

Cinco claves sobre el sector de licores

MILAGROS RODERO | 28/12/2016 | [Licores](#)



La recuperación del mercado de bebidas espirituosas llegó en 2015, tras nueve años continuados de descensos, y se consolida este año, dando cifras aún más positivas. De ese modo, las ventas en volumen registraron un aumento del 3,9% y en valor de un 5,5%, según se recoge en el [Informe 2016 sobre el sector de licores y bebidas espirituosas](#) publicado por Alimarket. Incluso, la gran categoría de whiskies, que llevaba años en retroceso, empieza a crecer.

1. Hostelería y turismo impulsan la recuperación:

El mayor incremento en las ventas se produjo en el canal de hostelería, que gana un 6% hasta representar el 62% de las ventas en volumen. Dentro de él, hay que destacar el fuerte impulso del consumo registrado en restaurantes y hoteles, un 14,2% más que el año anterior. Otro de los factores determinantes para la recuperación ha sido el excelente comportamiento del turismo, ya que España recibió más de 68 M de extranjeros en 2015, un 4,9% más.

2. Fuerte crecimiento de ginebras y licores:

Un año más, destaca la buena evolución de las ginebras, que experimentaron un incremento del 10%, y de los licores, gracias a marcas de éxito como 'Ruavieja', 'Jägermeister' y 'Baileys', impulsando la categoría un 12%.

3.Nuevos hábitos de consumo fuera del hogar:

En cuanto a comportamientos de consumo, se aprecia una tendencia a la apertura de locales de restauración organizada, que son ya más de 7.500, y una preferencia por el ocio diurno. Así, el 38% del consumo en horeca se realiza en bares y cafeterías, es decir, es más diurno que hace años.

4.Dominio de las multinacionales:

Pese a tratarse todavía de un sector muy disperso empresarialmente, está dominado por cuatro compañías multinacionales -Pernod Ricard, Maxxium (Beam Suntory y The Edrinton), Diageo y Bacardi- que controlan el 60% del negocio en valor y el 53% del volumen de ventas.

5.Se eleva la carga impositiva:

El nuevo Gobierno acaba de subir los impuestos especiales al sector un 5%, lo que agrava aún más su fuerte carga impositiva. En este sentido, esta industria se queja de trato discriminatorio frente a otras bebidas, ya que afirman representar sólo el 6% del volumen total de las bebidas alcohólicas consumidas en España y recaudar más del 75%.

Alimarket