

Panorama internacional de la sidra

Patricia Villarreal y Maria Laura Malaspina

Panorama internacional de la sidra



Panorama internacional de la sidra

Patricia Villarreal - Maria Laura Malaspina

**Editorial EDUCO
Universidad Nacional del Comahue
Neuquén 2020**

Panorama internacional de la sidra / Patricia Villareal; María Laura Malaspina.
- 1a ed. - Neuquén: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue, 2020.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-604-557-5

1. Elaboración de Bebidas. 2. Vino. 3. Manzana. I. Malaspina, María Laura.
II. Título.
CDD 663.3

El **Consejo Editorial de la Universidad Nacional del Comahue**, en su sesión ordinaria de fecha 11 de septiembre del 2020, avaló la publicación del libro digital PANORAMA INTERNACIONAL DE LA SIDRA, de Patricia Villarreal y María Laura Malaspina, presentado por la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional del Comahue.

Miembros académicos: Dra. Adriana Caballero - Dra. Ana Pechén - Dr. Enrique Mases

Presidente: Mg. Gustavo Ferreyra

Director Educo: Lic. Enzo Canale

Secretario: Com. Soc. Jorge Subrini

Disposición N° 052/20

Universidad Nacional del Comahue

Rector: Gustavo Crisafulli

Vice-Rectora: Adriana Caballero

Secretario de Extensión: Gustavo Ferreyra

Editorial EDUCO

Director: Enzo Dante Canale

Impreso en Argentina – Printed in Argentina

2020 – **EDUCO**- Editorial de la Universidad Nacional del Comahue Buenos Aires 1400 – (8300)

Neuquén – Argentina Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio, sin el permiso expreso de **EDUCO**.

Contenidos

Resumen.....	7
1. La sidra	7
2. La producción mundial	10
3. Nuevos actores	12
4. Consumo-Demanda	12
5. Precios internacionales	14
6. Conclusión	17
7. Bibliografía	18

Figuras

Tabla 1: Producción y consumo per cápita de los países socios de AICV	11
Tabla 2: Precio en dólares/litro por país de origen y envase	15
Gráfico 1: Precio promedio por marca en Argentina	16
Gráfico 2: Precio promedio por marca en Estados Unidos	17

Anexo

Tabla 3: Precio por marca, envase y fecha origen Argentina en dólares/litro	20
Tabla 4: Precio por marca, envase y fecha origen Costa Rica en dólares/litro	20
Tabla 5: Precio por marca, envase y fecha origen México en dólares/litro	21
Tabla 6: Precio por marca, envase y fecha origen Estados Unidos en dólares/litro	21
Tabla 7: Precio por marca, envase y fecha origen Canadá en dólares/litro	22
Tabla 8: Precio por marca, envase y fecha origen Panamá en dólares/litro	22

RESUMEN

En el marco del Proyecto de Investigación de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional del Comahue “La oferta regional e internacional de sidra: factores culturales, institucionales y socio económicos” (PI-A40), se describe el mercado mundial de la sidra y de productos relacionados que se asocian comercialmente.

Según el Código Alimentario Argentino la **Sidra Base** es la bebida que resulta exclusivamente de la fermentación alcohólica normal del jugo recién obtenido de manzanas sanas y limpias, de uso industrial, con o sin la adición de hasta un 10% de jugo de peras obtenido en idénticas condiciones que el jugo de manzana y fermentado en forma conjunta o separada. Su graduación alcohólica mínima será de 4,5% en Vol. $\pm 0,3$ a 20°C. Teniendo esta referencia nacional del producto en el presente documento se denomina “productos relacionados” a aquellos que en otros países bajo la denominación de sidra no cumplen con estas especificaciones. A partir de esta sidra base se obtienen otros productos definidos en el Código, entre otros la sidra, sidra sin alcohol, sidra frutada, sidra espumante, sidra espumante frutada.

Para muchos empresarios y profesionales vinculados a la industria sidrera regional la identidad y calidad del producto son elementos centrales de la estrategia que debe seguir el sector para relanzar el producto tanto en el mercado interno como el externo.

Entre los objetivos específicos del proyecto está la descripción del mercado mundial y en particular los principales actores, procesos productivos y marco normativo. Esta información es un aporte al sector sidrero argentino para elaborar su estrategia identificando los factores competitivos.

LA SIDRA

El **Codex Alimentarius** ⁽¹⁾ es un marco de referencia para la caracterización de los productos, refiere a la sidra junto con la sidra de pera como “Vinos de fruta elaborados a base de manzana (sidra) y pera (sidra de pera). Incluye también la *cidre bouché*”.

Se menciona a continuación los variados productos identificados con la “sidra” en varios países con tradición de elaboración y consumo.

En Chile existen tres tipos de sidra bien diferenciadas²:

¹ Compilación de todas las normas, Códigos de Comportamientos, Directrices y Recomendaciones de la Comisión del Codex Alimentarius. La Comisión del Codex Alimentarius es el más alto organismo internacional en materia de normas de alimentación. La Comisión es un organismo subsidiario de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

- sidra natural tradicional: necesita escanciado y no está filtrada.
- sidra natural nueva expresión: no necesita escanciado, está filtrada y estabilizada.
- sidra espumosa: su característica principal es que el carbónico proviene de la propia fermentación y su sabor es seco.

La sidra que se elabora en **España** (sobre todo en Asturias y Galicia), es la denominada sidra natural. En Asturias mantienen la sidra más tiempo en la barrica y sacan según la van bebiendo. A la hora de servir la sidra alejan lo máximo posible la sidra del vaso con el objetivo de dar a la bebida la viveza y suavidad necesaria. A la acción de servir la sidra la llaman "escanciar".³

La sidra que se fabrica en **Inglatera, Irlanda y Francia**, es un producto industrializado, gasificada dulce del tipo del champán, fabricada a base de zumo de manzana, mosto y concentrados con añadidos de gas y edulcorantes. Además, para conseguir el punto dulce especial, se corta la fermentación del mosto, impidiendo que todos los azúcares se conviertan en alcohol; después, si resulta necesario, se le añade más azúcar. En dicho proceso la levadura es un elemento imprescindible para estos sidreros y las utilizan de todo tipo⁴.

Las sidras más famosas de **Francia** son las de las tierras de Auge y Othe. La sidra francesa tiene diferentes variedades⁵:

- Sidra dulce: está ligeramente azucarada y tiene menos de 3 grados de alcohol,
- Sidra semiseca: tiene entre 3 y 4 grados de alcohol,
- Sidra brut: está más amarga y tiene aproximadamente 4 grados,
- La sidra tradicional: se caracteriza por tener un sabor más intenso, un ligero turbio residual natural y un grado de alcohol superior a 4 grados.

En **Inglatera** es muy amplia la variedad de sidras que se elaboran según la manzana, levadura y azúcares utilizados. Se conocen ocho tipos diferentes⁶:

- Draft: es la sidra más conocida y vendida. Tiene un nivel de alcohol del 6%. Se conocen dos categorías la que se elabora sólo con la manzana y la que se hace con azúcar, agua carbonatada y zumo concentrado.
- Farmhouse Style: sidra de elaboración tradicional, llamada también "sidra de verdad". Contiene entre 5% y 12% de alcohol. Se conocen dos categorías: la seca, que se elabora sin quitar ni añadir nada, y la azucarada.
- French Style: Actúan en la fermentación para que el nivel de alcohol se mantenga entre el 2% y el 5%. No le añaden ningún tipo de ingrediente. Puede ser sidra carbonatada o no.

² Becerra, Lucas, mayo de 2016. Sidra elaborada bajo el método Champenoise exportación a Chile. Mendoza, Universidad Del Aconcagua, Facultad De Ciencias Sociales y Administrativas, Licenciatura en Comercio Internacional.

³ <https://www.argia.eus/sagazte/htdocs/mundo3.html>

⁴ <https://www.argia.eus/sagazte/htdocs/mundo3.html>

⁵ <https://www.lasidra.as/es/la-sidra-francesa/>

⁶ <https://www.elcorreo.com/bizkaia/sociedad/201501/15/sidras-mundo-20150115173520.html>

- Sparking: el nivel de alcohol es superior al 5%. Hay dos tipos: carbonatada, elaborada del mismo modo natural que el champán, y la que es carbonatada artificialmente.
- Cyser: a esta sidra le añaden miel. Es oscura y dulce.
- Apple Wine: el nivel de alcohol es superior al 12% y a algunas clases les añaden azúcar.
- New England Style: es una sidra con burbujas y tiene entre el 8 y 14% de alcohol. Además de levadura y componentes químicos, le añaden azúcar y pasas. La carbonatación tiene que ser lograda de forma natural y para la elaboración, sólo se puede utilizar levadura de vino.
- Specialty Ciders: en general, el nivel de alcohol es superior al 14%. Se le añaden todo tipo de ingredientes: frutos, hierbas, pero el 75% del zumo tiene que ser de manzana.

En **Estados Unidos** las principales casas productoras de sidra son: Hornsby's, Woodchuck, Cider Jack, Woodpecker y Wyders. En **Canadá** la empresa Woodchuck elabora tres tipos de sidras:

- "Amber": sidra fresca y achispada elaborada con levadura de champán y azúcar. Esta es la clase de sidra que más se vende (67%).
- "Dark and Dry": ésta también tiene levadura, pero su principal distintivo es el azúcar convertido en caramelo. Es esto lo que le da un color oscuro.
- "Granny Smith Draft Cider": elaborada sólo con ese tipo de manzana. Esta sidra es la más fuerte y amarga.

Es amplia la variedad de elaboraciones que se ofrecen al mercado para satisfacer los gustos de los consumidores, variados grados alcohólicos, dulzor, sabor y aroma, además de presentaciones de vidrio, plástico y latas.

Respecto de la reglamentación internacional en España el Real decreto 72/2017⁷ de febrero 2017 (modifica el de 1979), establece las siguientes definiciones relativas a las diferentes categorías de sidra:

1. Sidra: Producto resultante de la fermentación total o parcial del mosto de manzana, al que se puede incorporar, posteriormente a la fermentación, los azúcares o jarabes azucarados, y anhídrido carbónico. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 4% vol.
2. Sidra extra: elaborada a partir de la fermentación total o parcial del mosto natural de manzana. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 5% vol.
3. Sidra con zumo de frutas: Producto elaborado a partir de sidra al que se han añadido zumo de frutas o zumo de frutas a partir de concentrado o zumo de frutas concentrado. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 4% vol.
4. Sidra aromatizada: Producto elaborado a partir de sidra al que se han añadido aromas. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 4% vol.

⁷ BOE-A-2017-1749

5. Sidra de hielo: Bebida obtenida de la fermentación total o parcial del mosto de manzanas congeladas (crioextracción) o mosto congelado de manzana (crioconcentración). Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 8% vol. y su concentración de azúcares totales será igual o superior a 100 g/l.

6. Cóctel de sidra: Bebida obtenida a partir de sidra y su mezcla con zumos de fruta o bebidas refrescantes. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será inferior a 4% vol., debiendo estar la sidra presente en el producto acabado en una proporción superior al 50%.

7. Sidra de bajo contenido en alcohol: Es aquella sidra a la que se le elimina el alcohol por medios físicos. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 1% vol. e inferior o igual a 3% vol.

8. Sidra sin alcohol: Es aquella sidra a la que se le elimina el alcohol por medios físicos, sin que se pierdan sus características organolépticas. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será inferior a 1% vol.

Además, la sidra natural:

1. Sidra natural: Producto resultante de la fermentación del mosto natural de manzana, cuyo contenido en gas carbónico y azúcares tiene origen endógeno exclusivamente. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 5% vol. y su presión relativa en el interior de la botella será superior a 0,5 bares a 20°C.

2. Sidra natural dulce: Producto resultante de la fermentación parcial del mosto natural de manzana, cuyo contenido en gas carbónico y azúcares tiene origen endógeno exclusivamente. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 1% vol. e inferior o igual a 3% vol. y su contenido de azúcares totales será superior a 50 g/l.

3. Sidra natural espumosa: Producto resultante de la segunda fermentación de una sidra natural debida a los azúcares naturales de la misma o por adición de licor de tiraje, cuyo contenido en gas carbónico es de origen endógeno exclusivamente. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 5,5% vol. y su presión relativa en el interior de la botella, después de la segunda fermentación, será superior a 3 bares a 20°C.

4. Sidra natural de bajo contenido en alcohol: Sidra natural a la que se le elimina el alcohol por medios físicos. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será igual o superior a 1% vol. e inferior o igual a 3% vol.

5. Sidra natural sin alcohol: Sidra natural a la que se le elimina el alcohol por medios físicos, sin que se pierdan sus características organolépticas. Su grado alcohólico volumétrico adquirido será inferior a 1% vol.

LA PRODUCCION MUNDIAL

En Europa la asociación AICV (European Cider and Fruit Wine Association) está integrada por los países de la Unión Europea que producen sidra: Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Lituania, Reino Unido y Suecia.

AICV indica que, en 2016, a nivel mundial, el 57% del consumo corresponde a Europa (UE), 11% América del Norte, 11% África, 8% Australasia, 7% Europa del Este, 5% América Latina, 1% Asia. Datos de 2016 del AICV, indican los volúmenes producidos y consumos per cápita (tabla 1).

Tabla 1- Producción y consumo per cápita de los países socios de AICV

PAIS	PRODUCCIÓN (millón hl)	CONSUMO (lt/hab año)
Inglaterra	9,50	14,5
Estonia	0,10	8,1
Finlandia	0,26	7,2
Irlanda	0,70	6,8
Lituania	0,14	5,1
Latvia	0,08	4,1
Portugal	0,12	2,5
España	1,05	2,3
Noruega	0,12	2,2
Suiza	0,12	1,5
Francia	0,78	1,2

Fuente: AICV <http://aicv.org/file.handler?f=CiderTrends2017.pdf>

La Asamblea General de la AICV de 2016 destacó las siguientes novedades y tendencias de los diferentes mercados.

- En Francia hay sidras que por su aspecto compiten con la cerveza y el champán.
- En Escandinavia la firma Fizz produce una sidra que a primera vista no parece tal, con presentaciones mucho más modernas. Ellos también han sido pioneros en la tendencia a consumir la bebida con hielo.
- En Irlanda la empresa Bulmers también produce sidra para consumir con hielo.
- En Alemania se toma el Apfelwein, una sidra muy tradicional que se bebe en jarra de cerámica.
- En España y Francia la sidra se posiciona como un producto tradicional/rural y como una bebida para hombres. En Alemania también se ubica como un producto tradicional/rural, pero para mujeres.
- En Inglaterra está considerada una bebida para hombres, tanto de perfil tradicional/rural como contemporáneo/urbano.

- En Bélgica, Escandinavia y en los Países Bajos también es juzgada una bebida contemporánea/urbana, pero con un sesgo hacia las mujeres, y capaz de arrebatarle una porción del mercado a la cerveza.

Cada país tiene un patrón particular de consumo de sidra y un posicionamiento en un segmento distinto, es decir que no existe un consumidor global. La pauta de cultural de consumo se construye en cada lugar.

NUEVOS ACTORES

Los principales fabricantes de cerveza premium están incursionando en el producto sidra. Marcas líderes como Heineken y Stella Artois lideran la venta de sidras en el Reino Unido y otros países europeos. La empresa cervecera estadounidense Molson Coors compró Aspell Cider (ICEX, 2018).

El consumo global crece a un 9% anual, con mercados estrella como el europeo, donde creció el 22% en los últimos cinco años, o el norteamericano, donde se ha convertido en una "bebida furor" que acumula un crecimiento del 84% desde 2011. Según Westons Cider, del Reino Unido, las sidras de frutas "han hecho mucho para revitalizar el mercado de la sidra al atraer consumidores que de otro modo no tendrían cabida en esta categoría." (ICEX, 2018).

Los nuevos elaboradores – distribuidores con amplia experiencia en el mercado global de la cerveza introducirán su impronta al negocio de la sidra, agresivos comercialmente y con capacidad financiera para sostener costosas campañas publicitarias. En Argentina la adquisición de las firmas Sáenz Briones y La Victoria por CCU Argentina (Compañía Cervecerías Unidas) coincide con esta tendencia global.

CONSUMO-DEMANDA

La demanda sostenida se debe en buena parte a la desestacionalización del consumo, ya que tanto en Europa como en EEUU la sidra es la gran alternativa para los jóvenes, que buscan un producto de gran calidad, fresco y de buen paladar, factible de ser consumido tanto en una fiesta como en una reunión con amigos.

En el Reino Unido, principal consumidor sidrero del mundo, los fabricantes británicos presentan una amplia gama del producto: sidras en botella, en lata, sidras turbias, limpias, para consumir con hielo, monovarietales y varietales.

El consumo de sidra en el mundo:

- En el Reino Unido la estadística muestra por un lado una disminución de los bebedores de alcohol del 88 al 83%, y por el otro que la sidra logró incrementar su base de consumidores del 18% al 27%.

- La sidra de pera y frutas también atrae un nuevo tipo de bebedor, que evita la sidra de manzana tradicional, se estima que hay alrededor de 2,3 millones de estos bebedores, principalmente mujeres de 18 a 24 años de edad.
- La continua innovación también impulsa el sector: alrededor del 70% de los consumidores del Reino Unido dicen que les gustan las variedades de sidras de diferentes sabores.
- Heineken, la empresa más grande de sidra del Reino Unido, reveló que incrementó sus ventas en Francia y España
- En España, la sidra de Denominación de Origen Protegida (DOP) solo puede elaborarse con materia prima procedente de plantaciones registradas en Asturias y auditadas por un Consejo Regulador. La sidra tiene un consumo inferior al del vino o la cerveza, concentrado en el norte del país orientado al consumo colectivo y ocasional (Rubio Escalada A., 2012).
- En Francia el mercado de la sidra representa 400 millones de euros, y el 60% de las ventas corresponde a las grandes cadenas de supermercados. El incremento más fuerte correspondió a la sidra poiré (a base de peras), que, si bien representa un volumen de apenas 1,1% del total, incrementó sus ventas el 56% en sólo un año.
- El mercado de la sidra en EE.UU. tiene un crecimiento notable, ya que desde 2005 se duplicaron las ventas.
- La empresa SABMiller, la segunda multinacional cervecera del planeta, en 2012 adquirió Crispin Cider Company, el tercer fabricante de sidra más grande de EE.UU. Apuesta a expandir el consumo desestacionalizado, y a ganar las franjas jóvenes de la población.
- Las sidras escandinavas, aunque un poco dulces para el paladar tradicional de los consumidores de sidra, han conquistado el mercado de Asia y Australia. Las proyecciones de consumo para naciones como Australia o Nueva Zelanda resultan alentadoras.
- En Australia existen dos marcas tradicionales y varias de origen artesanal. Las ventas se han incrementado sostenidamente en los últimos años, lideradas por la marca Strongbow que aún comercializa el doble que sus competidores. A pesar de representar solo el 4% del mercado de bebidas alcohólicas, la sidra se ha convertido en uno de los productos de más rápido crecimiento en Australia. Es mayor el crecimiento de las sidras endulzadas como Rekorderlig y Kopparberg respecto de las tradicionales (Greenblat, 2013; citado en VICHEALTH, 2014). La sidra es particularmente popular entre los jóvenes, las mujeres y los que han avanzado en estudios universitarios (VICHEALTH, 2014).

Los analistas internacionales son optimistas respecto del crecimiento de la demanda, la reducida cuota de mercado frente a otras bebidas alcohólicas como la cerveza hace que el potencial y las oportunidades de crecimiento de esta industria sigan siendo muy grandes. Un informe al respecto menciona que el 55% de los consumidores de sidra son mujeres, la mayoría de las cuales tienen menos de 30 años.

Estiman que en la industria de la sidra emergerán los **productos de gama alta** y se impondrán sobre las principales marcas que actualmente dominan el mercado. Ante esta perspectiva para consolidar su posicionamiento las grandes marcas deberán incursionar tempranamente en el segmento de los productos de alta gama. Sin embargo, los fabricantes de sidras de alta gama afrontan más problemas económicos que aquellos que se centran en el mercado masivo porque afrontan costos mayores y tienen una escala limitada, lo que repercute sobre el precio de venta al público del producto.

La expectativa en el largo plazo es que los segmentos premium y de alta gama superen al de consumo mayoritario. El gran reto de los productores de sidra es ubicarse en la vanguardia de la innovación, a fin de mantener a su público joven interesado y activo, y desplegar grandes esfuerzos para captar al público que está adoptando enfoques de consumo diferentes.

Mollejo (2018) destaca la introducción de **productos más llamativos** a ojos del consumidor, que dejan atrás el carácter anticuado y tradicional al que siempre ha estado vinculada la sidra. Además, que el consumidor cada vez está más preocupado por tener un **estilo de vida saludable** y por la calidad de los productos que consume y, a su vez, desarrolla una mayor **curiosidad** por las tendencias del mercado y está dispuesto a probar y experimentar nuevas propuestas.

A nivel regional puede mencionarse en Chile la marca Quebrada del Chucao, los primeros elaboradores, su sidra se caracteriza por una acidez muy equilibrada lograda con variedades ancestrales, hacen dos sidras: una Brut, que tiene 8 gramos de azúcar residual, y la Brut Nature, que es completamente seca (sin azúcar residual). Embotellan unos 15.000 litros que venden además en Estados Unidos y Australia. En Chile la marca Alai elabora sidra artesanal y de autor, lanzaron una versión reserva que se guarda en barricas dándole un aroma más complejo y mayor cuerpo. La sidra Lo Orozco fue premiada en 2016, Daniel Raab, su creador está innovando con otras frutas como cereza y pera⁸. Los elaboradores rescatan ecotipos de manzanas chilenas con aptitud sidrera, siendo un gran paso para generar una identidad como país de este producto⁹.

PRECIOS INTERNACIONALES

El proyecto accedió a una serie de precios internacionales de sidra y productos relacionados presentados por la consultora Innova Market Insights, empresa de los Países Bajos líder en conocimiento en la industria de alimentos y bebidas. Cabe aclarar que no es una base sistemática de precios, tampoco se encuentra asociada al volumen comercializado. Se trata de precios puntuales por país y producto que se presentan a modo ilustrativo.

En el ANEXO se presentan los análisis realizados con la información de precio por país de origen, marca, envase, variedad. Los precios no reflejan una comparación estricta de productos de igual calidad, sólo presentan una comparación del comportamiento de estas bebidas en distintos países.

⁸ <http://www.paula.cl/gastronomia/boom-la-sidra/>

⁹ <https://www.chilebruers.cl/single-post/2018/02/07/LA-SIDRA-PRIMEROS-PASOS>

Puede verificarse una amplia gama de valores asociados a estrategias de posicionamiento diferentes en cada mercado.

En la tabla 2 destaca el diferencial de precios según envase y origen. El envase en botella de vidrio presenta los mayores valores, seguida de la lata, el valor más bajo corresponde a la botella de plástico (PET).

La sidra argentina tiene un precio muy por debajo del promedio internacional. Los precios más altos corresponden a las sidras estadounidenses.

Tabla 2- Precio en dólares/litro por país de origen y envase

PAIS	LATA	PLASTICO	VIDRIO
ARGENTINA		0,26	1,20
BRASIL			8,93
CANADA	6,06		
COLOMBIA			4,12
COSTA RICA	4,39		10,00
EL SALVADOR	2,50		6,82
GUATEMALA	3,08	4,76	4,28
MEXICO	2,58		3,61
NICARAGUA	2,98		5,48
PANAMA			5,51
URUGUAY		0,81	3,58
USA	7,39		11,00
Total general	4,14	1,94	5,87

Fuente: elaboración propia en base a información de Innova Market Insight

En el gráfico 1 se muestra la variación de precios en el mercado interno, incluyendo el espumante de pera (PEER).

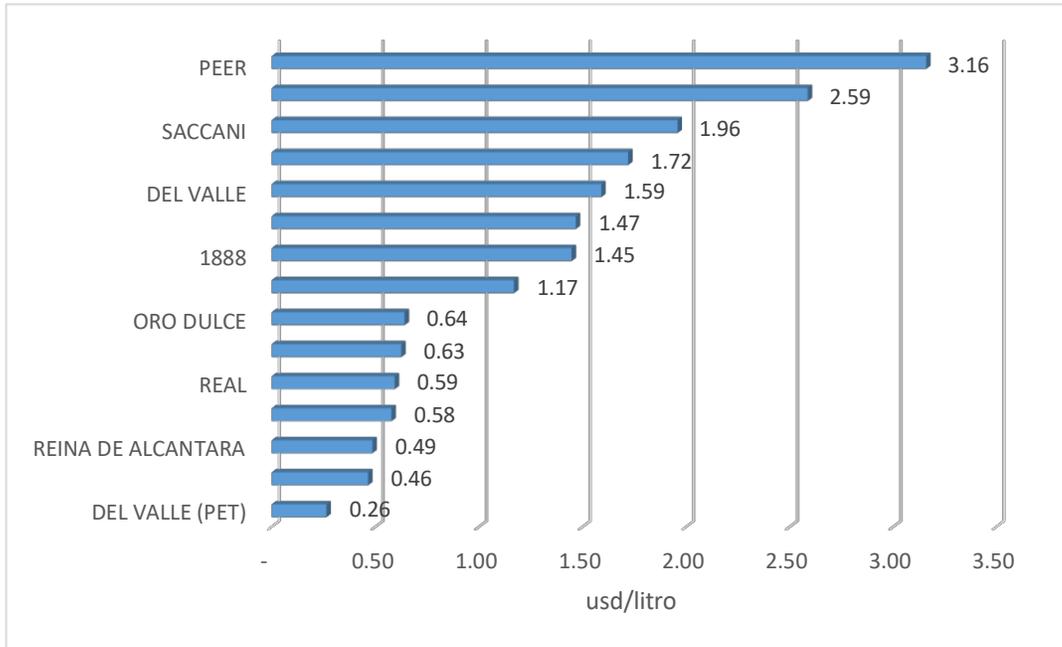


Gráfico 1- Precio promedio por marca en Argentina

En el gráfico 2 se observan los precios en Estados Unidos, indicando entre paréntesis las que se ofrecen en latas, el resto se comercializa en botellas de vidrio.

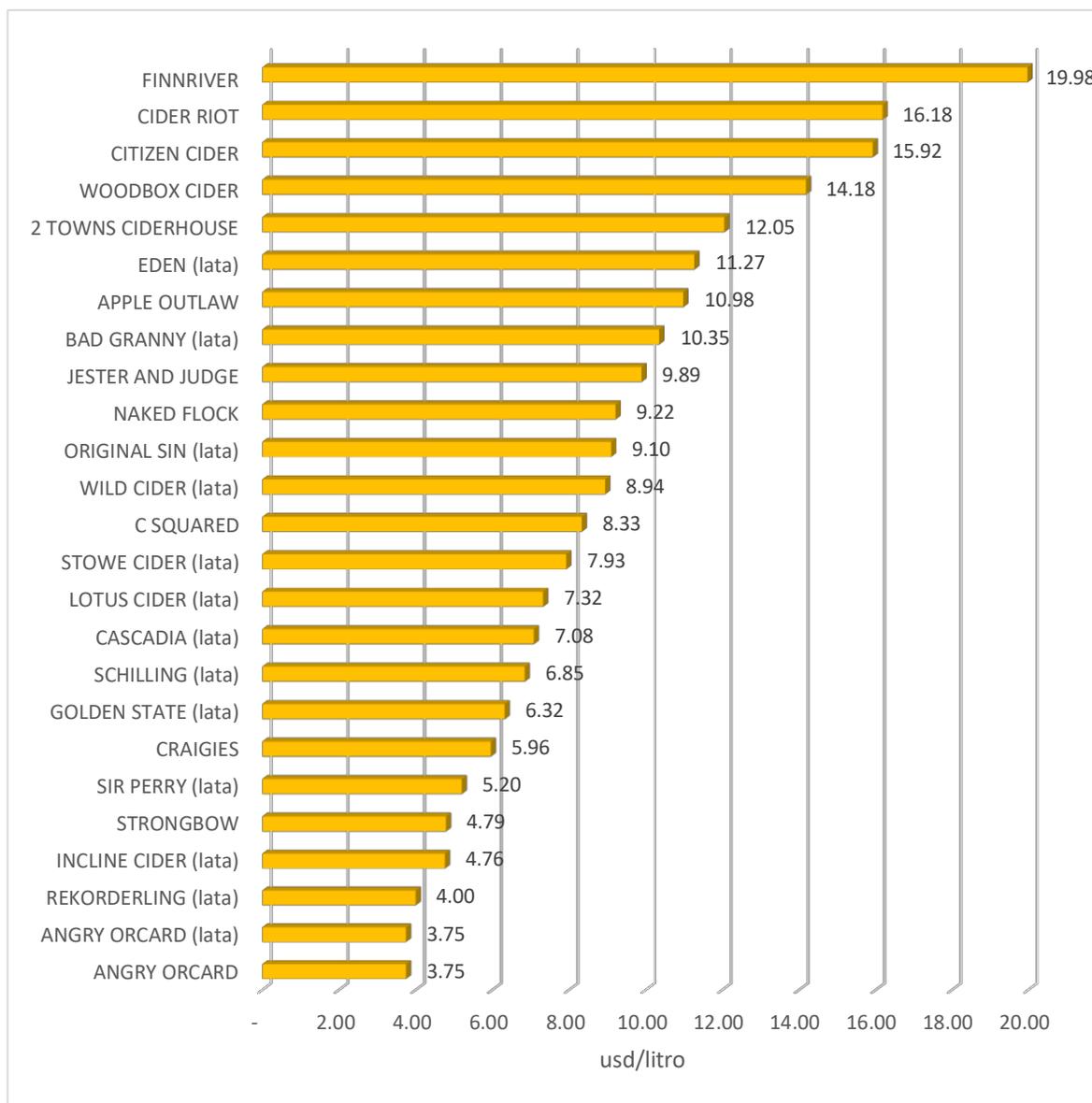


Gráfico 2- Precio promedio por marca en Estados Unidos

CONCLUSIÓN

La referencia internacional para la descripción del producto, el Codex, es muy amplia y da lugar a un abanico de posibilidades a los países elaboradores de adoptar procesos muy diversos que se traducen en productos diferenciados: con zumo de fruta, con y sin azúcar, con agregados de miel o hierbas, y con graduaciones alcohólicas que van desde menos de 1 grado a más de 14 grados.

El consumo muestra una tendencia alcista, tanto en los países de la UE como los escandinavos, EEUU, Australia y Asia. Se parte de valores de consumos bajos, por lo que pequeños incrementos en volumen representan crecimientos importantes en relación a los valores iniciales.

La mayoría de las publicaciones señalan que el segmento donde prospera el consumo es el de los jóvenes, principalmente mujeres y con alto nivel de instrucción. El aumento del consumo se vincula a la desestacionalización, y a la oferta de productos novedosos y variados, elaborados en base a frutas. La tendencia es alcanzar calidades premium.

Respecto de los precios el rango es muy amplio según marca, envase y característica del producto. Respecto del envase el vidrio en general tiene un precio superior. En relación con otros países el precio promedio en el mercado argentino es muy bajo. La diferenciación de productos y posicionamiento de cada uno de ellos se refleja en el precio, aun para el mismo país de origen la variación de precios supera el 500%.

Cada país tiene un patrón particular de consumo de sidra y un posicionamiento en un segmento distinto, es decir que no existe un consumidor global. La pauta de cultural de consumo se construye en cada lugar.

Los nuevos elaboradores – distribuidores con amplia experiencia en el mercado global de la cerveza introducirán su impronta al negocio de la sidra, agresivos comercialmente y con capacidad financiera para sostener costosas campañas publicitarias. En Argentina la adquisición de las firmas Sáenz Briones y La Victoria por CCU Argentina (Compañía Cervecerías Unidas) coincide con esta tendencia global.

Las siguientes preguntas para la reflexión orientarán el análisis del sector sidrero regional:

¿Puede interpretarse como una ventaja competitiva de un país o región el ofrecer una amplia gama de productos?

¿Ampliar la gama de productos ofrecidos al mercado atenta contra la calidad? En particular respecto de la calidad de la materia prima y del proceso de elaboración.

¿Qué estrategia será la adecuada para que la sidra se posicione en el mercado regional y nacional de bebidas alcohólicas?

¿Será posible una estrategia que se vea reflejada en el desarrollo de la industria sidrera de la provincia de Río Negro? ¿Vinculada al turismo rural? ¿A la elaboración artesanal? ¿A una mayor fiscalización del proceso de elaboración, emulando la estrategia del sector vitivinícola argentino?

¿Deberá seguir la estrategia del sector vitivinícola de envasar en origen para garantizar la calidad del producto?

BIBLIOGRAFÍA

Antón Díaz, M., 2015. Tesis doctoral Influencia del origen y la tecnología de elaboración sobre el perfil aromático y olfatométrico de la sidra. Universidad de Oviedo.

ICEX- España Exportación e Inversiones, 2018. La sidra revitaliza el consumo global de alcohol en 2017. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2018791495.html?idPais=GB>.

Mollejo V., 2018_ https://www.alimente.elconfidencial.com/gastronomia-y-cocina/2018-07-15/auge-sidra-alternativa-cerveza_1589741/.

Rubio Escalada A., 2012. El sector económico de la sidra; análisis económico y financiero. The European Cider & Fruit Wine Association (AICV). European Cider Trends 2017.

Victorian Health Promotion Foundation (VICHEALTH), 2014. Attitudes of Australian, cider drinkers. (www.vichealth.vic.gov.au).

ANEXO

Tabla 3 - Precio por marca, envase y fecha origen Argentina en dólares/litro

EMPRESA	MARCA	ENVASE	01/03/2014	01/11/2014	01/12/2015	01/03/2016	01/11/2016	01/12/2016	01/01/2017	01/11/2017	01/12/2017	01/04/2018	01/12/2018	Total general
CUARTO SURCO	REDLADY	VIDRIO			2,59									2,59
CUVILLIER	DELVALLE	PLASTICO			0,26									0,26
CUVILLIER	DELVALLE	VIDRIO				0,83							1,97	1,59
CUVILLIER	SACCANI	VIDRIO							1,96					1,96
LA ASTURIANA	ORO DULCE	VIDRIO									0,64			0,64
OVINTO	1922	VIDRIO									1,17			1,17
OVINTO	TUNUYAN	VIDRIO									0,58			0,58
PEER CIDER	PEER	VIDRIO										3,16		3,16
PRODUMEN	LA FARRUCA	VIDRIO		0,46										0,46
REINADEALCANTARA	REINADEALCANTARA	VIDRIO		0,35				0,63						0,49
SAENZ BRIONES	1888	VIDRIO		1,39			1,64			1,38			1,39	1,45
SAENZ BRIONES	REAL	VIDRIO					1,64			1,38			1,39	1,47
SIDRALAVICTORIA	LAVICTORIA	VIDRIO		0,63										0,63
SIDRA PULKU	PULKU	VIDRIO	1,72											1,72
SIDRA REAL	REAL	VIDRIO		0,59										0,59
Total general			1,72	0,60	0,84	0,83	1,64	0,63	1,96	1,38	0,90	3,16	1,78	1,10

Fuente: elaboración propia en base a información de Innova Market Insight

Destaca el alto precio de “Peer”, “Red Lady” y “Saccani”. Por el contrario “La Farruca” y “Reino de Alcántara” registran los valores más bajos. Al no disponer de una serie de precios en el tiempo de un mismo producto no pueden inferirse tendencias.

Tabla 4 - Precio por marca, envase y fecha origen Costa Rica en dólares/litro

EMPRESA	MARCA	ENVASE	01/07/2016	01/02/2017	01/07/2018	01/08/2018	01/03/2019	Total general
ANGRY ORCHARD CIDER	ANGRY ORCARD	VIDRIO				5,94		5,94
CARLSBERG	SOMERSBY	VIDRIO			9,52			9,52
CULT	MOKAI	LATA	5,61					5,61
CULT	MOKAI	VIDRIO	7,64					7,64
DESTILER CENTROAMERICANA	CORDON AZUL	VIDRIO					8,51	8,51
MARTINELLI	MARTINELLIS	VIDRIO					18,40	18,40
UNITED DUTCH BROWERIES	ORANJEBOOM	LATA		3,18				3,18
Total general			6,62	3,18	9,52	5,94	13,45	8,40

Fuente: elaboración propia en base a información de Innova Market Insight Tabla

Tabla 5 - Precio por marca, envase y fecha origen México en dólares/litro

EMPRESA	MARCA	ENVASE	01/06/2014	01/07/2014	01/11/2015	01/12/2015	01/11/2016	01/01/2017	01/02/2017	01/09/2017	Total general
CARLSBERG	SOMERSBY	VIDRIO		5,15							5,15
CASA CUERVO	POMA ROSA	VIDRIO			3,40						3,40
COPA DE ORO	COPA DE ORO	VIDRIO			5,68						5,68
HEINEKEN	STRONGBOW	LATA	2,58								2,58
HEINEKEN	STRONGBOW	VIDRIO		2,18				2,27	2,33		2,27
PRINCIPIA DISCORDIASIDRERA	DISCORDIA	VIDRIO			5,31						5,31
SIDRA LACROIX	LACROIX	VIDRIO				3,20					3,20
VALLE REDONDO	GRAN CELEBRACION	VIDRIO				4,77					4,77
VALLE REDONDO	SIDRA CAMPANARIO	VIDRIO					3,48				3,48
VALLE REDONDO	VALLE REDONDO	VIDRIO			3,39					5,07	3,95
Total general			2,58	3,67	4,23	3,99	3,48	2,27	2,33	5,07	3,55

Fuente: elaboración propia en base a información de Innova Market Insight

Tabla 6 - Precio por marca, envase y fecha origen Estados Unidos en dólares/litro

EMPRESA	MARCA	ENVASE	01/02/2018	01/03/2018	01/04/2018	01/05/2018	01/07/2018	01/08/2018	01/01/2019	01/02/2019	01/03/2019	01/04/2019	01/05/2019	01/06/2019	01/07/2019	Total general
2 TOWNS CIDERHOUSE	2 TOWNS CIDERHOUSE	VIDRIO	10,78		15,78		9,18		13,00	8,98				14,58		12,05
ABRO BRYGGERI	REKORDERLING	LATA	4,00													4,00
ANGRY ORCHARD CIDER	ANGRY ORCARD	VIDRIO	3,75												3,75	3,75
ANGRY ORCHARD CIDER	ANGRY ORCARD	LATA													3,75	3,75
APPLEWOOD WINERY	NAKEDFLOCK	VIDRIO			9,22											9,22
BAD GRANNY HARD CIDER	BAD GRANNY	LATA											10,35			10,35
CSQUARED CIDERS	C SQUARED	VIDRIO								8,33						8,33
CASCADIA CIDERWORKERS	CASCADIA	LATA					7,08									7,08
CIDER RIOT	CIDER RIOT	VIDRIO									16,18					16,18
CITIZEN CIDER	CITIZEN CIDER	VIDRIO				15,92										15,92
CRAIGIES IRISH CIDER	CRAIGIES	VIDRIO													5,96	5,96
EDEN SPECIALTY CIDERS	EDEN	LATA						11,27								11,27
FINNRIVER FARM AND CIDER	FINNRIVER	VIDRIO												19,98		19,98
GOLDEN STATE CIDER	GOLDEN STATE	LATA									6,32					6,32
HEINEKEN	STRONGBOW	VIDRIO	4,79										4,79			4,79
INCLINE CIDER	INCLINE CIDER	LATA					4,76									4,76
JESTER AND JUDGE	JESTER AND JUDGE	VIDRIO							8,60	11,18						9,89
LOTUS CIDER	LOTUS CIDER	LATA													7,32	7,32
ORIGINAL SIN	ORIGINAL SIN	LATA		9,10												9,10
SCHILLING CIDER	SCHILLING	LATA		6,85												6,85
STOWE CIDER	STOWE CIDER	LATA							7,93							7,93
THOMPSON CREEK ORGANICS	APPLE OUTLAW	VIDRIO										10,98				10,98
WILD CIDER	WILD CIDER	LATA		8,94												8,94
WILLIAMS ORCHARD	SIR PERRY	LATA		5,20												5,20
WOODBOX CIDER	WOODBOX CIDER	VIDRIO											14,18			14,18
Total general			5,83	8,02	12,50	15,92	7,01	11,27	9,84	9,50	11,25	10,98	8,53	18,18	5,68	9,50

Fuente: elaboración propia en base a información de Innova Market Insight

Tabla 7- Precio por marca, envase y fecha origen Canadá en dólares/litro

EMPRESA	MARCA	ENVASE	01/04/2018	01/07/2018	01/08/2018	01/09/2018	01/11/2018	01/12/2018	01/02/2019	01/05/2019	01/06/2019	01/07/2019	Total general
ALMA COMPAGNIE	ALMA	LATA	5,96										5,96
ARDIEL CIDER	ARDIEL CIDER	LATA		9,92									9,92
BRICKWORKS CIDERHOUSE	BRICKWORKS	LATA				5,24	5,56			5,56			5,40
CIDRERIE SAINT ANTOINE	PIONNIER	LATA							7,10				7,10
DUXBURY CIDER	DUXBURY	LATA				4,71							4,71
ERNEST CIDER	ERNEST CIDER	LATA			5,64								5,64
FARIS FARMS	ERNEST	LATA						4,65					4,65
GENERATIONS WINECOMPANY	DONT POKE THE BEAR	LATA		5,16									5,16
HEINEKEN	STRONGBOW	LATA									4,89		4,89
LACROIX	LACROIX	LATA										6,34	6,34
POMMIES CIDER	POMMIES CIDER	LATA					5,56						5,56
THE GREAT CANADIAN CIDER	GREAT CIDER	LATA								9,30			9,30
Total general			5,96	9,92	5,40	5,07	5,56	4,65	7,10	7,43	4,89	6,34	6,06

Fuente: elaboración propia en base a información de Innova Market Insight

Tabla 8 - Precio por marca, envase y fecha origen Panamá en dólares/litro

EMPRESA	MARCA	ENVASE	01/07/2016	01/01/2017	01/11/2017	01/12/2017	01/06/2018	01/09/2018	01/10/2018	01/11/2018	01/01/2019	Total general
AMANDI	EL MAYU	VIDRIO				3,24						3,24
ANHEUSER BUSCH	MICHELOB ULTRA	VIDRIO	7,75									7,75
CORNISH	CORNISH	VIDRIO								7,42		7,42
CULT	MOKAI	VIDRIO		5,42								5,42
DISTELL	SAVANNA	VIDRIO			5,30							5,30
EVA GROUP	EVA	VIDRIO									3,00	3,00
FOMARINA	FOMARINA	VIDRIO					6,25					6,25
MARTINELLI	MARTINELLIS	VIDRIO						8,24				8,24
MEDIMEX	COPA DEL REY	VIDRIO			3,13							3,13
PENA SANTA	PENA SANTA	VIDRIO							3,57			3,57
Total general			7,75	5,42	4,22	3,24	6,25	8,24	3,57	7,42	3,00	5,51

Fuente: elaboración propia en base a información de Innova Market Insight