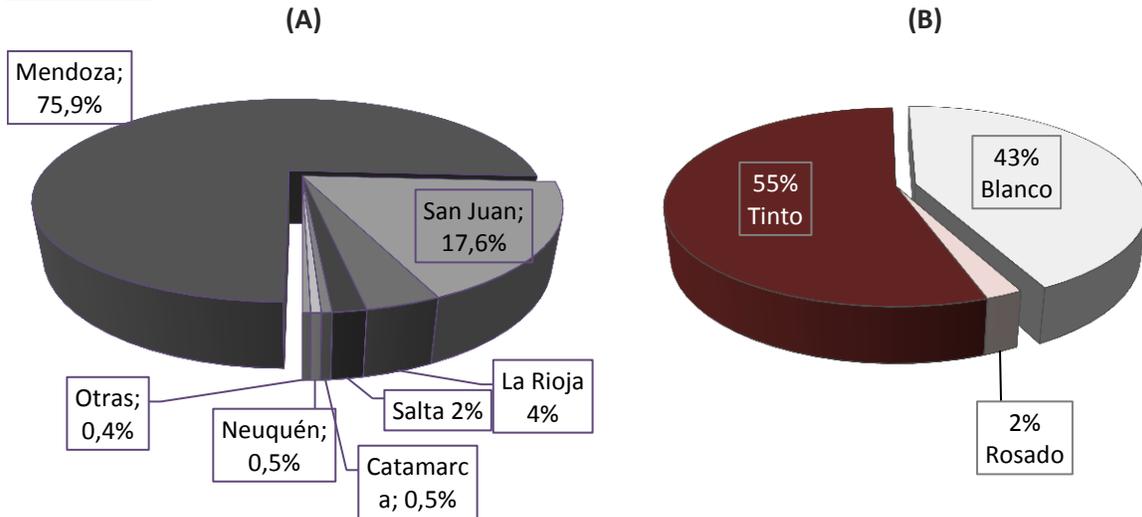
Gráfico II 10: Evolución de la Producción Argentina de Vinos. Años 1980-2014.



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura.

En el mismo año, Mendoza contribuyó con el 76% del total de vino producido, San Juan aportó el 18%, la Rioja el 4%, Salta el 2% y el resto las demás provincias vitivinícolas (ver Gráfico II 11 A).

Gráfico II 11: Participación por Provincia y por Color en la Elaboración de Vinos. Año 2014.



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura

En 2014, el 55% del vino producido fue tinto, el 43% blanco y el 2% rosado¹¹ (ver Gráfico II 11 B). Mendoza aportó el 88% del total de vino tinto producido en el país, el 82% del vino rosado y el 68% del vino blanco.

La Tabla II 10 muestra el tipo de vino, en porcentaje, producido por provincia para el año 2014. Se observa que en todas las jurisdicciones, con excepción de San Juan y Salta, más del 50% del vino producido es tinto.

Tabla II 10: Participación del Color de Vino en el Total Elaborado por Provincia. Año 2014.

Provincia	Blanco	Rosado	Tinto	Total
Mendoza	38	2	59	100
San Juan	63	1	36	100
La Rioja	48	0	52	100
Salta	53	2	45	100
Catamarca	27	7	66	100
Neuquén	16	1	83	100
Río Negro	24	2	74	100
Córdoba	5	1	95	100
La Pampa	16	0	84	100
Tucumán	46	0	54	100
Buenos Aires	31	13	55	100
Entre Ríos	14	5	81	100
San Luis	5	0	95	100
Jujuy	0	0	100	100
Chubut	0	0	100	100
Total	43	2	55	100

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura.

El vino, sin especificar variedad (antes llamados vino comunes), representa la principal producción de la industria vitivinícola argentina. Al menos cuando nos referimos a volúmenes, más del 75% del total del vino producido es varietal.

El vino varietal significa algo más del 15% de la producción nacional de vinos. Su crecimiento desde 2004 (fecha desde que comenzaron a contabilizarse bajo la denominación “varietales”) es sostenido. El mayor factor explicativo de este aumento es el consumo interno (Fundación Instituto de Desarrollo Rural).

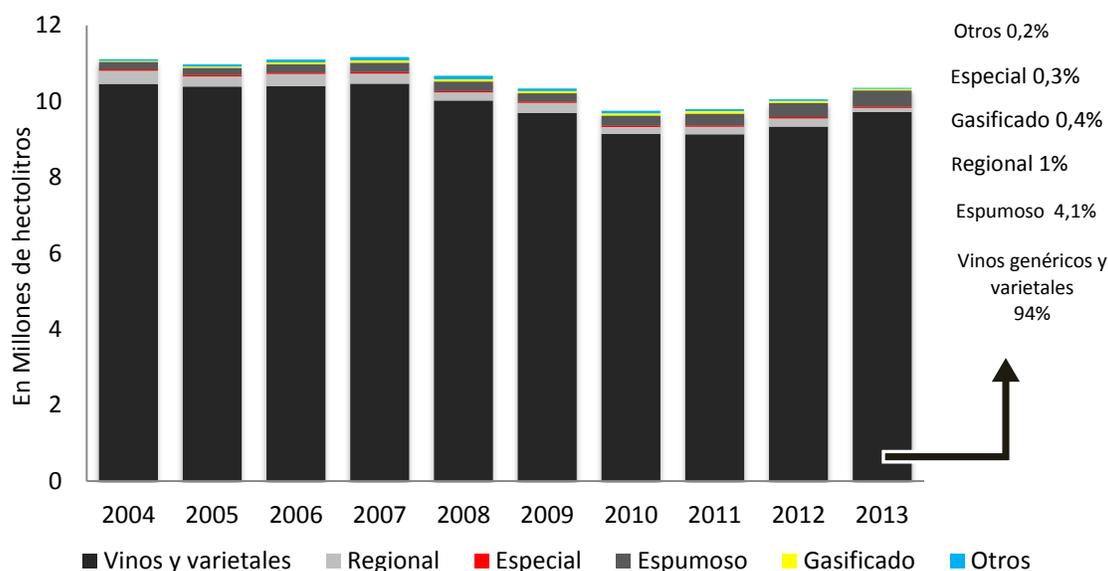
El Gráfico II 11 muestra la evolución en los despachos de vino autorizados para consumo interno, por tipo, para el período 2004-2013. Los vinos genéricos y varietales se agrupan en una única categoría.

En 2013, de los 10.351.751 hectolitros de vino autorizados para consumo interno, el 94% correspondió a vinos sin especificar variedad y varietales, el 4,1% a vinos espumantes, el 1% a vinos regionales y el resto a vinos gasificados, especiales y otros.

¹¹ Los vinos rojos se hacen exclusivamente con uvas tintas, en cambio los blancos pueden elaborarse con uvas blancas o tintas. Esto se debe a que la materia colorante se encuentra en la piel u hollejo, si el jugo se separa inmediatamente del hollejo, el vino será blanco.

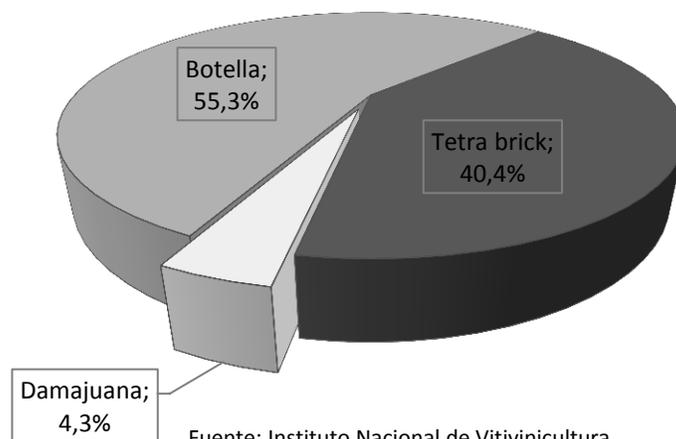
Cabe destacar que los vinos espumantes se consolidan en el país como los únicos vinos en botella que muestran un acelerado y sostenido crecimiento. Fenómeno que se debe a la incorporación de jóvenes y mujeres al universo vitivinícola, sumado al auge del mercado nocturno y al reintegro impositivo dispuesto para alentar la elaboración de espumantes en el país (MinAgri 2013).

Gráfico II 11: Despacho de Vino Autorizado para Consumo Interno, según tipo. Años 2004-2013



En relación a la modalidad de despacho del vino, de los 10.351.751 hectolitros autorizados para consumo interno en 2013, el 99,91% fue fraccionado en bodega y el resto vendido a granel. La modalidad de fraccionamiento mayoritaria fue botella (55,3%), luego tetra brick (40,4%) y finalmente damajuana (4,3%) (Ver Gráfico II 11).

Gráfico II 11: Modalidad de Envío del Vino Despachado para Consumo Interno. Año 2013



II.2.3 NIVEL DE ACTIVIDAD DEL SECTOR VITIVINÍCOLA ARGENTINO

De acuerdo con el trabajo de Abihaggle, et al. (2012), el valor bruto de la producción (VBP) de la uva para vinificar en el 2010 fue de casi 3.300 millones de pesos, de los cuales alrededor de 2.400 millones (73%) correspondieron a Mendoza, 600 millones (18%) a San Juan, 126 millones (4%) a la Rioja y los 174 millones de pesos restantes (5%) a las demás provincias vitivinícolas.

La producción de uva para vino es una actividad que genera un alto valor agregado (VA) en proporción con el VBP. De los 3.300 millones de pesos que produjo en 2010, más de 2.600 millones fue VA, es decir el 80%. El consumo intermedio de la producción de uva representó el 20% del VBP, explicado en mayor medida por agroquímicos (37%) e insumos físicos (32%).

De esos 2.700 millones de pesos de VA, más de la mitad (1.744 millones) fueron remuneración a los trabajadores, debido a que es un sector intensivo en mano de obra, y el 37% restante excedente de explotación (Ver Tabla II 11).

Tabla II 11: Valor Bruto de Producción, Consumo Intermedio y Valor Agregado de la Producción de Uva para Vinificar. Año 2010.

Concepto	Valor (\$)	% de participación
Valor Bruto de Producción	3.282.045.970	100
Consumo Intermedio	658.974.973	20
Insumos Físicos	208.260.490	32
Maquinaria	156.173.020	24
Agroquímicos	245.337.117	37
Otros Servicios	49.204.346	7
Valor Agregado	2.623.070.997	80
Mano de Obra	1.744.463.745	63
Excedente de Explotación	878.607.251	37

Fuente: Abihaggle, C. et al. (2012)

Con respecto a la producción de vino, el mismo trabajo señala que el VBP generado en 2010 fue de casi 4.000 millones de pesos, de los cuales el 60% (2.630 millones de hectolitros) correspondió a vino tinto, el 31% (1.200 millones de hl) a vino blanco y el 3% restante (114 millones de hl) a vino rosado (Ver Tabla II 12).

Durante el año 2010 la elaboración de vino demandó casi de 3.700 millones de pesos en insumos, de los cuales 228 millones (6%) fueron insumos físicos (6%), 69 millones (1,9%) energía, 82 millones mantenimiento (2,2%) y cerca de 3.300 millones uva, este último es el insumo más importante con un 90% del valor total del consumo intermedio.

Dentro del sector vitivinícola la elaboración de vino es una actividad que tiene un importante nivel de consumo intermedio, lo cual resulta lógico si se tiene en cuenta que ésta es, para la cadena vitivinícola, una etapa intermedia. Es decir el vino elaborado no es un bien final que llega al consumidor, sino que es el elemento para generar un nuevo producto y que requiere a su vez de una gran cantidad de insumos. Esto se traduce en que cerca de los 4.000 millones de pesos que produjo en 2010, 3.700 millones fue consumo intermedio (más del 90%), mientras que 325 millones (8%) fue el valor agregado.

De esos 325 millones de pesos de VA, alrededor del 64% (210 millones) fueron como remuneración a los trabajadores, mientras que el 36% restante (115 millones) se considera como excedente de explotación.

Tabla II 12: Valor Bruto de Producción, Consumo Intermedio y Valor Agregado de la Producción de Vino. Año 2010.

Concepto	Valor (\$)	% de participación
Valor Bruto de Producción	3.987.463.161	100
Tinto	2.629.564.278	66
Blanco	1.243.843.557	31
Rosado	114.055.325	3
Consumo Intermedio	3.661.569.851	92
Uva	3.282.045.970	90
Insumos Físicos	228.096.805	6
Energía	69.145.973	2
Mantenimiento	82.281.104	2
Valor Agregado	325.893.309	8
Mano de Obra	210.094.901	64
Excedente de Explotación	115.798.408	36

Fuente: Abihaggle, C. et al. (2012)

II.3 PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Según el Código Alimentario Argentino, las bebidas espirituosas son bebidas alcohólicas destinadas al consumo humano con un grado de alcohol mínimo del 15% y unas características organolépticas definidas. Se obtienen mediante destilación, con aromas o no, de productos naturales fermentados o previamente macerados en sustancias vegetales, con la posibilidad de ser adicionados con aromas, azúcares, otros edulcorantes u otros productos naturales.

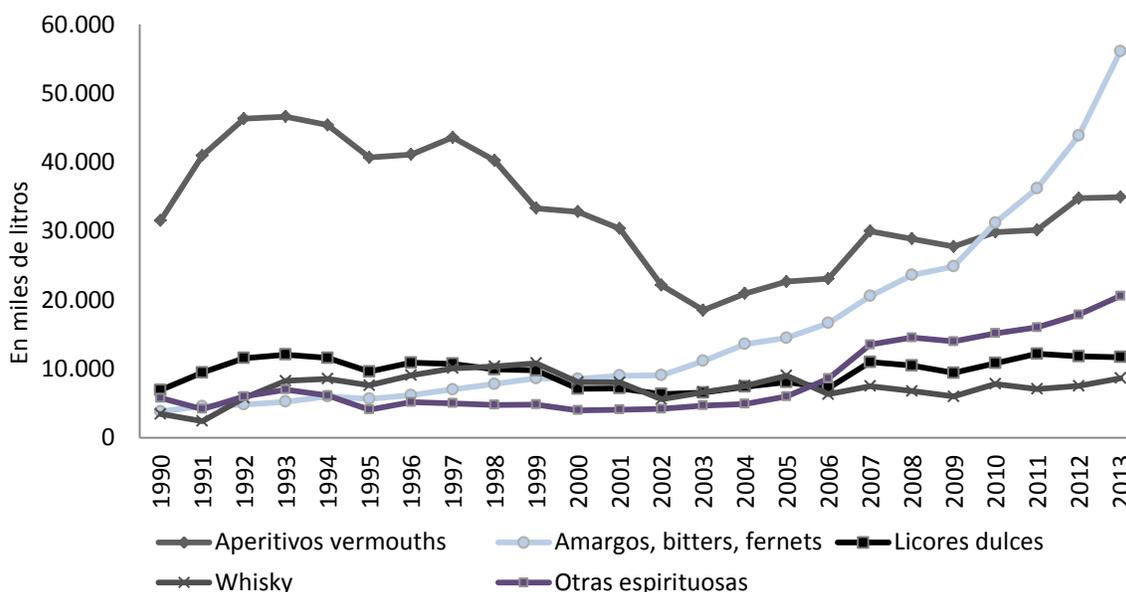
En Argentina, unas 13 bebidas alcohólicas integran el mercado de las espirituosas, las más comercializadas son los amargos, bitters y el fernet; los aperitivos y vermouths; los licores dulces y el whisky.

En los últimos años el fernet representa casi la mitad de la producción de las bebidas espirituosas, luego los aperitivos y vermouths con un 26% y otras espirituosas concentran el 16%, dentro de estas se encuentran las bebidas espirituosas secas, cañas, coñac, gin, grapa, licores secos, ron y vodka. Los licores dulces concentran el 9% y el whisky el 7%.

El Gráfico II 12, muestra la evolución de la producción de bebidas espirituosas, la misma es de origen nacional y se comercializa predominantemente en el mercado interno.

A excepción de los amargos, bitters y fernets, el resto de las bebidas espirituosas sufrió una caída en su producción entre los años 1998 y 2003. A partir del 2004 se evidencia una recuperación hasta alcanzar e incluso superar los valores registrados a finales de los noventa para todas las bebidas espirituosas menos para los aperitivos y vermouths.

Solo la producción de fernet mostró un crecimiento sostenido a lo largo de todo el período analizado, se convirtió de esta manera en la tercera bebida alcohólica más vendida en el país después de la cerveza y el vino.

Gráfico II 12: Evolución de la Producción de Bebidas Espirituosas. Años 1990-2013.

Fuente: Cámara Argentina de Destiladores Licoristas.

La categoría "Otras Espirituosas" comprende bebidas espirituosas secas, cañas, coñac, gin, grapa, licores secos, ron y vodka.

El fernet es producido localmente desde 1941 por la firma Fratelli Branca. Desde entonces, la Argentina es el único país fuera de Italia que produce dicha marca.

Las empresas productoras de bebidas espirituosas del país se encuentran agrupadas en la Cámara Argentina de Destiladores Licoristas. Son un total de 9 firmas aunque Pernod Ricard y Cepas Argentinas lideran el mercado. Las 7 restantes son Campari Argentina, Dellepiane San Luis S.A., Diageo Argentina S.A., Fratelli Branca Destilerías S.A., J. Llorente y Cía S.A., Licores Argentinos S.A. y Moët Hennessey Argentina.

Solo J. Llorente se dedica exclusivamente a la producción y comercialización de whisky, el resto de las firmas compite en el mercado de las bebidas espirituosas con marcas de primera y segunda línea.

La Tabla II 13 muestra para cada tipo de bebida su participación en la producción total de espirituosas al año 2013, su crecimiento en los últimos 10 años y el share del mercado argentino para cada firma y marca respectiva.

Tabla II 13: Mercado de Bebidas Espirituosas en Argentina.

Bebida Espirituosa	Definición Código Alimentario Argentino	Participación Producción Total 2013	Crecimiento Producción 2004-2013	Principales firmas y marcas que compiten en Argentina
Fernet	Bebida con una graduación alcohólica de 0,5% a 54% vol. a 20 °C. Contiene ciertos principios amargos y/o aromáticos a los cuales se les puede atribuir la propiedad de ser estimulantes del apetito, obtenidos a partir de	46%	313%	<i>Fratelli Branca Destillerías</i> con su marca Branca posee el 50% del mercado. <i>Porta</i> el 15% y <i>Cinzano</i> el 4%. El resto nuclea marcas dominadas

	extractos de uno o más vegetales o partes de ellos permitidos.			como segundas alternativas por las propias líderes como Mastrolorenzo, Vittone y Venetto de Fratelli, o Fernet 1882 de Porta Hnos.
Aperitivos Vermouths	Bebidas con una graduación alcohólica de 0,5% a 54% Vol. a 20°C que contienen ciertos principios amargos y/o aromáticos. Estas bebidas podrán ser adicionadas de azúcares, como así también de sustancias aromatizantes/saborizantes, colorantes y otros aditivos permitidos.	26%	67%	Mercado compartido mayoritariamente entre <i>Campari Argentina</i> con sus marcas Campari, Cinzano, Cynar, Aperol y Cazalis y <i>Cepas Argentinas</i> con las marcas Americano Gancia y Martini, <i>Pernord Ricard Argentina</i> con sus marcas Anis 8 Hermanos, Piña Colada, Tía María, Mariposa, Cusenier, Kahlua, Pnche Capitan de Casilla.
Licores dulces	Bebidas hidroalcohólicas aromatizadas obtenidas por maceración, infusión o destilación de diversas sustancias vegetales naturales, con alcoholes destilados aromatizados, o por adiciones de extractos, esencias o aromas autorizados, con una generosa proporción de azúcar. Cuando la concentración de azúcar es superior al 20% el alcohol es dulce.	9%	58%	<i>Pernord Ricard Argentina</i> con el 51% del mercado (marca líder Blenders Pride), seguida por <i>J. Llorente</i> (20%) con la marca The Breeders Choice. Por último <i>Campari Argentina</i> , que desde el 2009 controla Old Smuggler.
Whisky	Aguardiente obtenido de la destilación de mostos fermentados de cereales, añejado en recipientes de roble u otra madera adecuada. Su grado alcohólico no será inferior a 40% vol. a 20° C. Para librarse al consumo deberá añejarse como mínimo durante 2 años. Puede ostentar los calificativos Añejo, Reserva y otros. Se considera Corte de Whiskies (Blend of Whisky) la mezcla de whiskies entre sí.	7%	15%	
Vodka	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. La bebida puede ser aromatizada con sustancias naturales de origen vegetal y/o edulcorada..	2,65%	133%	El mercado se encuentra compartido entre <i>Pernord Ricard</i> con la marca Absolut y <i>Diageo Argentina</i> con la marca Smirnoff
Bebidas espirituosas secas	Bebida con una graduación alcohólica de 24 a 54% vol. a 20° C, obtenida por la mezcla de una o más bebidas alcohólicas, o alcohol	2,64%	133%	<i>Dellepiane San Luis</i> con su marca Ramsey y <i>Licores Argentinos</i> con Gloucester

	etílico potable de origen agrícola o destilados alcohólicos simples, con otras bebidas. Puede ser adicionada de azúcar hasta 30 g/l.			
Licores secos	Bebida con graduación alcohólica de 15% a 54% vol. a 20° C y un contenido de azúcares superior a 30 g/litro, elaborada con alcohol etílico potable de origen agrícola y/o destilado alcohólico y/o bebidas alcohólicas, adicionadas de extractos/sustancias de origen vegetal o animal/aromatizantes/saborizantes/ colorantes y otros. aditivos permitidos. Se denomina licor seco al que contiene más de 30 g/l y hasta 100g/l de azúcares.	1,2%	72%	<i>Campari Argentina</i> con su firma Bols, <i>Dellepine San Luis</i> con su marca líder Tres Plumas y <i>Licores Argentinos</i> con la marca Cuernavaca.
Ginebra	Bebida de graduación alcohólica de 35% a 54% vol. a 20° C, obtenida de destilados alcohólicos simples de cereales redestilados, mezclado o no con alcohol etílico potable de origen agrícola. La bebida podrá ser adicionada de azúcares en la proporción máxima de 15 g por litro del producto y caramelo para corrección de color.	0,8%	-28%	Mayoritariamente la firma <i>Campari Argentina</i> con su marca líder Bols
Cañas	Bebida con graduación alcohólica de 35% de 54% Vol. a 20° C, obtenida de la fermentación alcohólica y destilación de jugos, melados, melazas. Podrá añejarse y ser adicionada o no de caramelo.	0,49%	0%	<i>Licores Argentinos</i> con sus marcas Caña Quemaita y Caña San Vicente
Gin	Bebida con graduación alcohólica de 35% a 54% vol. a 20° C, obtenida por la redestilación de alcohol etílico potable de origen agrícola, en presencia de bayas de enebro con adición o no de otras sustancias vegetales aromáticas. Puede ser Gin destilado, Gin dulce, Gin Seco, London Dry Gin es el gin destilado seco.	0,39%	0%	<i>Cepas Argentinas</i> con su marca líder Bombay, <i>Diageo Argentina</i> con Tanageray y <i>Fratelli Branca</i> con Hendrick's.
Ron	Bebida con graduación alcohólica de 35% a 54% Vol. a 20°C, obtenida de destilados alcohólicos simples o de la destilación de mostos fermentados de jugos de caña de azúcar, mieles, melaza o sus mezclas, añejados total o parcialmente. Podrá denominarse ron liviano, ron pesado y ron añejo.	0,30%	721%	Mercado concentrado mayoritariamente entre las firmas <i>Cepas Argentinas</i> , con su marca Bacardi, y <i>Pernord Richard Argentina</i> con la marca Havana Club.

Coñac	Bebida alcohólica obtenida de un aguardiente de vino estacionado en recipientes de roble o de otra madera adecuada. Para librarse al consumo deberá añejarse como mínimo durante 2 años, en cuyo caso podrá ostentar los calificativos Añejo, Reserva y otros similares.	0,16%	38%	Mercado compartido entre las firmas <i>Moët Hennessey</i> con la marca <i>Hennessey</i> y <i>Campari Argentina</i> con <i>Otard Dupuy</i> .
Grapa	Bebida con graduación alcohólica de 35% a 54% vol. a 20º C, obtenida a partir de destilados alcohólicos simples de orujos de uva, con o sin borras de vinos. Se admite el corte con alcohol etílico potable del mismo origen.	0,03%	2%	<i>Dellepiane San Luis</i> con la marca <i>ValleViejo</i> y <i>Fratelli Franca</i> con <i>Candolini</i>

Fuente: Elaboración Propia

Para finalizar la presente sub sección, destinada a las bebidas espirituosas, cabe mencionar que el tequila y el brandy que se consume en Argentina se importa casi en su totalidad debido a que la producción de ambas bebidas ha sido tradicionalmente nula en nuestro país.

III. COMERCIO EXTERIOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

La participación de las bebidas alcohólicas en el comercio total del país con el resto del mundo pasó del 0,75% en el 2000 al 1,25% en 2014, con una contribución promedio del 1% en los últimos 15 años.

La evolución del comercio de bebidas alcohólicas en los últimos 15 años se presenta en la Tabla III 1. Para dicho análisis se consideraron solo aquellas subpartidas del capítulo 22 del Nomenclador Común del Mercosur correspondientes a bebidas alcohólicas¹².

En cada caso se presentan datos del comercio de productos manufacturados; esto es bebidas alcohólicas exportadas/importadas a granel o fraccionadas, pero no de materias primas o bienes intermedios (como ser cebada cervecera o uva para vinificar) empleados en su elaboración.

Tabla III 1: Evolución de las Exportaciones e Importaciones de Bebidas Alcohólicas.
En Dólares FOB.

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2000	173.037.030	52.512.721	120.524.309
2001	169.265.728	39.855.311	129.410.417
2002	142.056.499	8.329.162	133.727.337
2003	190.067.106	14.266.340	175.800.766
2004	246.339.401	15.329.867	231.009.534
2005	332.849.158	19.768.636	313.080.522
2006	409.213.313	21.261.926	387.951.387
2007	524.585.835	28.470.386	496.115.449
2008	673.396.255	35.359.370	638.036.885
2009	665.696.647	43.209.315	622.487.332
2010	794.084.555	63.146.356	730.938.199
2011	901.755.505	61.050.670	840.704.835
2012	969.563.760	53.982.725	915.581.035
2013	922.487.966	52.386.771	870.101.195
2014	885.074.875	53.589.072	831.485.803
Var 00-14	411,5%	2%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

Con respecto a las exportaciones, se evidencia un crecimiento sostenido durante todo el período analizado, excepto por el descenso observado al inicio de la serie, años 2001 y 2002, y recientemente en los años 2013 y 2014. Las ventas externas de bebidas alcohólicas crecieron un 411,5% punta a punta, con una tasa de crecimiento promedio anual del 13,6%.

Por su parte, a pesar de la brusca caída del 79% en 2001 y a las limitaciones aplicadas en los últimos años a las importaciones, las compras de bebidas alcohólicas al resto del mundo evidenciaron un aumento del 2% en los últimos 15 años, con una tasa de crecimiento promedio anual del 8,8%.

¹² Comprende las siguientes subpartidas: 2203-Cerveza de Malta; 2204-Vinos de uvas frescas y mosto de uva; 2205-Vermut; 2206-Las demás bebidas fermentadas (sidra y otras) y 2208- Alcohol etílico con grado alcohólico volumétrico < a 80% vol., aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas.

La tendencia al descenso en la importación de bebidas alcohólicas comenzó a notarse a partir del año 2011 producto de la aplicación, por parte del gobierno argentino, de una extensa red de requerimientos de licenciamiento no automáticos que cubrió un amplio espectro de productos, entre ellos las bebidas alcohólicas.

En los últimos 15 años los valores importados fueron muy inferiores a los exportados, lo que dio lugar a una balanza comercial superavitaria durante todo el período considerado.

Al analizar el comercio según cantidades, la Tabla III 2 muestra que las exportaciones en litros tuvieron un comportamiento similar al equivalente en valores, aunque con una tasa de crecimiento de punta a punta de 178,7%.

Entre 2000 y 2014, la tasa de crecimiento promedio anual de los litros de bebidas alcohólicas exportados fue del 10%. Aunque en 2013 y 2014, los volúmenes exportados cayeron un 13% y 12% respectivamente en relación al año previo, ello no se trasladó en su totalidad a valores debido al aumento en los precios internacionales.

Por su parte, las importaciones en litros cayeron un 48,6% durante el período analizado. En los años 2011, 2012 y 2013 las cantidades importadas retrocedieron un 45%, 31% y 10% respectivamente en relación al año previo. Nuevamente, los valores importaron descendieron pero en menor medida debido al aumento de los precios internacionales.

Tabla III 2: Evolución de las Exportaciones e Importaciones de Bebidas Alcohólicas. En Litros.

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2000	114.199.143	39.542.494	74.656.649
2001	116.031.428	23.509.871	92.521.557
2002	143.058.372	4.746.826	138.311.546
2003	217.825.706	6.805.469	211.020.237
2004	186.807.733	10.497.817	176.309.916
2005	264.181.719	8.422.375	255.759.344
2006	335.976.443	9.002.641	326.973.802
2007	396.781.252	12.765.762	384.015.490
2008	459.709.884	22.367.822	437.342.062
2009	333.971.101	38.561.472	295.409.629
2010	348.175.886	56.832.942	291.342.944
2011	377.771.182	31.354.110	346.417.072
2012	413.638.025	21.604.183	392.033.842
2013	360.678.134	19.496.360	341.181.774
2014	318.294.454	20.381.267	297.913.187
Var 00-14	178,7%	-48,5	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

La participación según tipo de bebida en el comercio total de bebidas alcohólicas, si bien no ha variado significativamente en el período analizado, difiere marcadamente entre productos. La Tabla III 3 muestra la contribución del vino, la cerveza, otras bebidas fermentadas¹³ y las bebidas espirituosas en los valores durante 2014.

¹³ Incluye otras bebidas fermentadas que no sean vino ni cerveza, por ejemplo sidra.

Tabla III 3: Contribución de las Bebidas Alcohólicas en los Valores Exportados e Importados. Año 2014.

Año	Contribución en las Exportaciones	Contribución en las Importaciones
Vino	95,1%	9%
Cerveza	2,8%	19%
Bebidas Espirituosas	1,6%	72%
Otras Bebidas Fermentadas	0,6%	0,1%
Total	100	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

La participación del vino en las exportaciones argentinas de bebidas alcohólicas es claramente mayoritaria (95%), muy por debajo le sigue la cerveza con el 2,8%. Las bebidas espirituosas representan el 1,6% del valor FOB exportado y las demás bebidas fermentadas apenas el 0,6%.

Con respecto a las importaciones, el 72% corresponde a bebidas espirituosas, luego cerveza (19%) y en menor medida vino (9%) y sidras (0,1%). Dentro de las espirituosas la bebida más importada es el whisky (50%), luego alcoholes etílicos (19%) y en tercer lugar el ron con el 13%. El 18% restante se divide de igual manera entre vodka, ginebra, licor y aguardientes.

En lo que resta de la presente sección se profundiza sobre la evolución de las exportaciones e importaciones de los productos con mayor peso en el comercio total de bebidas alcohólicas, la cerveza, el vino y las bebidas espirituosas. Asimismo se analiza, por producto, la evolución del comercio con los principales países que compran y venden a Argentina. La sección finaliza con una descripción de las restricciones al comercio de bebidas alcohólicas.

III.1 COMERCIO EXTERIOR DE CERVEZA

Un análisis integral del comercio que involucre al complejo cervecero argentino (cebada cervecera, malta y cerveza) en su totalidad, excede los objetivos de la presente sub sección. En este apartado sólo se muestran datos referidos a la evolución del comercio de cerveza de malta en los últimos 15 años.

En lo que concierne al papel de la cerveza en el sector externo, la Tabla III 4 muestra la evolución de las exportaciones, importaciones y saldo comercial en valores FOB entre 2000 y 2014.

Las exportaciones Argentinas de cerveza aumentaron un 506% durante todo el período considerado, con una tasa de crecimiento promedio anual del 17%. El incremento en las exportaciones comenzó a darse a partir del 2003 y continuó de manera interrumpida hasta 2009, año en que sufrieron un retroceso del 19% con respecto al año 2008. En 2010 las exportaciones retomaron su tendencia creciente y el país logró exportar cerveza por un valor FOB de 32 millones de dólares, correspondió al valor más alto de toda la serie estudiada y marcó un crecimiento record del 72% con respecto al año previo. En 2011 y 2012 las exportaciones volvieron a caer un 4% y 30% respectivamente. Finalmente, los años 2013 y 2014 mostraron un crecimiento del 5% y 8%, respectivamente, con relación al año anterior.

Con respecto a las importaciones de cerveza, las mismas mostraron un retroceso del 2% entre 2000 y 2014, con una tasa de crecimiento promedio anual del 17%.

El país disminuyó cerca de un 100%, en valores y en cantidades, las compras externas de cerveza entre 2000 y 2003. A partir de este año las importaciones crecieron de manera interrumpida hasta el año 2011, momento en el cual se registró el mayor valor importado de toda la serie (14,8 millones de dólares). A partir de este punto máximo, las importaciones de cerveza cayeron en

valores y en cantidades. En 2014 se importó la mitad de litros en que 2001 a valores un 2% más alto.

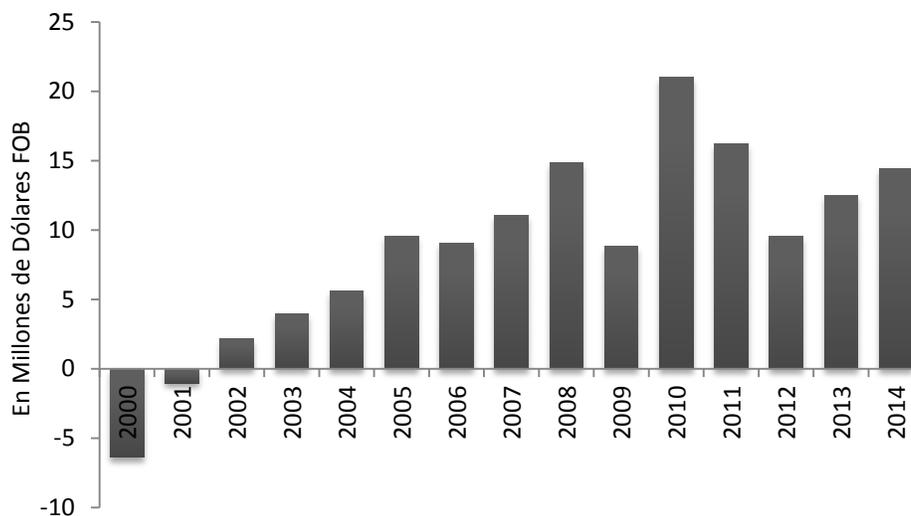
Tabla III 4: Evolución de las Exportaciones e Importaciones de Cerveza de Malta. En Dólares FOB.

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2000	4.059.538	10.428.874	- 6.369.336
2001	4.140.237	5.168.825	- 1.028.588
2002	2.827.529	647.055	2.180.474
2003	4.520.819	598.482	3.922.337
2004	6.681.109	1.059.166	5.621.943
2005	10.961.753	1.374.728	9.587.025
2006	11.337.899	2.293.581	9.044.318
2007	14.980.580	3.929.529	11.051.051
2008	22.539.033	7.662.683	14.876.350
2009	18.350.061	9.534.950	8.815.111
2010	32.215.914	11.204.288	21.011.626
2011	31.060.582	14.849.740	16.210.843
2012	21.763.509	12.206.647	9.556.862
2013	22.795.980	10.282.632	12.513.348
2014	24.603.044	10.199.951	14.403.093
Var 00-14	506%	-2	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

La balanza comercial de cerveza mostró ser deficitaria en 2000 y 2001. Para el resto de los años los valores exportados superaron a los importados (Ver Gráfico III 1).

Gráfico III 1: Balanza Comercial de Cerveza de Malta. Años 2000-2014.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

Con respecto al destino de las exportaciones, la participación de Argentina en el comercio mundial de cerveza es relativamente escasa si se la compara con grandes exportadores como Alemania y México. La elevada proporción entre peso/valor del producto y los altos costos de transporte condicionan a que los principales destinos de exportación sean los países limítrofes.

En los últimos 5 años Chile, Uruguay, Paraguay, Brasil y Bolivia concentraron el 90% del total exportado por el país (Ver Tabla III 5).

Tabla III 5: Evolución de las Exportaciones de Cerveza según Principales Destinos. En Dólares FOB

Año	Chile	Uruguay	Paraguay	Brasil	Bolivia	España	EEUU	Reino Unido
2000	203.930	649.388	1.492.760	292.640	154.089	105.843	205.971	569.142
2001	1.867.846	735.652	393.014	139.701	23.789	176.404	409.315	1.800
2002	1.166.339	341.168	187.644	24.676	4.425	414.959	239.201	13.459
2003	2.049.807	337.448	215.991	36.086	4.115	347.514	338.076	14.550
2004	2.110.227	617.842	1.201.552	181.187	6.200	420.140	705.061	24.531
2005	2.707.989	840.040	2.865.010	430.777	18.200	470.213	389.133	28.566
2006	2.862.241	851.492	3.307.948	619.167	80.808	571.227	629.844	30.581
2007	2.754.782	965.401	6.126.275	1.335.281	141.862	696.011	626.458	175.774
2008	4.467.594	1.278.446	10.368.052	2.419.653	106.944	866.256	672.569	260.451
2009	3.431.977	1.522.496	7.442.967	2.082.269	83.960	541.030	243.652	342.705
2010	13.040.431	1.778.776	11.521.059	3.176.625	134.491	642.536	321.866	415.718
2011	8.953.536	2.099.321	13.274.212	3.514.886	280.100	467.884	508.006	481.815
2012	7.963.018	2.718.731	5.198.502	3.493.809	305.694	261.239	264.733	226.769
2013	8.898.742	3.705.337	4.572.577	2.986.695	408.985	281.812	339.859	199.764
2014	10.317.563	5.420.242	4.928.273	992.818	502.461	406.830	274.531	254.737
Var	4959%	735%	230%	239%	226%	284%	33%	-55%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

Chile representa el principal destino de las exportaciones argentinas de cerveza. Las ventas a este país crecieron un 4959% entre 2000 y 2014. En particular, Chile mantiene una zona de libre comercio con los países del NAFTA, situación que implica una amenaza comercial significativa para Argentina. A pesar de ello, el crecimiento más que proporcional de las importaciones totales de cerveza de Chile, sumado a las ventajas de localización geográfica y a las condiciones preferenciales del Acuerdo de Complementación Económica N° 35, han permitido que el comercio de cerveza entre ambos países siga creciendo.

Con respecto a Uruguay, el segundo principal destino de la cerveza argentina, las exportaciones crecieron un 735% durante todo el período analizado. En los últimos 15 años, la participación promedio anual de las ventas de cerveza a Uruguay representa el 11% del total exportado.

En relación a otros países limítrofes, Paraguay, Brasil y Bolivia, los valores exportados crecieron entre 220% y 240% los últimos 15 años.

Fuera de América Latina, España, Estados Unidos y el Reino Unido captan, en promedio de los últimos 15 años, menos del 5% cada uno del total de cerveza exportada. Dentro del conjunto de países analizados, Reino Unido es el único destino al cual las ventas cayeron un 55% entre 2000 y 2014.

En cuanto a la procedencia de cerveza importada por los argentinos, la Tabla III 6 muestra la evolución de las compras al resto del mundo según principales países de origen. En conjunto, México, Países Bajos, Chile, España, Alemania y Bélgica venden, en promedio, el 80% de la cerveza importada por Argentina en los últimos 15 años.

Tabla III 6: Evolución de las Importaciones de Cerveza según Principales Países de Procedencia. En Dólares FOB.

Año	México	Países Bajos	Chile	España	Alemania	Bélgica
2000	477.988	436.646	3.153.482	41.988	1.134.829	1.280.059
2001	455.438	407.201	357.471	15.047	696.213	741.903
2002	90.242	65.202	58.275	1.357	46.116	20.326
2003	162.144	42.292	50.128	-	45.701	50.102
2004	385.344	13.635	80.004	5.861	107.510	139.581
2005	771.159	67.014	34.313	-	60.333	125.338
2006	1.453.007	125.290	50.770	-	208.049	136.616
2007	2.121.487	369.848	152.851	21.229	264.668	394.847
2008	4.204.939	444.294	292.775	51.043	454.405	298.131
2009	5.765.641	211.544	281.360	171.876	335.339	769.714
2010	8.331.035	752.292	431.974	133.688	305.678	209.834
2011	11.042.053	1.003.054	473.198	135.740	734.660	355.659
2012	9.420.608	770.802	355.758	163.772	672.378	168.798
2013	7.270.020	1.382.676	457.794	226.559	332.003	190.135
2014	8.526.255	648.998	512.195	146.404	105.131	55.000
Var	1684%	49%	-84%	249%	-91%	-96%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

El país refleja la tendencia mundial de los últimos diez años de adquirir marcas muy prestigiosas y difundidas como las mexicanas.

Las importaciones a México crecieron 1684% en los últimos 15 años. Mientras que en 2000, apenas el 5% del total de las cervezas importadas provenían de México, en 2014 representaron el 84% del valor total importado.

México es uno de los principales exportadores mundiales de cerveza¹⁴, su marca líder Corona es una de las cervezas más reconocidas en el mundo.

Muy por debajo de México, con una participación promedio anual del 7% en las importaciones totales, se encuentran los Países Bajos.

Si bien las importaciones de cerveza provenientes de Chile cayeron 84% en los últimos 15 años, es el único país limítrofe que ha adquirido cierta relevancia en las importaciones totales de cerveza.

Para finalizar, Argentina importa cerveza de España, Alemania y Bélgica aunque en menor medida.

¹⁴ En 2005 México se convirtió en el segundo exportador mundial, ubicándose luego de Holanda, y en el 2006 alcanzó el liderazgo, aunque Holanda logró recuperar la supremacía en los tres años siguientes. En 2011 México se consolidó nuevamente como primer exportador de cerveza del mundo. Informe MinAgri 2012.

III.2 COMERCIO EXTERIOR DE VINOS

Un análisis de la composición de las exportaciones vitivinícola argentinas del año 2012 muestra que los vinos de uva fresca; ya sea fraccionados o granel, así como de tipo genérico, varietal o espumoso, representan el 72% de los montos exportados. Le siguen los mostos de uva con el 18% y por último las pasas de uva y las uvas frescas para consumo con el 5% cada una. Ello demuestra que, a diferencia de otros complejos agrícolas, la vitivinicultura argentina ha alcanzado un alto grado de industrialización (Fundación IERAL 2013).

En la presente sub sección se analiza la evolución del comercio de vinos de uva fresca en los últimos 15 años. La Tabla III 7 muestra la evolución de las exportaciones de vino, importaciones y saldo comercial en valores FOB entre 2000 y 2014.

Tabla III 7: Evolución de las Exportaciones e Importaciones de Vino de Uva Fresca. En Dólares FOB.

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2000	150.462.422	12.116.680	138.345.742
2001	143.428.312	9.281.807	134.146.505
2002	121.618.640	1.671.920	119.946.720
2003	169.094.452	1.023.595	168.070.857
2004	224.680.254	1.404.910	223.275.344
2005	305.200.769	2.234.212	302.966.557
2006	381.403.238	1.690.072	379.713.166
2007	490.924.436	2.834.067	488.090.369
2008	627.649.896	3.374.117	624.275.779
2009	625.090.094	7.221.347	617.868.747
2010	734.008.507	20.474.702	713.533.805
2011	844.039.082	11.505.156	832.533.927
2012	913.411.610	4.559.001	908.852.609
2013	874.001.600	5.387.340	868.614.260
2014	841.461.319	4.961.197	836.500.122
Var	459%	-59%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

Las bodegas argentinas vendieron al exterior más de 40 millones de litros de vino durante el 2014, ello representó un incremento, con relación al año 2000, del 353% y una tasa de crecimiento promedio anual del 14%. Por esos despachos ingresaron al país 841,5 millones de dólares, lo que supuso un ascenso del 459% respecto al año 2000.

Que los montos exportados hayan aumentado más que las cantidades es producto de mayores precios en dólares. Si bien luego de la devaluación del año 2002 hubo una caída del precio promedio de venta de los vinos, desde entonces los precios promedio han tenido un comportamiento creciente.

Las mayores cantidades exportadas por Argentina son compatibles con el aumento en los volúmenes importados por el mundo. En el transcurso de una década las importaciones mundiales de vino fraccionado se incrementaron en un 44% y las de vino a granel se duplicaron. En este contexto el país ha podido aumentar su participación en el mercado mundial. Dentro del mercado

del vino fraccionado, pasó de representar menos del 2% en el año 2001 al 4% en los años 2009/2010 y al 3.5% en 2011.

Con respecto al vino a granel, el país ha podido aumentar su participación del menos del 0.5% en el año 2001 al 1.8% luego de una década (Informe Fundación IERAL 2013).

La Tabla III 8 presenta información adicional sobre las exportaciones argentinas de vino de acuerdo a la modalidad de envío.

En 2014, el 88% de los valores exportados correspondió a vino fraccionado, 9% a vino a granel, 3% a vino espumoso (tipo champaña) y el resto a mosto de uva. Con respecto a litros de vino exportados durante el mismo año, el 71% fue fraccionado, 27% a granel, 2% espumoso y el resto mosto.

Tabla III 8: Análisis de las Exportaciones de Vino.

Producto	Incidencia 2014		Variación Expo 2000-2014		Precio Promedio Litros 2014	Var. precio promedio 00-14
	USD FOB	Litros	USD FOB	Litros		
Vino Fraccionado	88%	71%	491%	166%	3.5 USD	90%
Vino a Granel	9%	27%	413%	296%	1.7 USD	108%
Vinos Espumosos	3%	2%	137%	128%	5 USD	16%
Mosto de Uva	0.004%	0.008	100%	100%	1.8 USD	27%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

En los últimos catorce años los montos exportados de vino fraccionado se quintuplicaron gracias a mayores volúmenes y mejores precios internacionales. Asimismo, las ventas de vino a granel crecieron un 413%, las de vinos espumosos un 137% y las de mostos se duplicaron.

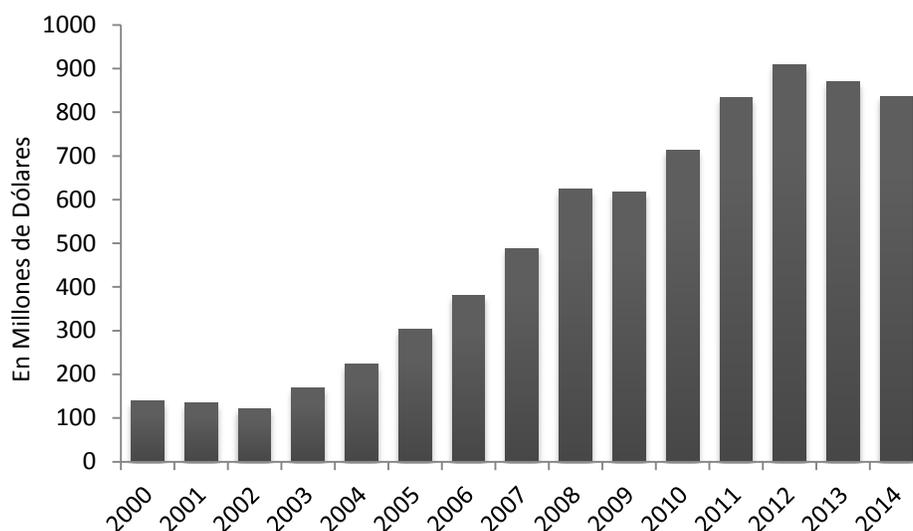
Con relación al precio promedio en dólares del litro, los vinos espumosos de mayor precio promedio (5 USD/litro en 2014) evidenciaron el menor aumento entre 2000 y 2014 (16%). La modalidad de envío a granel, con un precio promedio en 2014 de 1,7 USD/litro, incrementó su precio un 108% con respecto al 2000. Por su parte, los vinos fraccionados casi duplicaron su precio promedio en dólares en los últimos 15 años.

Con respecto a las importaciones de vino, la información proporcionada por la Tabla III 7 indica que las mismas mostraron un retroceso del 59% entre 2000 y 2014, con una tasa de crecimiento promedio anual del 16%.

Entre 2000 y 2003, el país disminuyó un 92% los valores de vino importado. A partir de entonces los litros importados se mantuvieron en una meseta en torno a los 500 mil litros anuales hasta 2008, sin embargo las importaciones en dólares crecieron un 230% a causa del aumento de precios internacionales.

En 2010 el país registró las mayores importaciones de vino de todo el período considerado, tanto en litros (35.471.694) como en dólares (20.474.702). Finalmente, entre 2010 y 2014 las importaciones en dólares cayeron un 57%.

En los últimos 15 años las exportaciones de vino superaron a las importaciones (en dólares y en litros), por lo que la balanza comercial de vino fue siempre superavitaria (Ver Gráfico III 2).

Gráfico III 2: Balanza Comercial del Vino. Años 2000-2014.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

Con respecto al destino de las exportaciones del vino argentino, la Tabla III 9 muestra la evolución de las ventas de vino a los principales países compradores en los últimos 15 años.

Tabla III 9: Evolución de las Exportaciones de Vino según Principales Destinos.
En Miles de Dólares FOB.

Año	EEUU	Canadá	Reino Unido	Brasil	Países Bajos	Japón	México	Dinamarca	Alemania	Suiza
2000	36.410	7.303	28.620	7.594	6.043	13.347	934	5.553	6.194	3.989
2001	38.012	6.595	28.597	6.564	7.418	13.351	1.055	4.864	5.953	4.365
2002	35.279	6.676	21.869	6.988	6.341	9.951	1.542	5.429	4.279	2.651
2003	34.795	9.445	29.367	10.670	7.529	10.063	2.257	8.026	4.042	4.561
2004	45.619	13.516	31.941	21.246	12.738	12.128	3.257	11.209	6.446	3.529
2005	62.246	23.281	37.744	25.128	18.168	12.641	4.753	14.788	8.678	3.867
2006	82.025	28.936	35.381	30.248	20.963	14.513	8.413	18.319	9.363	3.772
2007	115.034	43.978	40.853	38.450	26.484	14.673	11.793	19.518	11.308	6.695
2008	163.658	55.545	47.309	41.315	35.215	20.984	13.203	22.042	13.588	9.342
2009	197.572	73.452	42.135	41.206	33.914	20.742	12.527	16.646	11.687	10.847
2010	246.711	87.280	44.587	56.773	39.368	22.036	15.149	18.319	10.671	13.384
2011	321.546	84.498	47.871	67.934	38.539	20.563	15.709	15.293	12.955	13.856
2012	372.200	90.516	49.643	58.757	34.861	24.902	17.381	15.428	12.808	14.152
2013	340.566	83.695	58.247	52.863	34.493	28.443	20.499	17.031	14.933	15.780
2014	303.277	80.516	70.150	55.538	36.150	24.310	20.493	18.370	17.271	14.886
Var	733%	1002%	145%	631%	498%	82%	2093%	231%	179%	271%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

De acuerdo con un informe del Observatorio Vitivinícola Argentino del 2013, Argentina ha concentrado gran parte de sus esfuerzos en la especialización del vino orientado al mercado

Estadounidense. Estados Unidos, es el principal destino de los vinos fraccionados y en mayor medida del vino a granel.

En promedio de los últimos 15 años, el 30% de las ventas de vino argentino tuvo como destino Estados Unidos, este porcentaje aumenta al 40% si se tienen en cuenta los últimos 5 años analizados. Entre 2000 y 2014, las exportaciones a dicho país aumentaron un 733%, con una tasa de crecimiento promedio anual del 18%.

Canadá es el segundo gran destino de los vinos argentinos, en promedio captó el 8% de las ventas de vino del período estudiado, con una tasa de crecimiento de punta a punta del 1002.

Otro destino de relevancia para el vino Argentino es Reino Unido, el país adquirió en promedio de los últimos 15 años el 11% de las ventas totales de vino. Las exportaciones a Reino Unido crecieron un 145% entre 2000 y 2014.

Con respecto a Brasil, los valores exportados crecieron un 631% durante el período estudiado, a una tasa promedio anual del 18%. El país limítrofe representó cada año aproximadamente el 7% de las ventas totales de vino.

Otros destinos de importancia para el vino argentino son los Países Bajos, Japón, México, Dinamarca, Alemania y Suiza. En promedio de los últimos 5 años, estos seis países representaron el 15% de las ventas totales de vino. Los valores exportados a cada uno de ellos si bien crecieron entre 2000 y 2014 lo hicieron a diferente escala. Así por ejemplo, mientras que las ventas a México y Países Bajos aumentaron un 2093% y 498 respectivamente, las exportaciones a Japón y Alemania lo hicieron en menor medida (82% y 179% respectivamente).

Adicionalmente, Argentina vende vino a otro centenar más de países que, si bien de manera individual no captan más del 1,5% de las ventas totales anuales, en conjunto representan cerca del 25% de las exportaciones en dólares.

Con respecto al origen del vino importado por los argentinos, la Tabla III 10 muestra la evolución de las compras al resto del mundo según principales proveedores.

En conjunto, Francia, España, Chile, Italia y Bélgica venden más del 90% del total de vino que Argentina importa.

En promedio de los últimos 15 años, el 25% del vino importado fue de procedencia francesa, el 24% chilena, el 16% española, el 3% Italiana y el resto se importó a otros países como Bélgica, Estados Unidos, Uruguay, Suiza, entre otros.

Si analizamos el año 2014, el 74% del vino importado provino de Francia, el 9% de España, el 7% de Chile, el 3% de Italia y el 7% restante de otros países.

Del conjunto de países presentados en la Tabla III 10, en los últimos 15 años Francia es el único que registra un aumento en los valores importados (71%). Contrariamente, las importaciones a España cayeron en dólares un 83%, a Chile un 93%, a Italia un 65% y a Bélgica un 95%.

Con respecto a las variedades de vino importadas, de acuerdo a un informe del Instituto Nacional de Vitivinicultura del año 2013, el 94,16% de los hectolitros importados correspondió a vinos espumosos comercializados con España, Francia e Italia entre otros. Luego siguen vinos y varietales con el 4,76% procedentes de Chile, España, Portugal, Italia y Francia entre otros países en menor volumen. El 1,08% fue de otros vinos que incluye frisante y jerez, provenientes de España e Italia.

Adicionalmente, el 95,32% del vino importado fue blanco y el resto de color (tinto o rosado).

Tabla III 10: Evolución de las Importaciones de Vino según Principales Países. En Dólares FOB.

Año	Francia	España	Chile	Italia	Bélgica
2000	2.148.415	2.536.440	4.415.755	454.907	1.562.673
2001	1.534.385	1.362.881	4.581.011	346.497	430.448
2002	31.139	172.706	81.216	44.115	81.640
2003	119.462	336.584	156.421	18.098	84.262
2004	155.833	386.860	124.902	56.559	186.549
2005	981.232	315.291	64.158	59.154	406.951
2006	219.936	294.151	81.007	38.596	644.403
2007	422.722	550.271	105.093	255.455	782.936
2008	407.276	648.608	293.023	125.585	1.426.225
2009	1.016.618	502.077	5.058.413	73.539	257.251
2010	1.817.426	761.601	16.509.390	164.802	209.568
2011	2.691.159	932.610	5.139.115	268.673	1.343.814
2012	2.640.431	677.610	366.110	280.509	205.492
2013	3.213.614	933.643	554.517	104.882	190.784
2014	3.674.387	422.353	330.045	159.482	75.180
Var	71%	-83%	-93%	-65%	-95%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

III.3 COMERCIO EXTERIOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

La participación de las bebidas espirituosas en los valores exportados de bebidas alcohólicas no llega al 2%. Contrariamente, más del 70% de las importaciones argentinas de bebidas alcohólicas corresponde a bebidas espirituosas.

La Tabla III 11 muestra la evolución de las exportaciones, importaciones y balanza comercial de bebidas espirituosas, en dólares FOB de los últimos 15 años.

La exportación argentina de este tipo de bebidas creció un 147% entre 2000 y 2014, a una tasa promedio anual del 9%. La evolución de los valores exportados muestra en general una tendencia creciente durante el período analizado, excepto por los retrocesos evidenciados en 2004, 2009 y recientemente en 2014.

Con respecto a las importaciones, hay que destacar que desde el año 2013 y salvo la leve caída observada en 2013, las bebidas espirituosas son las únicas dentro del conjunto de bebidas alcohólicas que han evidenciado un crecimiento ininterrumpido durante los últimos 15 años.

La compra de este tipo de alcoholes al resto del mundo creció un 32% entre 2000 y 2014, a una tasa promedio anual del 10%.

Dentro de las espirituosas la bebida que más se importa es el whisky (50%), luego alcoholes etílicos (19%) y en tercer lugar el ron con el 13%. El 18% restante se divide de igual manera entre vodka, ginebra, licores y aguardientes.

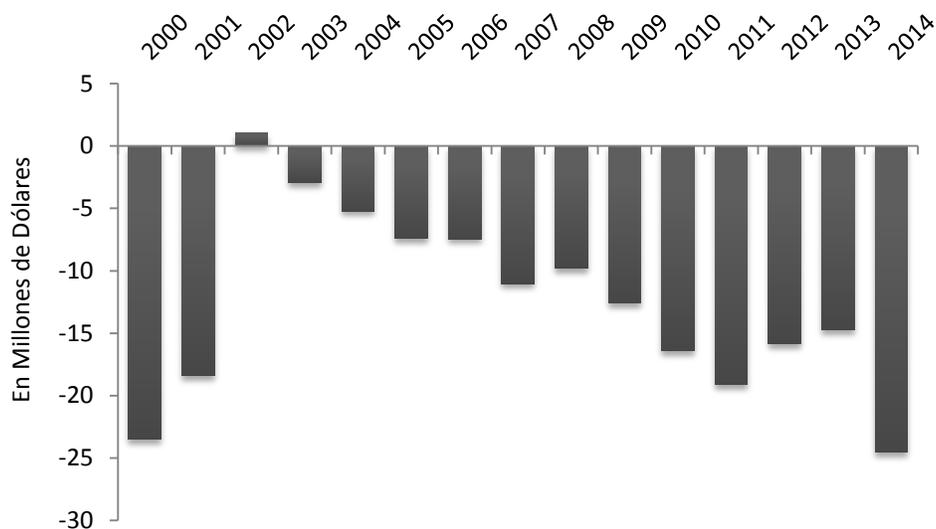
De acuerdo con un informe del MinAgri (2013), el Reino Unido es el principal país de origen de la importación de whisky (73%), seguido de Brasil (15%), Estados Unidos (8%) e Irlanda (4%).

Tabla III 11: Evolución de las Exportaciones e Importaciones de Bebidas Espirituosas. En Dólares FOB.

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2000	5.621.457	29.089.755	- 23.468.298
2001	6.871.022	25.292.124	- 18.421.102
2002	7.020.525	5.993.158	1.027.367
2003	9.675.627	12.595.961	- 2.920.334
2004	7.573.622	12.804.417	- 5.230.795
2005	8.696.165	16.131.418	- 7.435.253
2006	9.796.915	17.239.149	- 7.442.234
2007	10.611.002	21.637.415	- 11.026.413
2008	14.411.299	24.230.892	- 9.819.593
2009	13.837.883	26.453.068	- 12.615.186
2010	14.916.372	31.350.447	- 16.434.075
2011	15.528.364	34.620.608	- 19.092.244
2012	21.304.095	37.148.287	- 15.844.192
2013	21.912.914	36.610.489	- 14.697.575
2014	13.873.392	38.394.377	- 24.520.986
Var	147%	32%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

Como resultado, la balanza comercial de bebidas espirituosas ha sido deficitaria para todo el período analizado, con excepción del año 2002 debido a una reducción drástica de los valores importados (76% con respecto al 2001) que originó que las ventas al resto del mundo superen a las compras.

Gráfico III 3: Balanza Comercial de Bebidas Espirituosas. Años 2000-2014.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INFOJUST.

III.4 RESTRICCIONES AL COMERCIO DE CERVEZA Y VINO

Con respecto al comercio de cerveza, si consideramos que en los últimos 5 años Chile, Uruguay, Paraguay, Brasil y Bolivia concentraron el 90% del total exportado por Argentina, merece la pena analizar las restricciones al comercio de cerveza vigentes en los países latinoamericanos.

A partir de 1995 con la firma del acuerdo del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), se puso en funcionamiento un proceso de convergencia a una unión aduanera entre los países miembros (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay).

En este contexto se fijó un derecho de importación intrazona de cero, por lo que el comercio de cerveza de malta entre Argentina y el resto de los países del MERCOSUR no debería verse obstaculizado por barreras arancelarias.

Asimismo el tratado estableció la adopción de un arancel externo común (AEC) sobre las importaciones de bienes provenientes del resto del mundo (comercio extrazona), que en el caso de la cerveza se fijó en un 20%.

Con respecto a Venezuela (adherido al MERCOSUR en 2006), según lo suscrito dentro del Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 59 entre Venezuela y el MERCOSUR, el país concedió una preferencia arancelaria porcentual expresada en el Arancel de Aduanas de Venezuela. Bajo este marco, a partir del año 2015 la cerveza de malta ingresada desde Argentina tiene preferencia del 100% por lo que no paga aranceles.

Con la adhesión de Bolivia al MERCOSUR en 2012 y a partir del Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 36, el país otorgó desgravación preferencial del 100% a la cerveza ingresada desde los estados miembros del bloque.

Por último si bien Chile no forma parte del MERCOSUR, con el ACE N° 35 entre Chile y el MERCOSUR, el país concedió preferencias del 100% a la importación de cerveza proveniente de países que integran el bloque.

Con relación al comercio de vino, las Tablas III 12 y III 13 muestran los aranceles aplicados al ingreso de vino argentino en Estados Unidos y Canadá respectivamente. Recordemos que en los últimos 5 años ambos países concentraron más del 45% de las exportaciones de vino argentino.

Tabla III 12: Aranceles al Vino en Estados Unidos

Descripción	Arancel aplicado	
Vinos espumosos, frisantes y gasificados	19,8 c/l	En Estados Unidos, los aranceles varían de acuerdo a la graduación alcohólica del vino y a la capacidad en litros del envase. De esta manera los aranceles van desde los 6,3 céntimos de dólar por litro hasta los 22,4 c/l.
Vinos en envases < a 2 lts. y grado alcohólico <= a 14%	6,3 c/l	
Vinos en envases < a 2 lts. y grado alcohólico > a 14%	16,9 c/l	
Vinos en envases de capacidad > a 2 lts. y <= a 4 lts. y grado alcohólico <= a 14%	8,4 c/l	
Vinos en envases de capacidad > a 2 lts. y <= a 4 lts. y grado alcohólico > a 14%	22,4 c/l	
Vinos en envases de capacidad > a 4 lts. y grado alcohólico <= a 14%	14 c/l	

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Tabla III 13: Aranceles al Vino en Canadá

Descripción	Arancel aplicado
Vinos con graduación alcohólica inferior o igual al 13,7% por volumen	1,87 c/l
Vinos con graduación alcohólica inferior o igual al 14,9% por volumen	4,68 c/l

Los aranceles canadienses gravan el volumen en litros. Los vinos cuyo volumen de alcohol no exceda del 13,7% por volumen se gravan con 1,87 céntimos de CAD/litro. Los vinos que no excedan el 14,9% por volumen abonan un 4,68 c/l. En el caso de los vinos fortificados y espumosos, en la actualidad no existe arancel.

Fuente: Embajada de España en Toronto 2012.

En **México**, en virtud del Acuerdo de Complementación Económica Nº 6, Argentina obtiene una reducción del 60% en el arancel aplicado a vinos finos y una Preferencia Arancelaria Regional por la que le corresponde una reducción del 20% para el resto de los vinos, ello resulta en un arancel general del 16% sobre el valor CIF (Cost, Insurance and Freight).

Para ingresar vinos en la **Unión Europea**, Argentina debe pagar 41 céntimos de dólar por litro.

En **China**, uno de los grandes mercados asiáticos, los vinos argentinos embotellados pagan el 14% sobre el CIF y los vinos a granel el 20%.

Para ingresar vino embotellado en **Rusia** y **Suiza**, Argentina debe pagar el 20% y 36% sobre el CIF respectivamente.

En **Brasil**, Argentina tiene arancel de 0% aunque hay exigencias de ingresar vinos con un precio mínimo.

Paralelamente, en Argentina existe una retención a la exportación de vino que equivale al 5% del valor exportado. Este porcentaje se paga sobre el precio total de vino que incluye la botella y los otros insumos (corcho. cápsula. etc.). La mitad de esa retención es devuelta al gobierno provincial quien decide su destino.

En síntesis, mientras que la cerveza procedente de Argentina no paga arancel en los principales países de exportación, miembros del MERCOSUR y Chile, el país enfrenta una posición desfavorable para exportar vinos.

Si se compara con los aranceles a los vinos chilenos, el país vecino ha avanzado en acuerdos comerciales con los principales importadores de vino argentino.

Solo para mencionar algunos casos, Chile paga arancel de 0% sobre los vinos espumantes y fortificados que ingresan a Estados Unidos y a partir de 2016 tendrá el mismo beneficio sobre los vinos embotellados. En el caso de Canadá, el segundo mercado de exportación, Chile y Estados Unidos pagan arancel 0%. Lo mismo sucede con la Unión Europea, Nueva Zelanda, México y China donde los vinos chilenos pagan arancel 0%.

IV. ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA E INGRESO

La magnitud de la elasticidad precio de la demanda no solo es una medida de cuánto cae el consumo por un incremento en el precio, sino que también brinda una estimación del cambio en la recaudación impositiva del estado si el aumento de precios fue debido a un aumento en los impuestos. Contar con estimaciones de dichos efectos es de suma importancia para el diseño de políticas dirigidas a reducir el consumo nocivo de alcohol.

La falta de información sobre la evolución de los precios de venta de las distintas bebidas alcohólicas analizadas en este trabajo imposibilitó la estimación de las elasticidades precio de la demanda para todas ellas.

En la presente sección se estima la elasticidad del consumo de vino genérico en Argentina con respecto a su respectivo precio de venta y al salario de la población. El objetivo es analizar la respuesta del consumo de vino a un cambio en el precio real de venta y/o el salario real de las personas.

Si bien el consumo per cápita de vino ha sufrido un descenso en los últimos, las encuestas de factores de riesgo muestran que el vino es la segunda bebida, después de la cerveza, cuyo consumo se practica de manera abusiva, especialmente por los varones entre 18 y 34 años.

Adicionalmente, el vino es la única bebida alcohólica exenta del pago de impuestos internos en Argentina. En particular, el vino genérico representa más del 70% del total de hectolitros de vino consumidos en nuestro país.

En este contexto, conocer el impacto de una variación en el precio real de venta y/o el ingreso real de las personas en el consumo de vino genérico es sumamente importante para los decisores de políticas públicas.

Para hacer las estimaciones se utilizan datos de series temporales de frecuencia mensual desde enero de 2003 a diciembre de 2014.

Las variables incluidas en la base de datos son los despachos autorizados para consumo interno de vino genérico (en hectolitros), el precio promedio real de venta del vino común tinto tetra brick y el coeficiente de variación salarial real (CVS) en Argentina (que se utilizará como aproximación del ingreso real)¹⁵.

Las estadísticas descriptivas de las variables utilizadas se muestran en la Tabla IV 1.

Tabla IV 1: Estadísticas Descriptivas de las Variables Empleadas en las Estimaciones.

	Obs.	Media	Desvío Estándar	Mínimo	Máximo
Vino Genérico (2003-2014)					
Consumo (en hectolitros)	144	694.466	95.270	483.774	956.525
Precio promedio real de venta	144	2,20	0,32	1,71	2,98
CVS real	144	122.26	12,72	93,54	138,1

Fuente: Estimaciones propias.

¹⁵ La fuente de datos de los despachos de vino genérico autorizados para consumo interno es la Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas. Los datos de precio promedio nominal de venta del vino común provienen de la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas de la Provincia de Mendoza. Finalmente, el Coeficiente de Variación Salarial se obtiene del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. Las variables nominales (precio y CVS) se deflactaron con el Índice de Precios del Congreso de la Nación Argentina, con base diciembre de 2003.

En Argentina, entre 2003 y 2014, se consumieron en promedio 694,5 mil hectolitros de vino de tipo genérico por mes. El precio de venta promedio real del vino común tinto tetra brick fue de 2,2 pesos por litro. El promedio del coeficiente de variación salarial fue de 122,26 con base diciembre 2003 igual a 100.

Para el cálculo de las elasticidades de consumo, con respecto al precio real de venta y al ingreso real, se define un modelo para el estado estacionario de la trayectoria de crecimiento de las variables presentes en la función de demanda de vino.

Ambos modelos asumen una relación lineal entre el consumo de vino su precio real y el coeficiente de variación salarial real.

De esta manera, la relación de equilibrio de largo plazo para el consumo de vino es:

$$Cvino_t = K_i + \lambda_1 P_{vino_t} + \lambda_2 CVS_t + \mu_t$$

Donde C_t es el logaritmo natural del consumo (en hectolitros) de vino en.

P_t es el logaritmo natural del precio promedio de venta real del vino tinto común tetra brick.

CVS_t es el logaritmo natural del coeficiente de variación salarial.

K_i , λ_1 y λ_2 son parámetros y μ_t es un error estacionario con media cero.

En particular, λ_1 puede interpretarse como la elasticidad de largo plazo del consumo de vino con respecto al precio real de venta.

λ_2 es la elasticidad de largo plazo del consumo de vino con respecto al ingreso real.

Fuera del estado estacionario se trabaja con un modelo general para la dinámica de corto plazo de la siguiente forma:

$$\Delta c_t = \delta + (\alpha - 1) \left[c_{t-1} - \frac{K_i^*}{1-\alpha} - \frac{\beta}{1-\alpha} p^{t-1} - \frac{\gamma}{1-\alpha} y^{t-1} \right] + \sum_{j=1}^{r-1} \alpha_j^* \Delta c_{t-j} + \beta_0 \Delta p_t \\ + \sum_{j=1}^{r-1} \beta_j^* \Delta p_{t-j} + \gamma_0 \Delta y_t + \sum_{j=1}^{r-1} \gamma_j^* \Delta y_{t-1} + \varepsilon_t$$

Donde, $\delta, \alpha, \beta, \gamma, \alpha_j^*, \beta_0, \beta_j^*, \gamma_0, \gamma_j^*, k_i^*$ son los parámetros del modelo y ε_t es un término de error estacionario.

En el modelo de corto plazo los términos en niveles representan las soluciones de equilibrio del largo plazo mientras que las variables en primeras diferencias miden la dinámica de corto plazo¹⁶.

β_0 es la elasticidad de corto plazo del consumo con respecto al precio real de venta y γ_0 es la elasticidad de corto plazo del consumo con respecto al ingreso real. El efecto de corto plazo que se produce en el consumo se debe a un cambio en el mismo mes en una de las variables explicativas (precio real o ingreso real).

Antes de estimar las elasticidades de corto y largo plazo del consumo de vino genérico, se procede a analizar las propiedades estadísticas de las series individuales. Para ello se emplea la transformación logarítmica de las series y luego, para confirmar el orden de integración de cada una se emplea el test de Dicke-Fuller aumentado (ADF)¹⁷.

¹⁶ El modelo general de la dinámica de corto plazo se aplica tanto para el consumo de vino como de cerveza.

¹⁷ Dickey, D. and Fuller, W. (1979): "Distribution of the Estimators of for Autoregressive Time Series with a Unit Root", Journal of the American Statistical Association, 74, 427-431.

La Tabla IV 2 muestra los resultados de aplicar el Test ADF a las series transformadas de consumo, precio real e ingreso real.

Tabla IV 2: Test de Raíz Unitaria

Variable	ADFt-statistic	Valor-P	Rezagos
LN (Consumo de vino genérico)	-2,203	0,1530	7
LN (Precio promedio real de venta de vino)	-1,454	0,5563	0
LN (CVS real)	-2,343	0,1584	4

Fuente: Estimaciones propias.

Notas: se empleo el criterio de información de Schwartz para la selección del número de rezagos en el test. LN indica logaritmo natural.

Puede afirmarse que ninguna de las series individualmente rechaza la hipótesis nula de raíz unitaria. Es decir que el consumo de vino y su precio real de venta y el coeficiente de variación salarial real individualmente presentan una tendencia estocástica, no estacionaria.

Como las variables son individualmente integradas de orden uno, se procede a examinar si el conjunto de variables relevantes son cointegradas. Para chequear si existe cointegración entre las variables del consumo, el precio real y el coeficiente de variación salarial se aplica la metodología de Engle-Granger¹⁸.

La Tabla IV 3 muestra los resultados de la metodología de Engle-Granger para el conjunto de variables.

La variable Residuals A representa los residuos de la estimación de la relación de equilibrio de largo plazo definida en (A) entre el consumo de vino genérico, el precio real de venta y el coeficiente de variación salarial real.

Tabla IV 3: Metodología de Engle-Granger

Variable	ADFt-statistic	Valor-P	Rezagos
Residuals A	-7,55	0,0000	0

Fuente: Estimaciones propias.

Notas: se empleo el criterio de información de Schwartz para la selección del número de rezagos.

La Tabla IV 3 muestra que se rechaza la hipótesis nula, la variable Residuals es individualmente estacionaria, por lo tanto la serie presenta cointegración.

Los test realizados previamente nos habilitan a realizar la estimación del modelo para obtener las elasticidades corto y largo plazo del consumo con respecto al precio real de venta y al coeficiente de variación salarial.

Los resultados de la estimación de equilibrio de largo plazo para el consumo de vino genérico se muestran en la Tabla IV 3.

¹⁸ Engle, R. and Granger, C. (1987): "Co-integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing". *Econometría*, 55, pp 251-276.

Tabla IV 4: Estimación de las Elasticidades de Largo Plazo del Consumo de Vino Genérico

Variable Dependiente: LN (Consumo de Vino Genérico)				
Método de Estimación: Mínimos Cuadrados				
Muestra: 2003:01 2014:12				
Variable	Coefficiente	Desvío estándar	Estadístico-t	Valor-P
LN (precio promedio real de venta)	-0,21	0,064	-3,26	0,001
LN (CVS Real)	-0,72	0,083	-8,76	0,000
Constante	17,10	0,39	43,45	0,000
R-cuadrado ajustado	0,4089			
Estadístico F	50,46			
Valor-P	0,0000			

Fuente: Estimaciones propias.

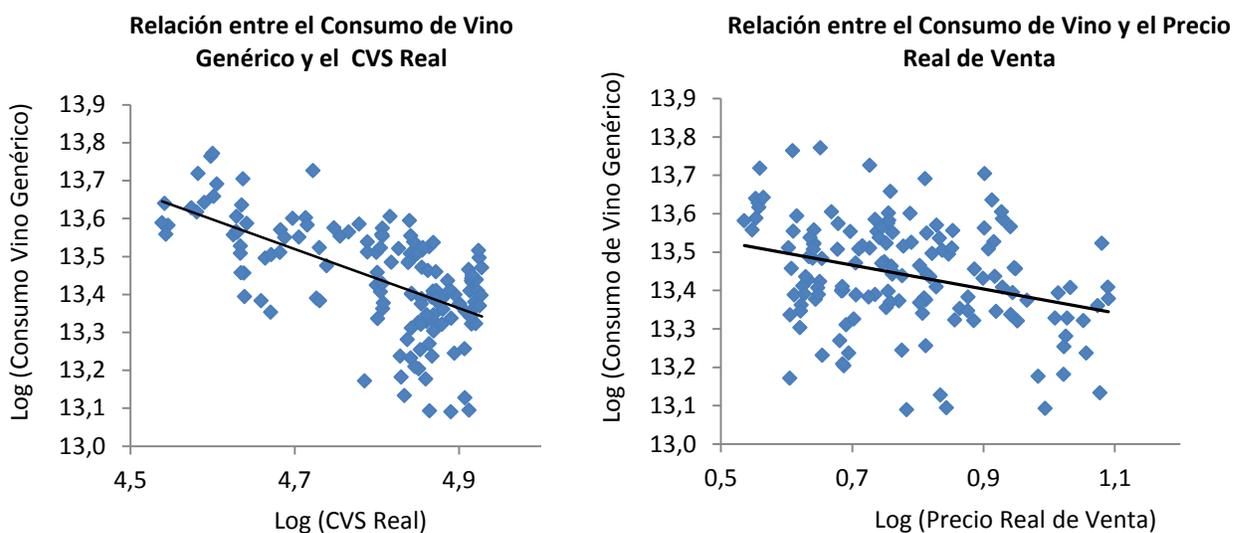
La Tabla IV 3 muestra que todos los estimadores son estadísticamente significativos.

La elasticidad de largo plazo del consumo de vino genérico con respecto a su precio es -0,21. Es decir que un aumento del 10% en el precio real de venta del vino genérico reduce su consumo en el largo plazo un 2,1%.

Adicionalmente, la elasticidad de largo plazo del consumo de vino genérico con respecto al ingreso real es de -0,72. Esto significa que ante un aumento del 10% en el ingreso real, el consumo de vino genérico cae un 7,2% en el largo plazo.

La relación inversa entre el ingreso real y el consumo de vino puede explicarse porque en el modelo se utilizan datos de la evolución del consumo de vino común genérico, no varietal. El vino genérico es aquel que ha sido elaborado con más de una variedad, que no suele consignarse en la etiqueta. Los resultados de las estimaciones indican que el vino genérico en Argentina es un bien inferior; es decir, la gente consume menos vino genérico cuando su ingreso aumenta.

Gráfico IV 1: Relación entre Consumo de Vino Genérico, Precio y Coeficiente de Variación Salarial.



El gráfico IV 1 muestra la relación, en forma de diagrama de puntos, entre el consumo de vino genérico y el coeficiente de variación salarial en el panel de la izquierda y la relación entre el consumo de vino genérico y su precio real de venta en el panel de la derecha. La línea negra en cada panel representa la recta de regresión muestral entre las variables.

La pendiente negativa de la recta, en ambos casos, confirma el signo negativo de las elasticidades de largo plazo del consumo de vino genérico con respecto al ingreso real y al precio real de venta.

La Tabla IV 5 muestra los resultados de las estimaciones de la dinámica de corto plazo del consumo de vino genérico.

Tabla IV 5: Estimación de la Dinámica de Corto Plazo del Consumo de Vino Genérico

Variable Dependiente: $\Delta(\text{LN Consumo de Vino Genérico})$				
Método de Estimación: Mínimos Cuadrados				
Muestra: 2003:01 2014:12				
Variable	Coefficiente	Desvío estándar	Estadístico-t	Valor-P
_t-1	-0,7432	0,1045	-7,11	0,000
$\Delta(\text{LN (Precio real de venta}_t))$	0,0090	0,3537	0,03	0,980
$\Delta(\text{LN (Precio real de venta}_{t-1}))$	0,3920	0,3708	1,06	0,292
$\Delta(\text{LN (Precio real de venta}_{t-2}))$	-0,3117	0,3562	-0,87	0,383
$\Delta(\text{LN (CVS}_t))$	1,7713	0,8750	2,02	0,045
$\Delta(\text{LN (CVS}_{t-1}))$	0,8873	0,9008	0,99	0,326
$\Delta(\text{LN (CVS}_{t-2}))$	3,3945	0,8850	3,86	0,000
$\Delta(\text{LN (Consumo}_{t-1}))$	-0,0356	0,0966	-0,37	0,713
$\Delta(\text{LN (Consumo}_{t-2}))$	-0,0424	0,0816	-0,52	0,604
Constante	-0,0142	0,0076	-1,84	0,068
R-cuadrado ajustado	0,4161			
Estadístico F	12,09			
Valor-P	0,0000			

Fuente: Estimaciones propias.

La elasticidad de corto plazo del consumo de vino genérico con respecto al precio de venta ((el coeficiente de $\Delta(\text{LN (precio real de venta}_t))$)) no es estadísticamente significativo, mientras que la elasticidad de corto plazo del consumo de vino genérico con respecto al coeficiente de variación salarial real ((el estimador de $\Delta(\text{LN (precio real de venta}_t))$)) es 1,77 y estadísticamente significativo.

Esto implica que un aumento del 10% en el ingreso real genera un aumento instantáneo en el consumo de vino genérico del 17%.

El modelo es estable ya que la velocidad de ajuste hacia el término de corrección de errores (el coeficiente de _t-1) es negativa y estadísticamente significativa los niveles usuales. Esto significa que si el consumo de vino genérico comienza a crecer más rápido de lo que es consistente con la solución de estado estacionario, el coeficiente del término de corrección de errores forzaría al consumo a volver nuevamente a su sendero de crecimiento de largo plazo.

V. POLÍTICAS DE CONTROL Y PREVENCIÓN DEL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL EN ARGENTINA

Durante la 61ª Asamblea Mundial de la Salud, celebrada en Ginebra en el año 2008, se pone de manifiesto la necesidad de establecer acciones orientadas a la prevención del consumo dañino de alcohol, su detección precoz y tratamiento eficaz.

Bajo estos lineamientos, el Ministerio de Salud de la Nación Argentina en conjunto con el Ministerio de Educación y la SEDRONAR implementan el Programa Nacional de Prevención y Lucha Contra el Uso Nocivo de Alcohol (Art. N°3º, Decreto 149/2009), creado por Ley N° 24.788 del 1997.

En Argentina se destacan diversas medidas que controlan la producción, comercialización, publicidad y expendio de bebidas alcohólicas, así como estrategias sanitarias destinadas a la población general y de alto riesgo que comprenden la promoción, prevención, asistencia y rehabilitación.

La Tabla V 1 resume características de la legislación argentina vigente para el control y prevención del consumo excesivo de alcohol.

Tabla V 1: Leyes y Resoluciones Nacionales para la Lucha contra el Alcoholismo.

Prohibiciones y Restricciones al Alcohol		
	Prohíbe	Penalidad
Venta a menores de 18 años, cualquiera sea su comercialización	X	Multas entre 500 a 10 mil pesos o clausura del local por 10 días. En caso de reincidencia, multas entre mil y 5 mil pesos y clausura hasta 180 días
Consumo en la vía pública	X	
Consumo en sitios donde se realicen en forma masiva actividades deportivas, educativas, culturales y/o artísticas ¹⁹	X	A cargo de la autoridad jurisdiccional competente
Beber en medios de transporte (colectivos de corta y larga distancia, vuelos de cabotaje)		No regulado
Publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas dirigida a menores de 18 años (emitida en el horario de protección al menor)	X	Multas de 5 mil a 100 mil pesos al anunciante y a la empresa publicitaria
Publicidad donde aparezcan menores de 18 años bebiendo	X	
Publicidades que sugiera que el consumo de bebidas alcohólicas mejora el rendimiento físico o intelectual de las personas	X	
Publicidades que utilice el consumo de bebidas alcohólicas como estimulante de la sexualidad y/o de la violencia	X	
Publicidades que no incluyan en letra y lugar visible las leyendas "Beber con moderación" y "Prohibida su venta a	X	

¹⁹ Excepto en los lugares y horarios expresamente habilitados por la autoridad competente

menores de 18 años"		
Realización de concursos, torneos o eventos que requieran la ingesta de alcohol desnaturalizando los principios de la degustación	X	Prisión de 6 a 2 años y multa de 2 mil a 20 mil pesos. Clausura del lugar por un término de hasta un mes. En caso de reincidencia, clausura definitiva. En caso de muerte la pena será de 2 a 5 años de prisión. Si es fallecido es menor la pena se eleva un tercio
Consumo de bebidas alcohólicas en la periferia y en el interior de los estadios u otros sitios en los que se realicen actividades de convocatoria masiva	▪	A cargo de la autoridad jurisdiccional competente
Conducir cualquier tipo de vehículos con una alcoholemia superior a 500 miligramos por litro de sangre	■	
Conducir motocicletas o ciclomotores con una alcoholemia superior a 200 miligramos por litro de sangre	■	
Conducir vehículos destinados al transporte de pasajeros, de menores y de carga, con cualquiera sea la concentración de alcohol por litro de sangre	■	

Requerimientos y Regulaciones a las Bebidas Alcohólicas

	Requerido	No Regulado
En todas las bocas de expendio, debe exhibirse la leyenda: "PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS A MENORES DE 18 AÑOS - LEY NACIONAL DE LUCHA CONTRA EL ALCOHOLISMO - Nº 24.788"	X	
La graduación alcohólica y las leyendas "BEBER CON MODERACION y PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS", debe figurar en el envase primario de las bebidas alcohólicas que se comercialicen en el país	X	
La publicidad de bebidas alcohólicas en los medios de comunicación masiva deberá incluir, las leyendas "BEBER CON MODERACION" y "PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS"	X	
La publicidad radial o sonora, deberá finalizar con las advertencias "BEBER CON MODERACION" Y "ESTA PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS A MENORES DE 18 AÑOS" sin fondo musical	X	
En la publicidad gráfica, las leyendas deberán insertarse dentro del espacio destinado al aviso de publicidad, ocupando no menos del 3% de la superficie total del aviso	X	
Elementos (sombrellas, mesas, vasos, relojes, etc.) destinados a la promoción de marcas que realicen, las empresas productoras y/o comercializadoras		X
Leyenda en los envases con advertencias de los riesgos de salud		X

Otras Previsiones		
	SÍ	NO
Programa Nacional de Prevención y Lucha contra el Consumo Excesivo de Alcohol	X	
Educación/Promoción del consumo excesivo de alcohol	X	
Acciones de prevención primaria y detección precoz de la patología vinculada con el consumo excesivo de alcohol a cargo de los establecimientos médico-asistenciales públicos, del sistema de seguridad social y privado del país	X	
Cobertura de los tratamientos médicos, farmacológicos y/o psicológicos para la asistencia y rehabilitación de pacientes alcohólicos afiliados a obras sociales y/o prepagas	X	
Atención de salud y programas de prevención dirigidos a familiares de pacientes alcohólicos		X

Fuente: Elaboración propia en base a Ley Nacional de Lucha contra el Alcoholismo N°24788/1997. Decretos Reglamentarios

N°149/2009 y 688/2009 y Resolución N° 1170.

Observaciones:

- X Rige a Nivel Nacional
 - Rige de acuerdo a la adhesión de las provincias

VI. CONCLUSIONES GENERALES

El propósito del trabajo fue presentar la economía (consumo, producción y comercio exterior) de las bebidas alcohólicas en Argentina en los últimos años, así como las políticas vigentes tendientes a reducir su consumo nocivo.

Las características económicas de las actividades primarias e industriales involucradas en la elaboración de vino y cerveza conjuntamente con los daños generados por el consumo de alcohol en la salud, justifican la intervención del gobierno en el mercado de las bebidas alcohólicas, adoptando medidas de política para reducir su consumo nocivo.

Si se consideran las posibles intervenciones que aspiran a reducir el consumo nocivo, diferentes estudios citados demuestran que el cobro de impuestos es la medida más costo efectiva.

En Argentina, si bien la cerveza y las bebidas espirituosas se encuentran gravadas por impuestos internos, el vino es la única bebida alcohólica exenta. Tal como se estimó en la sección de elasticidades, los consumidores de vino genérico responden al cambio de precios reduciendo su consumo.

Sin embargo, el aumento del precio del vino genérico a causa del establecimiento de un impuesto debiera ser analizado en contexto con el peso de la actividad vitivinícola en las economías de las provincias productoras de vino (Mendoza, San Juan, Salta, Catamarca, etc.).

Asimismo el desincentivo generado en dicho mercado por un impuesto podría ser compensado con un plan de mejoras en las condiciones comerciales con los principales socios a quienes se exporta vino argentino.

Estas medidas debieran ser complementadas con políticas que refuercen los efectos negativos del consumo excesivo de alcohol en la salud de las personas. Aplicar mensajes de advertencia en los envases de productos es una medida que ha tenido un impacto positivo en reducir el consumo de tabaco en Argentina pero no ha sido aplicada en las bebidas alcohólicas.

Si bien las campañas preventivas debieran estar dirigidas hacia toda la población, se recomienda poner un mayor esfuerzo en campañas dirigidas a los jóvenes.

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- Abihaggle C, et al. (2012): "Impacto de la Vitivinicultura en la Economía Argentina". Fondo Vitivinícola Mendoza-Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo.
- Alturria, L. (2012): "Costeo Basado en Actividades. Aplicación al Cálculo de Costos Vitícolas". Universidad Nacional de Cuyo.
- Anderson P, and Baumberg B, (2006): "Alcohol in Europe. A Public Health Perspective". A Report for the European Commission. Institute of Alcohol Studies, England.
- Anderson P, Chisholm D, and Fuhr D, (2009): "Effectiveness and Cost-effectiveness of Policies and Programmes to reduce the harm caused by alcohol". Lancet, N° 373 (9682), pp. 2234-2246.
- Área del Vino. En línea <http://www.areadelvino.com/>
- Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas (ACOVI). Observatorio de Economías Regionales. En línea <http://www.acovi.com.ar/observatorio/>
- Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas. Series Estadísticas. <http://www.acovi.com.ar/observatorio/series-estadisticas-5/>
- Azar M, Springer S, Meyer J, and Altice F, (2010): "A systematic review of the impact of alcohol use disorders on HIV treatment outcomes, adherence to antiretroviral therapy and health care utilization". Drug Alcohol Depend, N° 112, pp.178-193.
- Baan R, Straif K, Grosse Y, Secretan B, El Ghissassi F, Bouvard V, Altieri A, and Coglianò V, (2007): "Carcinogenicity of Alcoholic Beverages". Lancet Oncol, N° 8, pp. 292-293.
- Babor T, Caetano R, Casswell S, Edwards G, Giesbrecht N, and Graham K, (2010): "Alcohol: No Ordinary Commodity. Research and Public Policy". Oxford, UK: Oxford University Press.
- Baliunas D, Rehm J, Irving H, and Shuper P, (2010): "Alcohol Consumption and Risk of Incident Human Immunodeficiency Virus Infection: A Metaanalysis". Int J Public Health, N° 55, pp. 159-166.
- Bolsa de Cereales (2014): "Informe de Gira Agrícola N°59". Departamento de Estimaciones y Proyecciones Agropecuarias.
- Bolsa de Comercio de Mendoza. En línea <http://www.bolsamza.com.ar>
- Borrueal M, Mas P, y Borrueal G, (2010): "Estudio de Carga de Enfermedad". Ministerio de Salud de la Nación. Proyecto Funciones Esenciales de Salud Pública.
- Cámara de Industria Cervecería Argentina. En línea <http://www.camaracervecera.com.ar/>
- Cámara Argentina de Destiladores Licoristas. En línea <http://www.camlic.com.ar/>
- Cervecería y Maltería Quilmes. En línea <https://www.cerveceriaymalteriaquilmes.com/>
- Chisholm D, Rehm J, Van Ommeren M, and Monteiro M, (2004): "Reducing the Global Burden of Hazardous Alcohol Use: A Comparative Cost-effectiveness Analysis". J Stud Alcohol, N° 65, pp. 782-93.
- Código Alimentario Argentino. Capítulo XIII, Bebidas Fermentadas.
- Código Alimentario Argentino. Capítulo XIV, Bebidas Espirituosas, Bebidas Alcohólicas Destiladas y Licores.
- Compañías Cerveceras Unidas Argentina. En línea <http://www.ccu.com.ar/>
- Day J, (2013): "Una Argentina Competitiva, Productiva y Federal. Actualidad y Desafíos en la Cadena Vitivinícola de la Argentina". Documento de Trabajo N°124, Año 19. Instituto de Estudios sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana (IERAL) de Fundación Mediterránea.
- Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas. Precios Promedios Mensuales de Productos Agroindustriales al Consumidor. http://www.deie.mendoza.gov.ar/tematicas/detalle_tematicas.asp?filtro=precios&id=8.
- Fondo Vitivinícola Mendoza (2014): "Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020".
- Fondo Vitivinícola Mendoza. En línea <http://www.fondovitivinicola.com.ar/>
- Fundación Instituto de Desarrollo Rural. En línea <http://www.idr.org.ar/>

- García E, (2012):"El Mercado del Vino en Canadá". Estudios de Mercado de la Embajada de España en Toronto.
- Gennari A, Orrego J, y Santoni L, (2013):"Regulaciones Públicas y Funcionamiento de la Cadenas Vitivinícola Argentina: Aprendizajes para el Futuro". Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza, Argentina.
- Gimenez F, y Tomaso J.C, (2009):"Mejoramiento Genético de Cebada Cervecera". Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Estación Experimental Bordenave.
- Global Information System on Alcohol and Health (GISAH).
En línea: <http://apps.who.int/gho/data/?showonly=GISAH&theme=main>
- Infojust, en línea: <http://www.info-just.com/home.cfm>
- Instituto Nacional de Vitivinicultura. En línea <http://www.inv.gov.ar/>
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (2013):"Exportaciones Argentinas de Productos Vitivinícolas". Departamento de Estadísticas y Estudio de Mercado.
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (2013):"Informe de Cosecha y Elaboración". Departamento de Estadísticas y Estudio de Mercado.
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (2014):"Registro de Viñedos y Superficie Año 2013". Departamento de Estadísticas y Estudio de Mercado.
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (2015):"Elaboración de Vinos y Otros Productos. Año 2014". Departamento de Estadísticas y Estudio de Mercado.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2009):"Encuesta Nacional sobre Prevalencias de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENPreCoSP 2008)". Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos humanos. Ministerio de Salud de la Nación.
- Lachenmeier D, Monakhova Y, and Rehm J, (2014):"Influence of Unrecorded Alcohol Consumption on Liver Cirrhosis Mortality". World J Gastroenterol, 21; 20(23). pp. 7217–7222.
- Ley General de Vinos N°14.878.
- Ley N° 23.550, Régimen para la implantación, reimplantación y/o modificación de los viñedos de todo el territorio de la Nación. Excepciones. Autoridad de aplicación.
- Lim S, Vos T, Flaxman A, Danaei G, Shibuya K, and Adair-Rohani H, (2012):"A Comparative Risk Assessment of Burden of Disease and Injury Attributable to 67 Risk Factors and Risk Factor Clusters in 21 Regions, 1990–2010: A Systematic Analysis for the Global Burden of Disease Study 2010". Lancet Vol. 380, pp. 2224–2260.
- Lönnroth K, Williams B, Stadlin S, Jaramillo E, and Dye C, (2008):"Alcohol Use as a Risk Factor for Tuberculosis – A Systematic Review". BMC Public Health, Vol. 8:289.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Resolución 1075/1994, anexo C. Argentina.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Sistema Integrado de Información Agropecuaria (SIIA). En línea: <http://www.sii.gov.ar/>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2013):"Informe Sectorial de las Cadenas de Origen Agrícola y Forestal N°11, Bebidas Alcohólicas". Área Alimentos Argentinos.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Resolución 27/2013. Argentina.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2010):"Informe Sectorial de las Cadenas Agrícolas y Forestales: Cerveza". Informe Sectorial N° 1. Área de Sectores Alimentarios.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2012):"La Evolución y los Indicadores". Área Cadenas Alimentarias.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2012):"El Mercado del Fernet". Área de Sectores Alimentarios.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2012):"El Mercado del whisky". Área de Sectores Alimentarios.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2013):"El Mercado del Vino Espumante". Área de Sectores Alimentarios.

- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2014): "El Mercado de la Cerveza". Informe Sectorial N° 3. Área de Sectores Alimentarios.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2014): "Evolución del Sector Vitivinícola, Situación de las PYMEs y Perspectivas". Área de Sectores Alimentarios.
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. Información Económica al Día. <http://www.economia.gob.ar/secretarias/politica-economica/programacion-macroeconomica/>.
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. Ley 26.870/2013.
- Ministerio de Salud de la Nación (2005): "Encuesta Nacional de Factores de Riesgo". Boletín de Vigilancia Epidemiológica en Salud Mental y Adicciones.
- Ministerio de Salud de la Nación (2009): "Segunda Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2009". Boletín de Vigilancia Epidemiológica en Salud Mental y Adicciones.
- Ministerio de Salud de la Nación (2011): "Normativa Nacional en Políticas Sanitarias de Prevención y Lucha Frente al Consumo Excesivo de Alcohol". Dirección Nacional de Salud Mental y Adicciones.
- Ministerio de Salud de la Nación (2011): "Lineamientos Normativos para la Atención Integral de la Población Frente al Consumo Excesivo de Alcohol y Otras Sustancias Psicoactivas". Dirección Nacional de Salud Mental y Adicciones.
- Ministerio de Salud de la Nación (2012): "Lineamientos para la Atención del Consumo Episódico Excesivo del Alcohol en Adolescentes". Dirección Nacional de Salud Mental y Adicciones.
- Ministerio de Salud de la Nación (2012): "Ley Nacional de Luchas Contra el Alcoholismo N° 24.788" Argentina.
- Ministerio de Salud de la Nación (2014): "Estadísticas Vitales. Información Básica Año 2013". Dirección de Estadísticas e Información de Salud (DEIS).
- Miralles D, Abeledo G, Calderini D, y Dreccer F, (2003): "Primera Jornada de Actualización en Cebada Cervecera". Universidad de Buenos Aires.
- Observatorio Vitivinícola Argentino. En línea <http://www.observatoriova.com/>
- Organización Mundial de la Salud (2004): "Neuroscience of Psychoactive Substance Use and Dependence". Geneva.
- Organización Mundial de la Salud (2005): "Estrategia Mundial para Reducir el Uso Nocivo de Alcohol".
- Organización Mundial de la Salud (2007): "WHO Expert Committee on Problems Related to Alcohol Consumption". Second Report, Geneva.
- Organización Mundial de la Salud (2011): "Global Status Report on Alcohol and Health".
- Organización Mundial de la Salud (2014). Global Status Report on Alcohol and Health"
- Organización Panamericana de la Salud (2007): "Alcohol, género, cultura y daños en las Américas". Reporte final del Estudio Multicéntrico.
- Rehm J, Room R, Graham K, Monteiro M, Gmel G, and Sempos CT, (2003): "The Relationship of Average Volume of Alcohol Consumption and Patterns of Drinking to Burden of Disease - An Overview". *Addiction* N° 98, pp. 1209-1228.
- Rehm J, Samokhvalov AV, Neuman MG, Room R, Parry CD, and Lönnroth K, (2009): "The Association Between Alcohol Use, Alcohol Use Disorders and Tuberculosis. A Systematic Review". *BMC Public Health*, N°9 Vol. 450.
- Rehm J, Kanteres F, and Lachenmeier, DW (2010): "Unrecorded Consumption, Quality of Alcohol and Health Consequences". *Drug Alcohol Rev* N° 29, pp. 426-436.
- Rehm J, and Shield, KD (2013): "Alcohol and Mortality: Global Alcohol-attributable Deaths from Cancer, Liver Cirrhosis and Injury in 2010". *Alcohol Research, Current Reviews*, Vol. 35, issue N° 2, pp. 174-183.
- Rosner J, (2010): "Argentina Tiempo de Cosecha. Homenaje a la Vitivinicultura en el Bicentenario de la Patria". Buenos Aires.

Sacks JJ, Roeber J, Bouchery EE, Gonzales K, Chaloupka FJ, and Brewer R, (2013): "State Costs of Excessive Alcohol Consumption, 2006". Am J Preventive Med N° 45, pp. 474-485.

Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico SEDRONAR (2010): "Estudio Nacional en Población de 12 a 65 años, sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas". Observatorios Argentino de Drogas.

Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico SEDRONAR (2012): "Quinta Encuesta Nacional a Estudiantes de Enseñanza Media 2011". Área de Investigaciones.

Tomaso J. C. (2007): "Cereales Menores de Invierno. Mejoramiento Genético de Avena, Cebada Cervecera, Centeno y Cebada Forrajera. Producción y Utilización en la Argentina".