



# ANÁLISIS DEL MERCADO ILEGAL DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN GUATEMALA

Un reporte recopilado por Euromonitor International  
Para AmBev  
Diciembre 2016



## **INTRODUCCIÓN**

RESUMEN EJECUTIVO

MERCADO ILEGAL

MERCADO LEGAL TRADICIONAL

APÉNDICE



## Introducción

# ¿Quién es Euromonitor International?



### Nuestros servicios

- Información de mercado sindicada
- Consultoría e investigación a medida

### Amplia red de investigación

- Investigadores de campo en 100 países
- Panorama completo del mercado global
- Datos comparables en todos los mercados

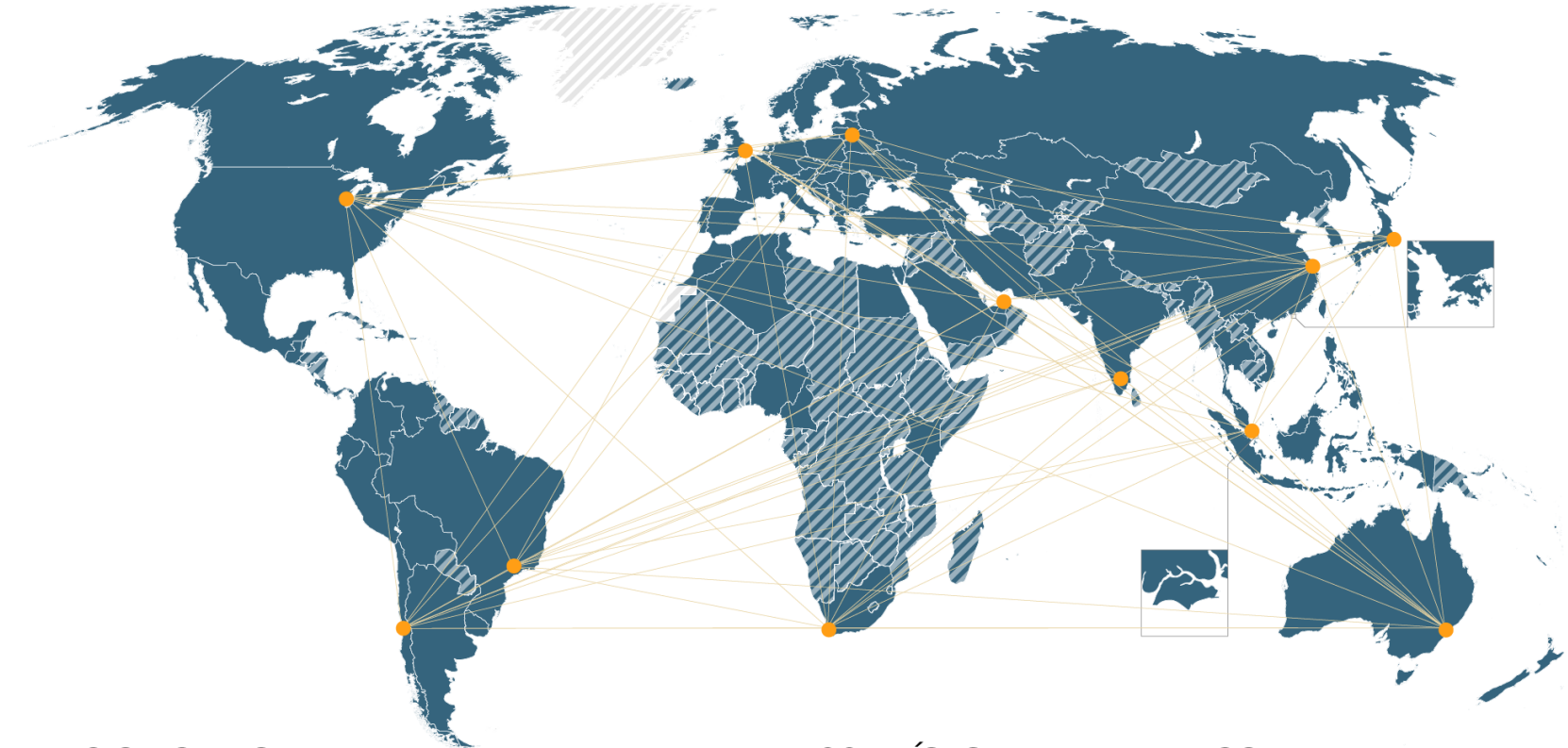
### Nuestra experiencia

- Tendencias y estilo de vida del consumidor
- Empresas y marcas
- Categorías de producto y canales de distribución
- Producción y cadena de valor
- Economía y pronósticos
- Datos comparables entre mercados



## Introducción

# Red y cobertura de Euromonitor International



### ● 12 OFICINAS

Londres, Chicago, Singapur, Shanghai, Vilna, Santiago, Dubái, Ciudad del Cabo, Tokio, Sídney, Bangalore, São Paulo

### ■ RED EN 100 PAÍSES

De más de 800 investigadores locales, en campo, realizando análisis de mercado en profundidad sobre bienes de consumo y otras industrias

### ■ + ■ COBERTURA EN 210 PAÍSES

Sobre información demográfica, data macro y socio-económica de consumidores y a nivel país



## Resumen de metodología nivel macro

# Metodología

### Investigación secundaria

- Datos oficiales de producción.
- Estadísticas de importaciones y exportaciones.
- Revisión de artículos de prensa.
- Passport: base de datos interna del mercado legal.

### Investigación primaria

- Entrevistas en profundidad con expertos de la industria: productores, importadores, distribuidores, asociaciones y organizaciones.
- AmBev no fue mencionada durante las entrevistas; asimismo no se revela la identidad de los entrevistados.

### Integración de fuentes y estimaciones

- Análisis de resultados e integración de fuentes.
- Varios enfoques para la estimación del tamaño del mercado en cada una de las categorías.

### Consenso y estimaciones finales

- Comparación de enfoques.
- Validación de datos con expertos y análisis de discrepancias.
- Conclusiones.



## Objetivos del estudio

# Alcance y objetivos

### Categorías

- Falsificaciones y marcas ilegales
- Contrabando
- Alcohol ilegal artesanal
- Sustitutos
- Evasión de impuestos

### Métricas

- Volumen HL y HL LAE
- Valor (US\$)
- Evasión fiscal (US\$)

### Alcance geográfico

- Guatemala

### Antecedentes

- El fenómeno del comercio ilegal de alcohol en el continente americano es de gran importancia.

### Objetivos

- Medir el consumo de bebidas alcohólicas ilegales en Guatemala, desagregando por tipo de mercado ilegal, incluyendo evasión de impuestos.
- Realizar un análisis cualitativo que describa la cadena de producción y venta de bebidas ilegales en Guatemala.
- Comparar el tamaño de mercado ilegal con el mercado legal.
- Entender el desempeño de cervezas en tiendas de barrio en los últimos tres años.



Investigación secundaria



26 Entrevistas a profundidad



44 Visitas a tiendas



Validación y Análisis

## Definiciones

# Categorías del mercado ilegal

### Falsificaciones y marcas ilegales

- Los **rellenos/falsificaciones** son bebidas alcohólicas con marcas legales, botellas vacías de productos legítimos resurtidos con otro alcohol. Incluye rellenos en locales como bares y discotecas.
- La **producción de corte industrial** de marcas ilegales o de alcohol ilegal sin marcas.

### Artesanal ilegal

- Bebidas alcohólicas artesanales fabricadas con propósitos comerciales por **empresas no registradas** o que no cumplen con los requisitos sanitarios aplicables. Producción en pequeña escala, incluso casera, que no ocupa tecnología sofisticada, y los productos no son siempre iguales.

### Evasión de impuestos de producción

- Bebidas alcohólicas legales, producidas localmente, sobre las cuales no se paga el impuesto relacionado a la **producción de alcohol local**. Excluye impuesto de consumo y de ventas.

### Contrabando

- Importaciones ilegales de **alcohol etílico** como ingrediente.
- Importaciones ilegales de **bebidas alcohólicas** como producto terminado. Bebidas alcohólicas de marca original, importadas y comercializadas ilegalmente, evadiendo tarifas aduaneras e impuestos.

### Sustitutos

- Alcohol **no apto** para consumo humano que es ingerido como sustituto de bebidas alcohólicas. Ejemplo, alcohol para uso medicinal.

INTRODUCCIÓN

**RESUMEN EJECUTIVO**

MERCADO ILEGAL

MERCADO LEGAL TRADICIONAL

APÉNDICE





## Cifras clave

# El alcohol ilegal sobrepasó los US\$90 millones en valor durante el 2015



**19,830.7** HL LAP

VOLUMEN TOTAL DE BEBIDAS ILEGALES

**US\$92.42** mn

VALOR TOTAL DE VENTAS DE BEBIDAS ILEGALES, PRECIOS AL DETALLE

**US\$25.18** mn

PÉRDIDA FISCAL TOTAL CORRESPONDIENTE A BEBIDAS ILEGALES(incluyendo IVA)



## Hallazgos principales

# El contrabando es la categoría principal del alcohol ilegal en Guatemala

1

**El contrabando de cerveza generó la mayor parte de la pérdida fiscal para el gobierno de Guatemala durante el 2015**

A pesar de no contar con la mayor contribución de alcohol puro en volumen al mercado ilegal, se estima que el contrabando de bebidas alcohólicas generó la mayor cantidad de valor en cuanto a ventas en precios al detalle y por ende causó la mayor pérdida fiscal para el gobierno de Guatemala.

2

**La categoría de falsificaciones/marcas ilegales es la más importante en términos de alcohol puro**

La fuerte tradición indígena de consumir bebidas estilo caseras, y lo común que se ha vuelto que reemplacen un alcohol fino con otro de menos categoría en los bares y discotecas, contribuyen a que las falsificaciones/marcas ilegales formen la segunda categoría más grande en términos de valor de ventas en precios al detalle y en la pérdida fiscal que genera.

3

**El alcohol sustituto ha disminuido en los últimos años debido a la reducción de precios de la cerveza**

El alcohol más utilizado como un sustituto es el alcohol para uso médico. Su consumo para embriagarse ha disminuido drásticamente, ya que hoy en día el costo de la cerveza legal ha disminuido o suficiente como para que tome lugar del alcohol de farmacia casi por completo.

4

**El alcohol artesanal fue la categoría más pequeña del alcohol ilegal durante el 2015**

Las empresas que no están registradas, pero que producen bebidas alcohólicas, se dedican exclusivamente a la producción de cerveza artesanal. Debido a la baja cantidad de productores y el hecho que sólo venden en sus establecimientos contribuye a que sea la categoría medida más pequeña.

INTRODUCCIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

**MERCADO ILEGAL**

MERCADO LEGAL TRADICIONAL

APÉNDICE

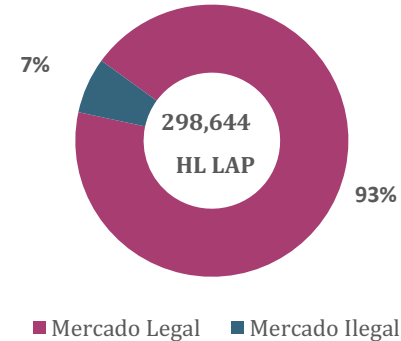


## Tamaño de mercado

# El alcohol ilegal alcanzó el 7% del mercado en Guatemala durante el 2015

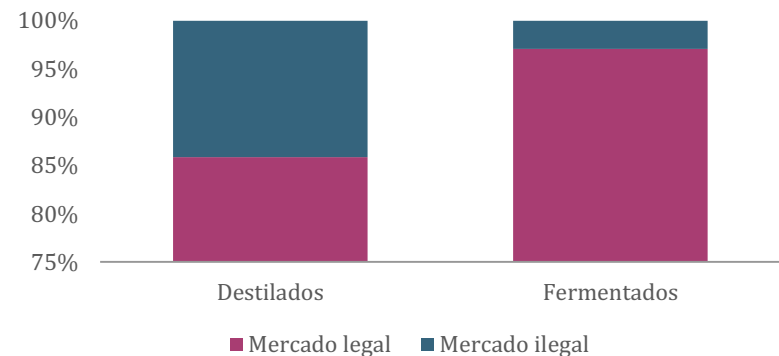
- Se estima que el mercado total de bebidas alcohólicas en Guatemala llegó a los 298,644 HL LAP durante el 2015.
- Un 7% del mercado total, **19,831 HL LAP**, corresponde al comercio ilícito y el otro 93%, **279,813 HL LAP** corresponde a bebidas comercializadas legalmente.
- Las bebidas alcohólicas destiladas como la Cusha de barril y el whisky cuentan con una mayor proporción de volumen que es ilegal, ya que son afectadas por casi todos los segmentos medidos de comercio ilegal, a excepción del alcohol artesanal.
- Los fermentados como la cerveza por su parte han sido afectados principalmente por el contrabando desde México debido a la devaluación de la moneda mexicana y la ganancia que se puede hacer al comprar en el país vecino y vender en Guatemala.

Mercado bebidas alcohólicas total – volumen LAP, 2015



Fuente: Estimaciones Euromonitor

Mercado legal e ilegal por tipo de bebida – volumen LAP, 2015

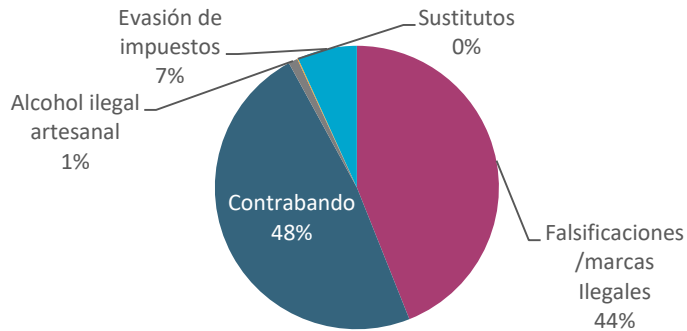


Fuente: Estimaciones Euromonitor

**Análisis comparativo**

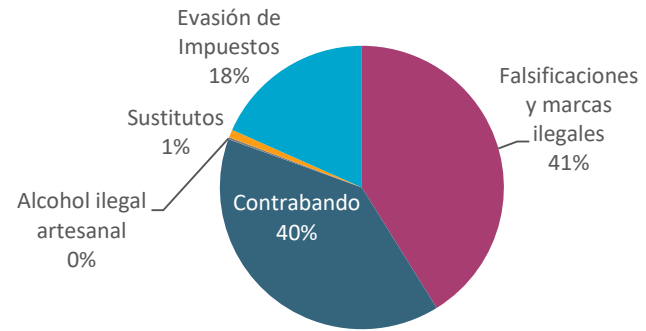
# El contrabando y las falsificaciones/marcas ilegales son el mayor problema

Categoría del mercado ilegal en valor – US\$ millones, 2015



Fuente: Estimaciones Euromonitor

Categorías del mercado ilegal en volumen – HL LAP, 2015



Fuente: Estimaciones Euromonitor

- El contrabando y las falsificaciones/marcas ilegales forman la mayor parte del problema en Guatemala ya que generan el 92% del valor del mercado de bebidas alcohólicas ilegales y el 81% del volumen de las bebidas alcohólicas ilegales.
- Se estima que la evasión de impuestos de producción alcanzó a 3,636 HL LAP, o 18% del mercado de bebidas alcohólicas ilegales en términos de volumen, debido a que los impuestos se calculan en base a la distribución y no a la producción en si, lo cual permite que se pueda ocultar cualquier venta ilegal produciendo más inventario.



## Pérdida fiscal

# El alcohol ilegal generó una pérdida fiscal al gobierno de US\$25.17 millones

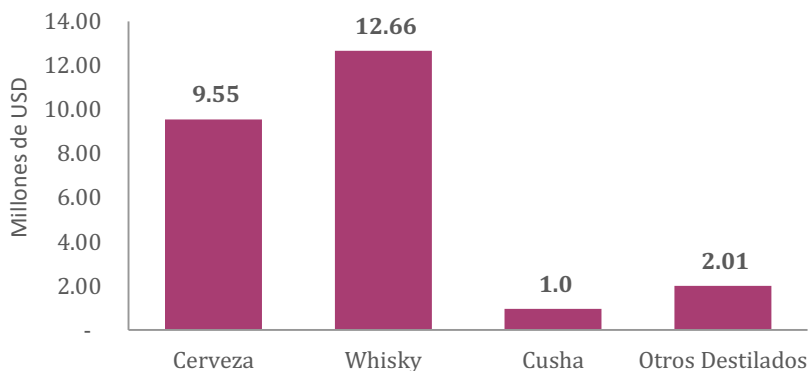
- El contrabando y las falsificaciones/marcas ilegales fueron responsables por US\$23.96 millones en términos de pérdida fiscal durante el 2015.
- Aplicando los impuestos que deben gravarse (DAI, impuesto a la distribución, y el IVA) sobre el movimiento ilegal de bebidas alcohólicas, se estima la pérdida económica que traen estas actividades al Estado: **el contrabando es la principal fuente de evasión fiscal: US\$14.75 millones.**

### Pérdida fiscal, por categoría de mercado ilegal\* (millones de USD, 2015)



Fuente: Estimaciones Euromonitor

### Pérdida fiscal, por tipo de bebida\* (millones de USD, 2015)



Fuente: Estimaciones Euromonitor

\*Pérdida Fiscal incluye IVA

- El whisky es la bebida que más evade impuestos (US\$12.6 millones)**, dada la alta incidencia de botellas finas on-trade que son rellenas con whisky de marcas inferiores provenientes del mercado off-trade, además del contrabando.
- Si bien la cerveza es la bebida que más se consume en el mercado ilegal en volumen, solamente **representa el 38% de la evasión, con US\$9.5 millones**, quedando segunda detrás del whisky.





CATEGORÍAS ILEGALES: **CONTRABANDO** / FALSIFICACIONES-MARCAS ILEGALES / SUSTITUTOS / ALCOHOL ARTESANAL

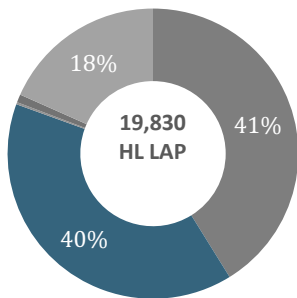


## Tamaño de mercado

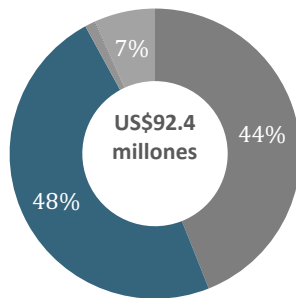
# El contrabando es el problema más importante en Guatemala

- La categoría contrabando corresponde a un 40% del volumen del mercado total de bebidas alcohólicas ilegales en términos LAP.
- El 100% de esta categoría corresponde al contrabando de productos terminados, de los cuales el 92% corresponde a bebidas fermentadas y el otro 8% a bebidas destiladas.
- No se detectó ningún tipo de contrabando de etanol debido a que Guatemala es un gran productor y más del 90% es exportado.
- En términos de valor, las bebidas ilegales de contrabando corresponden a US\$44.4 millones.
- La pérdida fiscal estimada debido al contrabando es de US\$14.7 millones

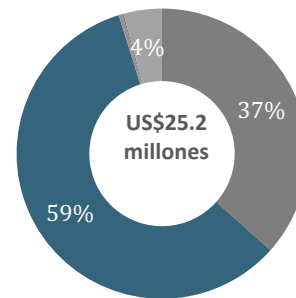
Volumen LAP - 2015



Valor 2015 (US\$)



Pérdida Fiscal 2015 (US\$)



■ Falsificaciones/marcas ilegales ■ Contrabando ■ Alcohol ilegal Artesanal ■ Sustitutos ■ Evasión de Impuestos

Fuente: Estimaciones Euromonitor



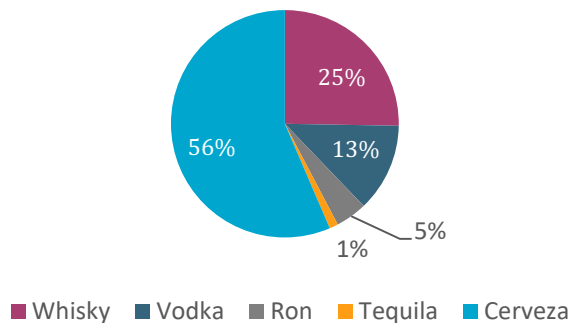


## Desglose por tipo de bebida

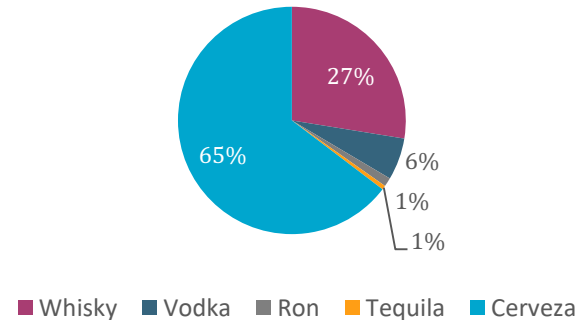
# La cerveza es la principal bebida de contrabando

- La cerveza se ha vuelto la bebidas alcohólica más relevante dentro del contrabando, contribuyendo con un 57% de la categoría en términos LAP, debido a la fuerte preferencia de los guatemaltecos por la cerveza versus las bebidas espirituosas.
- El precio de la cerveza ha ido bajando lo cual hace que sea muy asequible, incrementando su demanda; consecuentemente, es un producto fácil de comercializar una vez que ha sido ingresado al país de manera ilegal.
- La cerveza representó 61% del valor total del contrabando, equivalente a US\$27 millones.

## Desglose del contrabando en volumen por tipo de bebida, HL LAP- 2015



## Desglose del contrabando en valor por tipo de bebida, en millones de USD



- El contrabando de bebidas alcohólicas destiladas se ha reducido bastante con la caída de bandas de contrabandistas, como “los cigarreros”, que fueron detenidos en el 2014.
- La cerveza de contrabando se esconde a simple vista ya que los mayoristas compran cajas de cerveza legal y la mezclan con producto de contrabando para que pase desapercibido.
- En el caso de que las autoridades soliciten la documentación requerida, el mayorista cuenta con una factura legal por la cerveza.



## Principales tendencias

# El producto de contrabando se ha vuelto algo cotidiano

### Bebidas y marcas

- Cervezas: Corona, Modelo y Tecate.
- Bebidas destiladas: Whisky (Johnnie Walker), Ron (Bacardi), Vodka (Sky, Grey Goose, Absolut) y Tequila (José Cuervo).

### ¿Dónde?

- Entra principalmente por la frontera con México, en Tecún Umán y La Mesilla (Huehuetenango).
- El contrabando de destilados entra por puntos ciegos de la frontera con Belice.
- Los consumidores lo compran en casi cualquier punto de venta, con la excepción del canal moderno, sin saber que están adquiriendo un producto de contrabando.

### Motivadores

- La devaluación de la moneda en México reduce los precios del producto contrabandado, haciéndolo más rentable para los contrabandistas.
- El crimen organizado se dedica al contrabando desde México.
- Existe indicativos de corrupción en las aduanas fronterizas con México y Belice.

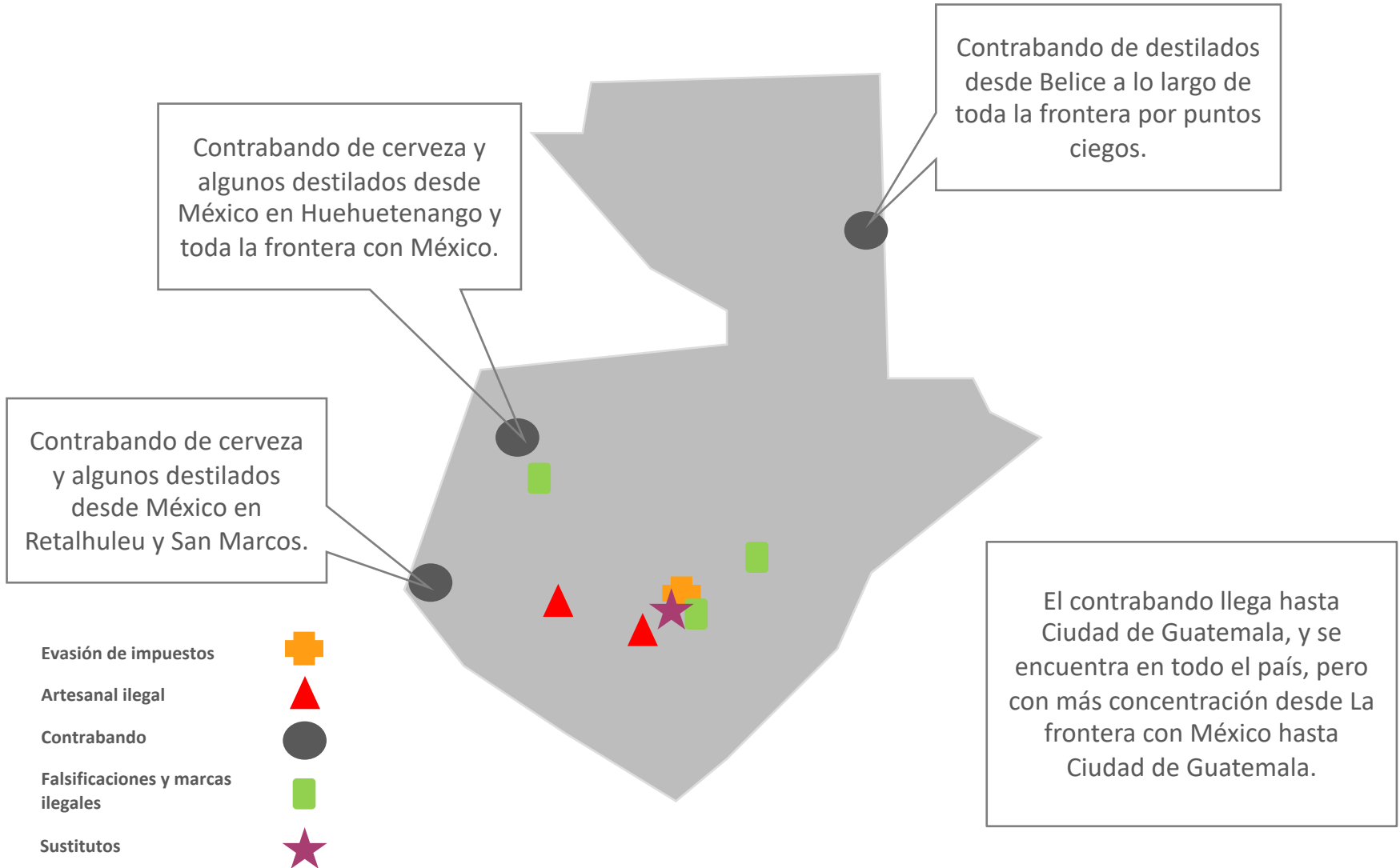
### Efectos

- La presencia de productos de contrabando en el mercado genera competencia desleal y obliga a las marcas legales a bajar sus precios.
- El consumidor final está acostumbrado a encontrar productos originales más baratos en el mercado, que generan demanda para este tipo de bebidas ilegales.



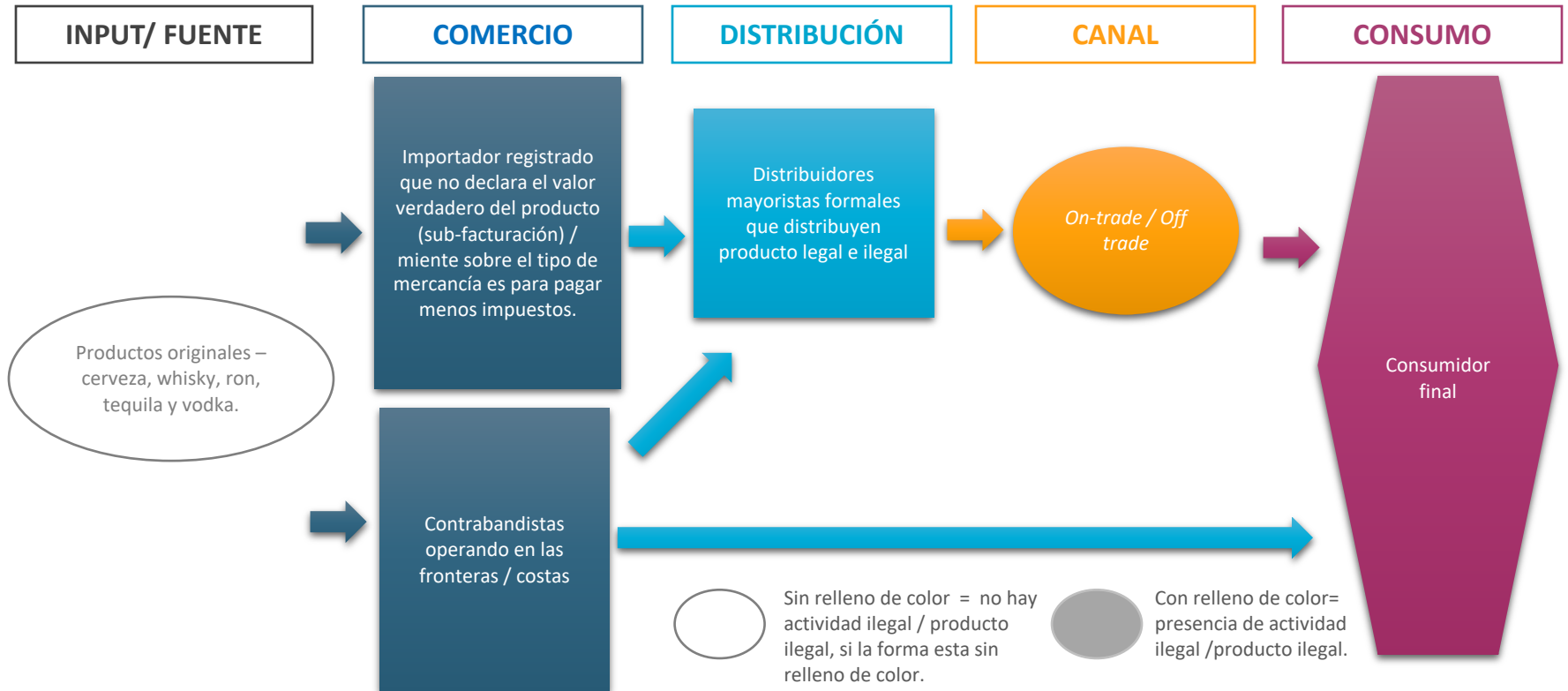
## Mapa de actividad ilegal

# El contrabando entra por las fronteras con México y Belice



## Cadena de suministro

### Contrabando



- El contrabando tiene fuertes lazos con el crimen organizado y ha logrado infiltrar varias instituciones a nivel municipal y judicial.
- Los contrabandistas entran cargamentos diversificados de bebidas alcohólicas junto con cereales, lácteos y productos de aseo personal, en camiones o buses (sin pasajeros), y luego le cambian las placas a esos vehículos para circular libremente dentro de Guatemala y vender a detallistas, tiendas e incluso a consumidores.
- Los consumidores del contrabando típicamente no se dan cuenta de que están comprando un producto ilegal ya que está disponible en puntos de venta formales e informales.



## Análisis de motivadores y limitantes

# El sector privado ha sido el más efectivo en combatir el contrabando



Motivadores

### ■ Factores que motivan el consumo de bebidas alcohólicas de contrabando

- **La devaluación de la moneda mexicana** hace que sea muy rentable comprar algo en México y venderlo en Guatemala por un precio mucho más alto.
- **La falta de recursos por parte del gobierno** para eliminar todos los puntos ciegos en las fronteras con México y Belice.
- **Los fuertes lazos entre el crimen organizado y la pobreza** en zonas cercanas a la frontera contribuyen a que la gente de bajos recursos se involucre y colabore con el contrabando de manera completamente abierta. Un ejemplo es un lugar como Tecún Umán, donde el contrabando pasa en cientos de balsas a simple vista de la aduana.
- **La falta de información que tiene el consumidor** no le permite distinguir si está comprando un producto de contrabando.



Barreras

### ■ Factores que limitan el consumo de bebidas alcohólicas de contrabando

- **Campañas de reducción de precios** que se extienden a los mayoristas por parte de los importadores y productores han logrado disminuir el incentivo de ganancia en relación al riesgo que toman los mayoristas al comprar producto de contrabando.
- **Las operaciones policíacas que han desarmado bandas de contrabandistas** disminuyeron la cantidad de contrabando de bebidas destiladas ingresadas al país durante el 2015.





CATEGORÍAS ILEGALES: CONTRABANDO / **FALSIFICACIONES-MARCAS ILEGALES** / SUSTITUTOS / ALCOHOL ARTESANAL

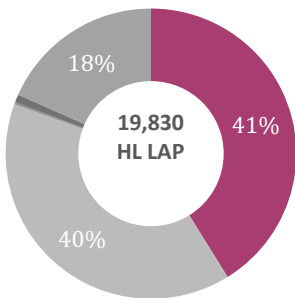


## Falsificaciones y marcas ilegales

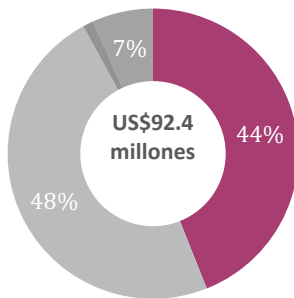
# Las falsificaciones/marcas ilegales son la segunda categoría mas importante

- La falsificaciones son la categoría más grande del mercado ilegal del alcohol, con un 41% del volumen en términos LAP.
- El 100% de esta categoría corresponde a bebidas destiladas, entre relleno de botellas on-trade y producción industrial ilegal.
- No se detectó ningún tipo de relleno con producto adulterado durante el 2015 debido a que es fácil encontrar productos legítimos de contrabando a mejores precios.
- En términos de valor, las bebidas ilegales de falsificaciones/marcas ilegales corresponden a un valor de US\$40.6 millones.
- La pérdida fiscal estimada debido a falsificaciones es de US\$9.2 millones.

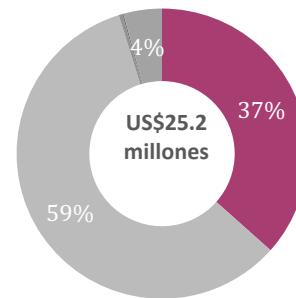
Volumen LAP - 2015



Valor 2015 (US\$)



Pérdida Fiscal 2015 (US\$)



■ Falsificaciones y Marcas Ilegales ■ Contrabando ■ Alcohol Ilegal Artesanal ■ Sustitutos ■ Evasión de Impuestos

Fuente: Estimaciones Euromonitor



## Principales tendencias

# La producción ilegal de Cusha lidera las falsificaciones/marcas ilegales

### Bebidas y marcas

- Producción industrial ilegal de Cusha, generalmente no tiene marca.
- Relleno de botellas: (on-trade), Johnnie Walker y Bucannan´s.

### ¿Dónde?

- Producción industrial Ilegal de Cusha: en el occidente. Se consume en bares y cantinas de nivel popular. También en las periferias de Ciudad Guatemala.
- Relleno de botellas: se le sirve a consumidores en bares y discotecas de Ciudad Guatemala.

### Motivadores

- El consumo de la Cusha se da mayormente por tradición indígena.
- Los bajos sueldos de los bartender y mozos son la causa por la cual ello/as buscan la manera de aumentar sus ganancias rellenando botellas, especialmente porque Guatemala tiene una cultura de dejar poca propina (alrededor de 10%).
- La costumbre de mezclar el whisky con agua y/o hielo contribuye a que sea más fácil cambiar el tipo de whisky, ya que el sabor en sí ya está algo diluido.

### Efectos

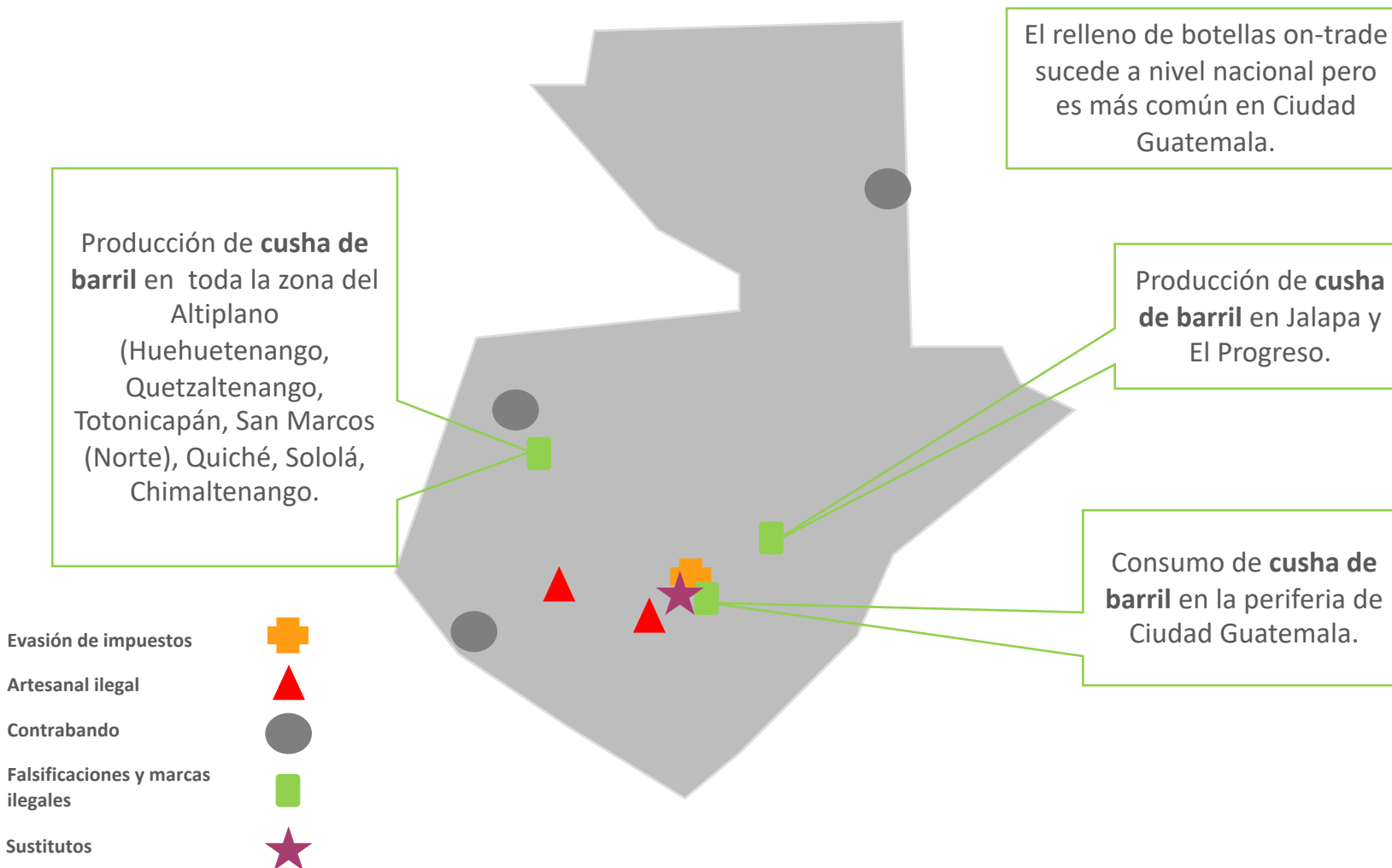
- Existe un efecto negativo sobre el sector privado porque las falsificaciones/marcas ilegales empujan el precio de marcas legítimas hacia abajo y las empresas deben bajar sus precios para poder competir con el producto ilegal.
- Esto tiene un efecto en la economía en cuanto a menor recaudación de impuestos y ganancias de empresas privadas.





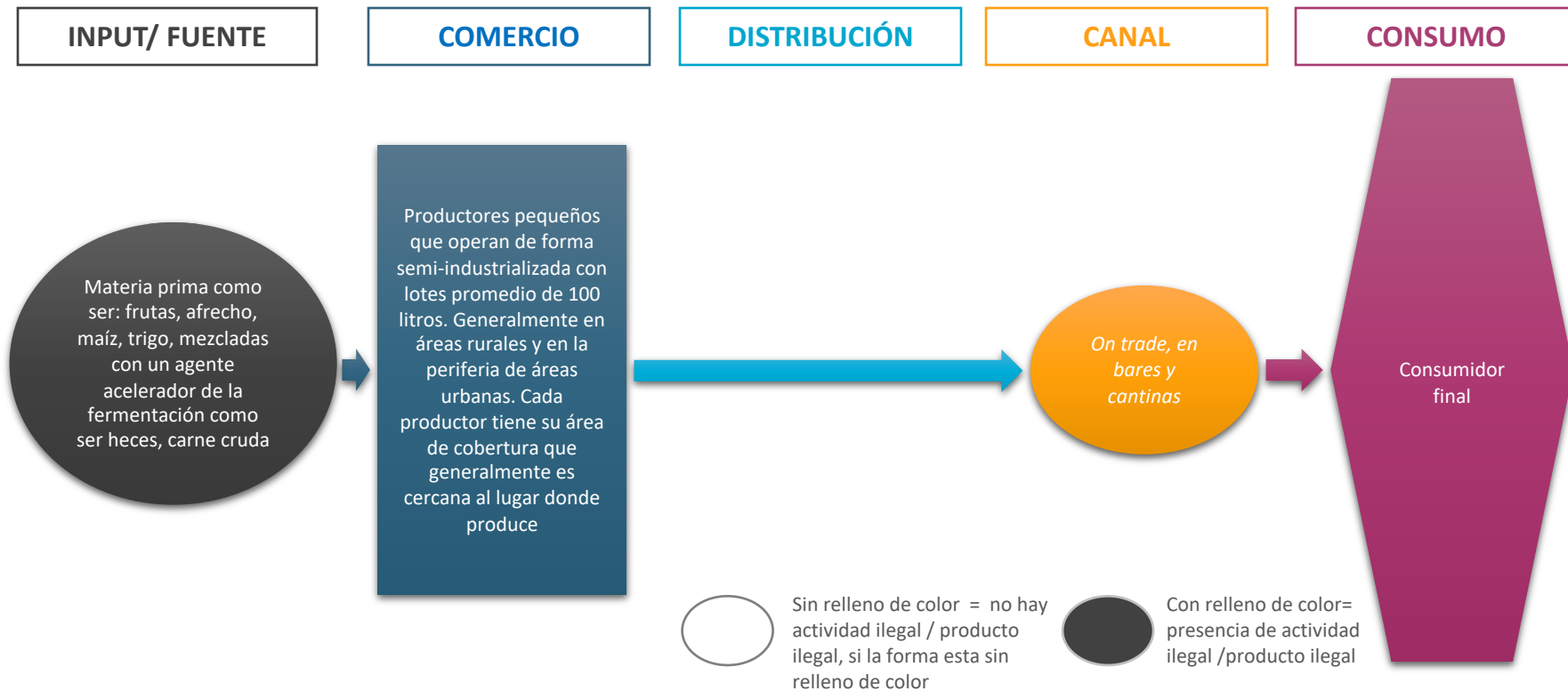
## Mapa de actividad ilegal

# Origen del alcohol ilegal por categoría



## Análisis de cadena de suministro

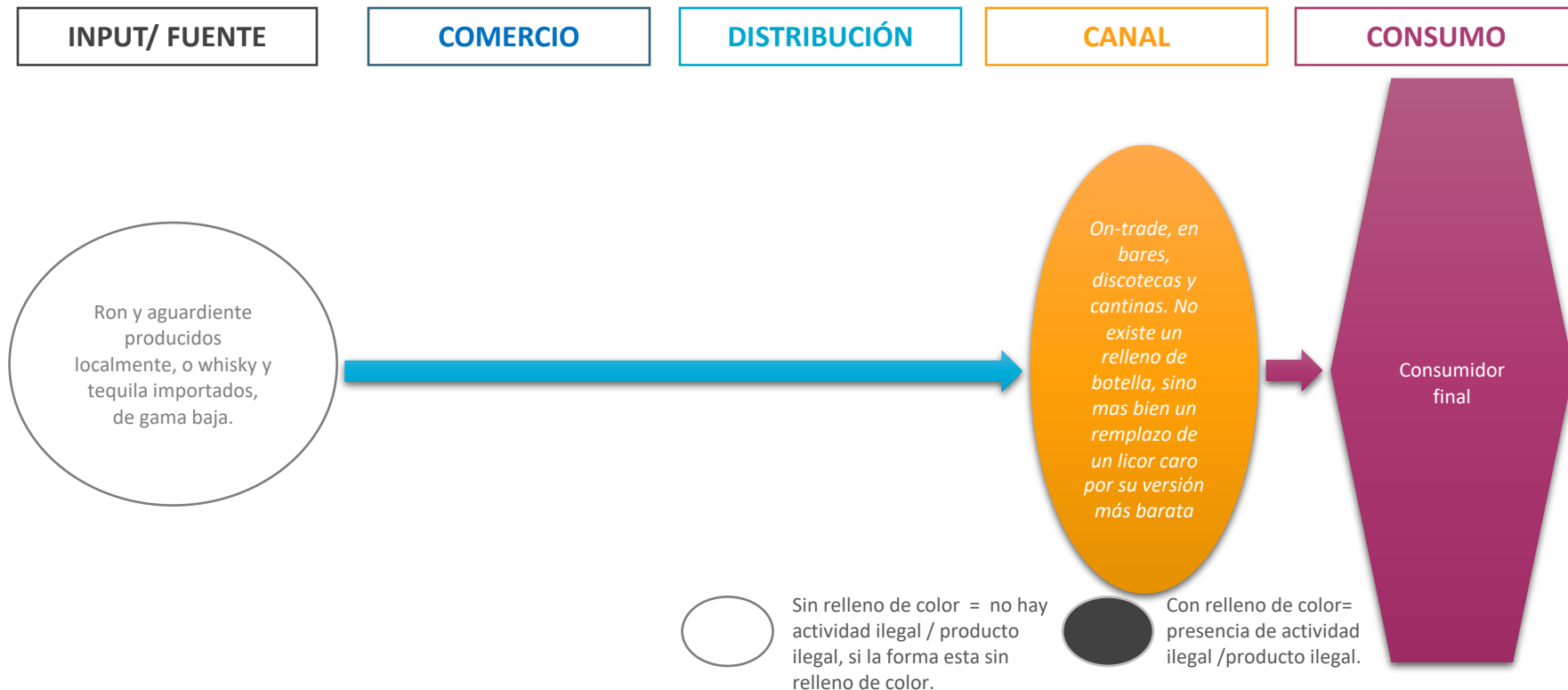
# Falsificaciones y rellenos (Cusha)



- La **cusha de barril** es producida sin el cumplimiento de la reglamentación sanitaria; muchas veces los productos que se usan para “acelerar” la fermentación contaminan la bebida, que no es apta para consumo humano.
- Los “barriles” que se usan suelen ser contenedores de diluyente de pintura o gasolina que no son desinfectados de manera apropiada, lo cual contribuye a la contaminación del producto final y causa intoxicaciones.
- La **cusha** es comercializada en bares selectos y cantinas populares, donde solo se vende a personas conocidas; para pedir **cusha de barril**, la gente indica que le sirvan “la económica”.

## Cadena de suministro

# Falsificaciones y rellenos (Relleno)



- Los bartenders y mesoneros rellenan las botellas de bebidas alcohólicas destiladas de marcas finas con el contenido de marcas corrientes. Esto crea un exceso de inventario de las botellas finas que luego son vendidas en efectivo a clientes y para generar una ganancia para los empleados. Esto sucede con y sin la autorización de los dueños del establecimiento.
- Es una práctica que se intensifica cuando el cliente ya se ha servido más de un trago.



## Análisis de motivadores y limitantes

# La cerveza barata ha reducido la demanda por espirituosas baratas



Motivadores

- **Factores que motivan el consumo de falsificaciones/marcas ilegales**
  - La tradición indígena de producir y consumir bebidas espirituosas para ritos y ocasiones especiales contribuye a que la **cusha de barril** siga siendo un producto popular.
  - La cultura de mezclar el **whisky** con agua y hielo hace que sea fácil cambiar la calidad del **whisky** que se sirve un vez que el cliente ha consumido varios tragos en un bar o discoteca.



Barreras

- **Factores que limitan el consumo de falsificaciones/marcas ilegales**
  - El paladar del guatemalteco ha cambiado durante los últimos años lo que ha contribuido a que haya menos demanda por bebidas alcohólicas destiladas, que forman el 100% de las falsificaciones/marcas ilegales.
  - Reportes acerca de intoxicaciones y gente que pierda la vista a raíz de consumir **cusha de barril** contaminada ayudan a incrementar la conciencia en la población de que es un producto peligroso.





CATEGORÍAS ILEGALES: CONTRABANDO / FALSIFICACIONES-MARCAS ILEGALES / **SUSTITUTOS** / ALCOHOL ARTESANAL

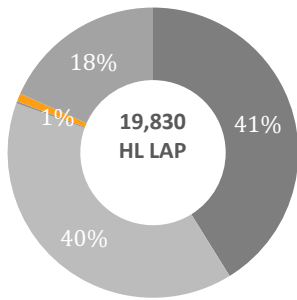


## Tamaño de mercado

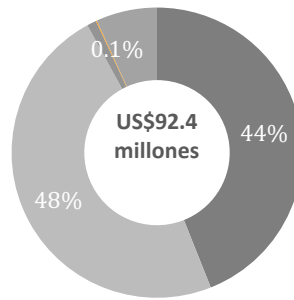
# Los sustitutos son la tercera categoría más importante en Guatemala

- La categoría de las bebidas sustitutas es la tercera más grande del mercado ilegal del alcohol, con un 1% del volumen en términos LAP.
- El 100% de esta categoría corresponde a bebidas destiladas.
- En términos de valor, las bebidas ilegales sustitutas corresponden a un valor de US\$0.1 millones.
- La pérdida fiscal debido a las bebidas sustitutas se estima que fue US\$0.04 millones.

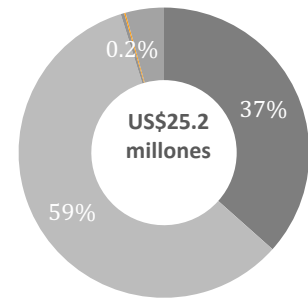
Volumen LAP - 2015



Valor 2015 (US\$)



Pérdida Fiscal 2015 (US\$)



■ Falsificaciones/marcas ilegales ■ Contrabando ■ Alcohol ilegal Artesanal ■ Sustitutos ■ Evasión de Impuestos

Fuente: Estimaciones Euromonitor



## Principales tendencias

### Sustitutos

#### Bebidas y marcas

- Exclusivamente alcohol de farmacia que es desnaturalizado con Octa Acetato de Sacarina en las farmacias, o con Butrex en las cadenas de farmacias grandes y supermercados.

#### ¿Dónde?

- Generalmente, el alcohol es desnaturalizado por el productor que vende a las farmacias y supermercados.
- El consumo de alcohol de farmacia sucede en áreas marginales, ya que la mayoría de los alcohólicos en etapa 5 son indigentes.

#### Motivadores

- Alcoholismo en la etapa 5 o final, en la cual el consumidor pasa en estado grave de ebriedad y no le importa qué está consumiendo, con tal de mantenerse en ese estado,

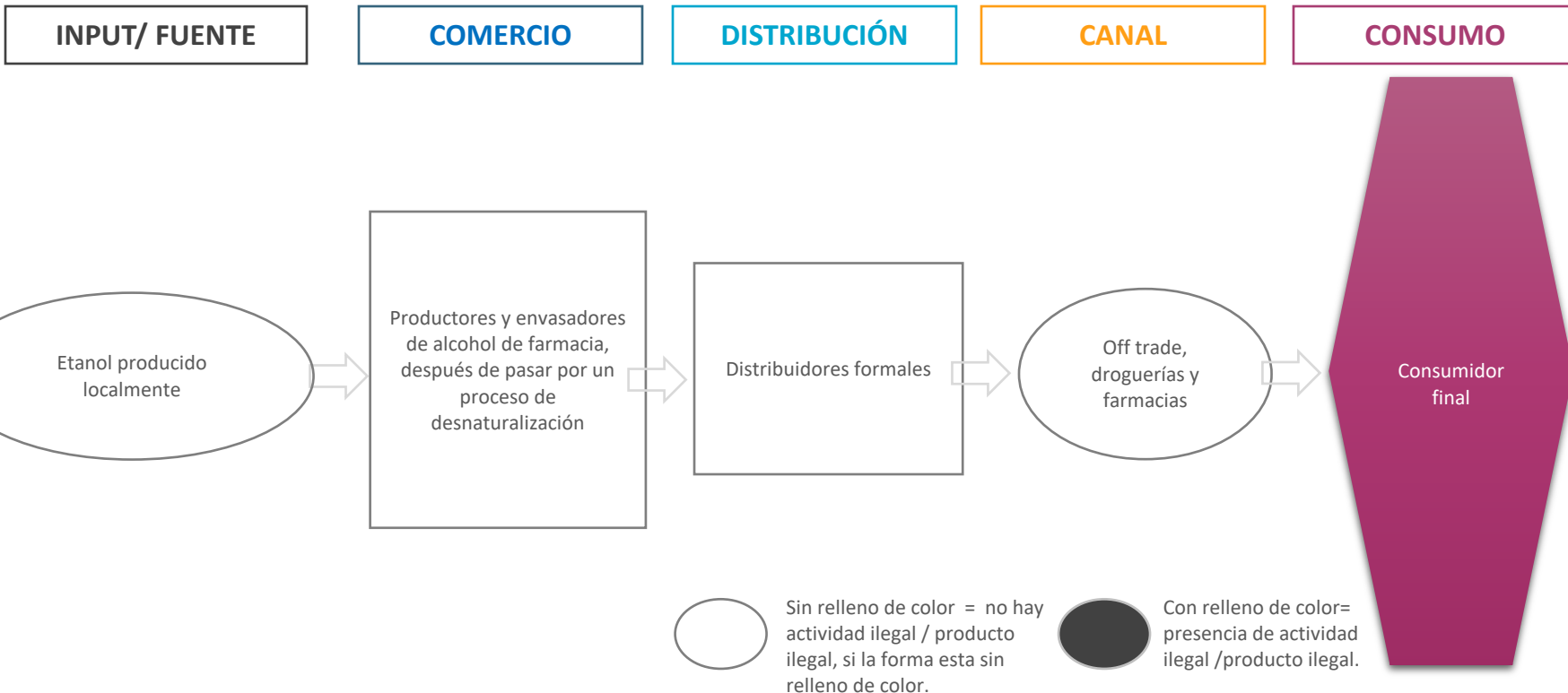
#### Efectos

- El principal efecto del consumo de estas bebidas es el riesgo elevado de intoxicación de los consumidores, lo cual causa problemas sociales y a su vez económicos, ya que se genera una mayor demanda de servicios médicos que son pagados por el gobierno.



## Cadena de suministro

### Sustitutos



- Desde 1996 el alcohol de farmacia producido en Guatemala es desnaturalizado y teñido de un color azul.
- Se envasa en laboratorios y es distribuido a través de distribuidores legales.
- No hay restricciones para comercializar el alcohol de farmacia por lo cual no es ilegal consumirlo como sustituto a bebidas alcohólicas.
- Los consumidores son típicamente gente en las ultimas fases del alcoholismo y suelen ser personas indigentes.





## Análisis de motivadores y limitantes

# La cerveza legal barata ha disminuido el consumo de sustitutos

Motivadores

- Factores que motivan el consumo de bebidas alcohólicas sustitutas
  - La alta tasa de la población que desarrolla una dependencia a las bebidas alcohólicas (5.4%), de los cuales el 1% buscará sustitutos para mantener su nivel de ebriedad en las últimas etapas de la enfermedad del abuso del alcohol.

Barreras

- Factores que limitan el consumo de bebidas alcohólicas sustitutas
  - El bajo precio de la cerveza, en particular en envases retornables, ha logrado disminuir el consumo de alcoholes sustitutos ya que la diferencia de precios es mínima y la cerveza tiene mejor sabor.



CATEGORÍAS ILEGALES: CONTRABANDO / FALSIFICACIONES-MARCAS ILEGALES / SUSTITUTOS / **ALCOHOL ARTESANAL**

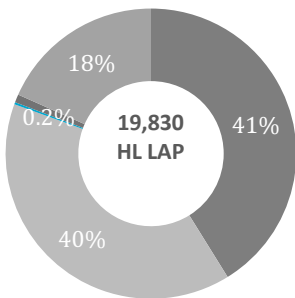


## Tamaño de mercado

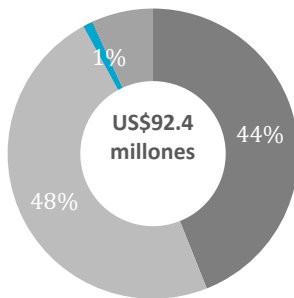
# El alcohol artesanal ilegal es la cuarta categoría mas importante

- La categoría de alcohol artesanal ilegal es la cuarta categoría más grande del mercado ilegal del alcohol, con un 0.2% del volumen en términos LAP.
- El 100% de esta categoría corresponde bebidas fermentadas.
- En términos de valor, las bebidas artesanales ilegales corresponden a un valor de US\$1 millón.
- La pérdida fiscal debido al alcohol artesanal ilegal se estima que fue de US\$0.1 millones durante el 2015.

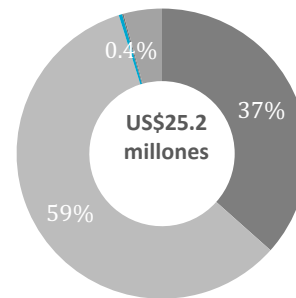
Volumen LAP - 2015



Valor 2015 (US\$)



Pérdida Fiscal 2015 (US\$)



■ Falsificaciones/marcas ilegales ■ Contrabando ■ Alcohol Ilegal Artesanal ■ Sustitutos ■ Evasión de Impuestos

Fuente: Estimaciones Euromonitor



## Principales tendencias

# Alcohol Artesanal

### Bebidas y marcas

- No hay marcas específicas hasta que se legaliza la producción.

### ¿Dónde?

- La zona donde más se produce cerveza artesanal es Antigua Guatemala, seguido por Ciudad Guatemala y Panajachel.
- Se vende en bares ya que al ser ilegales, no se puede comercializar abiertamente. Generalmente, se encuentran en el bar donde se producen, y solo se venden en ese lugar.

### Motivadores

- El crecimiento del interés por la cerveza artesanal en el país.
- El ingreso de una cerveza artesanal legal de El Salvador (Cadejo).
- El turismo impulsa la producción artesanal, ya que muchos extranjeros llegan y quieren probar sabores que perciben como “autóctonos”.

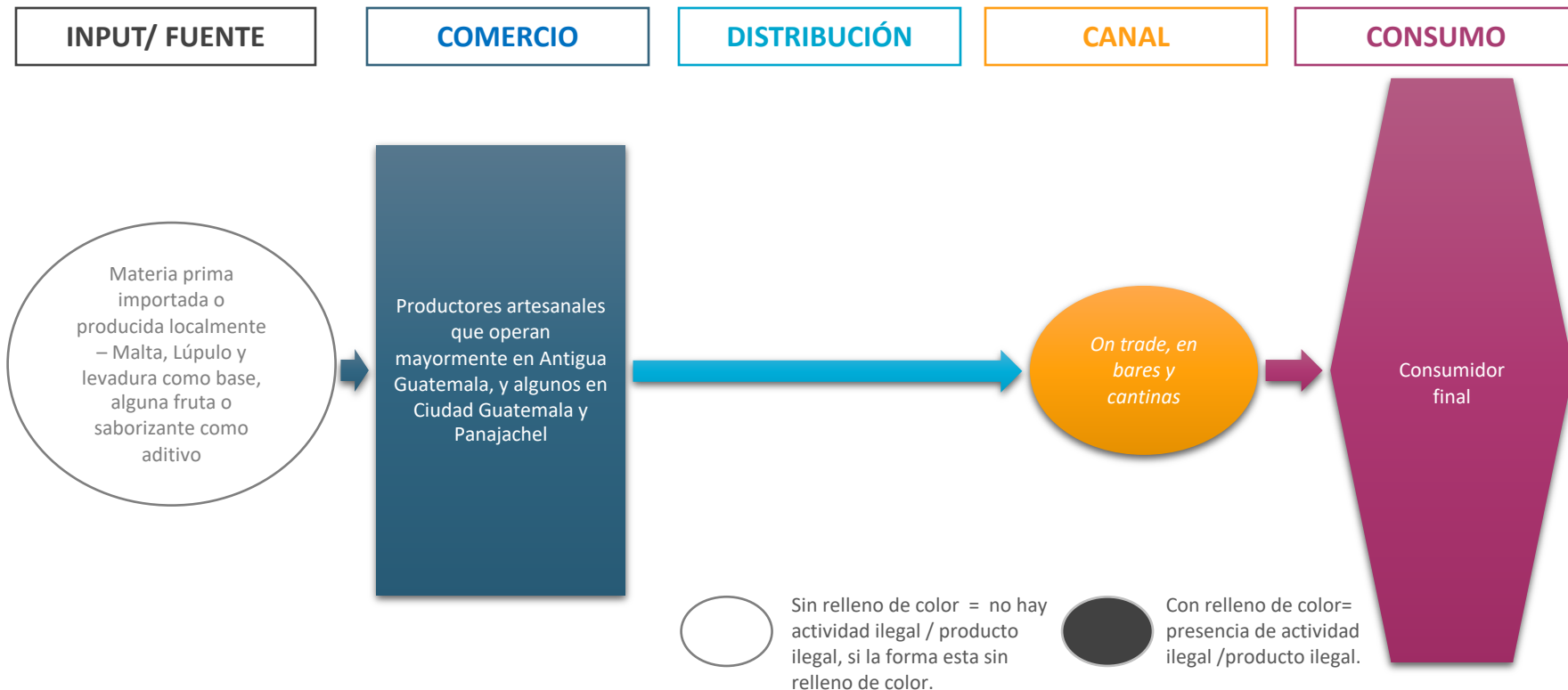
### Efectos

- La recaudación de impuestos de estas bebidas es escasa dado la informalidad bajo la cual se producen y venden, además de que se encuentran en zonas no metropolitanas que hacen más difícil el control de producción.
- La falta de normas sanitarias requeridas para su producción genera riesgos a los que consumen estas bebidas.



**Cadena de suministro**

# Alcohol ilegal artesanal



- Es un producto netamente on-trade y se comercializa sin marca.
- Es una industria bastante pequeña que está intentando legalizarse pero ha encontrado muchísimas trabas para legalizar sus operaciones; un 90% por de los establecimientos productores de cereza artesanal está tramitando su legalización, hay por lo menos 2 que han logrado legalizarse
- Según algunos productores en Antigua, la mayoría de los consumidores son turistas que están acostumbrados a cervezas hechas a baja escala.



## Análisis de motivadores y limitantes

# La reglamentación previene que más empresas consigan los permisos

Motivadores

- **Factores que motivan el consumo de bebidas alcohólicas artesanales ilegales**
  - El turismo ha logrado impulsar el desarrollo de las cerveceras artesanales que han posicionado sus productos como cervezas auténticas de las regiones turísticas donde se producen.
  - La reducción de precios de la cerveza comercial ha creado un nicho premium para las cervezas artesanales, lo cual incrementa la rentabilidad de la producción artesanal ya que pueden cobrar precios más altos que las cervezas comerciales.

Barreras

- **Factores que limitan el consumo de bebidas alcohólicas artesanales ilegales**
  - La dificultad para conseguir los permisos necesarios para producir bebidas alcohólicas en el país disminuye la cantidad de empresas que intentan introducirse en la producción artesanal.

INTRODUCCIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

MERCADO ILEGAL

**MERCADO LEGAL TRADICIONAL**

APÉNDICE

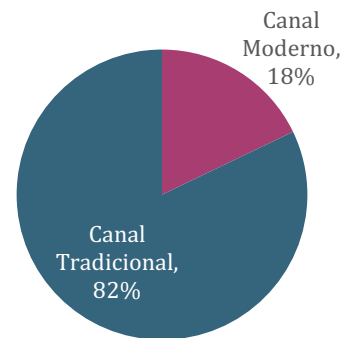


## Cerveza en el canal tradicional

# El canal tradicional es el más importante para la venta de cerveza

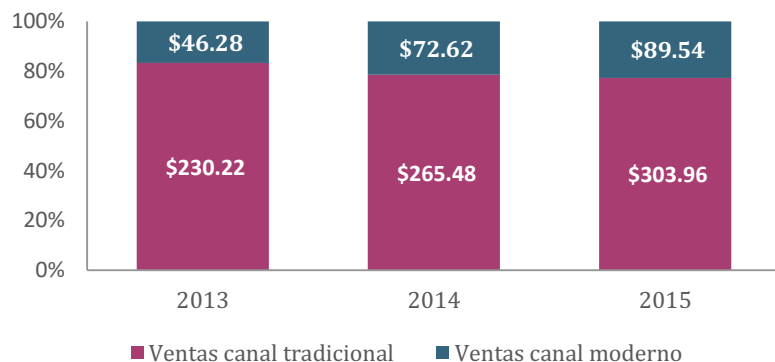
- El canal tradicional domina la venta de cerveza, controlando un 82% del volumen debido a que hay muchos más puntos de ventas del canal tradicional que cualquier otro en Guatemala.
- La demanda por empaques no retornables está creciendo debido a que el precio de la cerveza en empaques no retornables ha bajado tanto que ahora pueden competir con los empaques retornables que siempre han sido los más baratos y por ende los que más se venden.

### Ventas de cerveza off-trade en volumen durante el 2015



Fuente: Estimaciones Euromonitor

### Mercado total, ventas off-trade de cerveza en valor (millones de USD)



Fuente: Estimaciones Euromonitor

- Durante el 2015, un 77% del valor de las ventas off-trade de cerveza se realizaron a través del canal tradicional, debido a la conveniencia de los puntos de ventas tradicionales que están localizados dentro o cerca de zonas altamente pobladas del país.
- A pesar del liderazgo del canal tradicional, durante los últimos tres años ha bajado levemente la proporción de cerveza que se vende en tiendas comparado con los otros canales debido a la competencia del canal moderno, que puede ofrecer precios más bajos en empaques multi-pack.

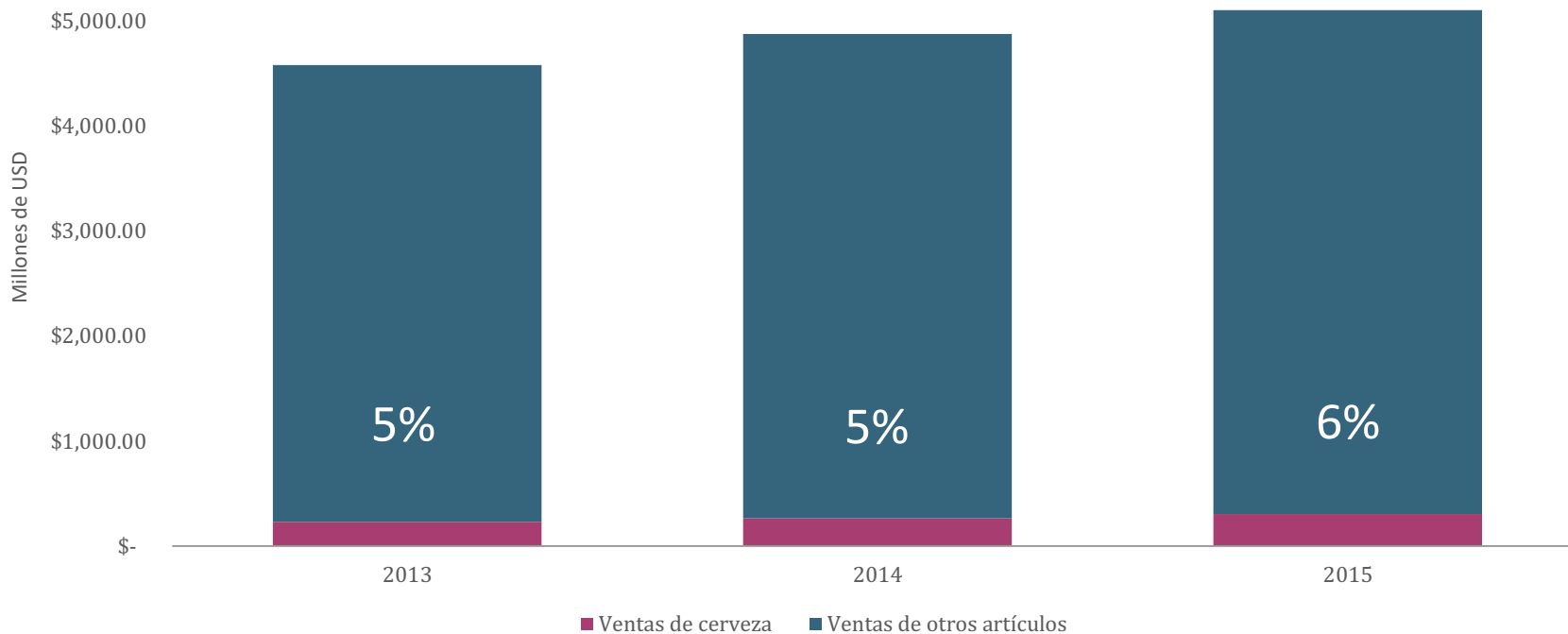


## Relevancia de cerveza en el canal

# Crece las ganancias provenientes de la cerveza en el canal tradicional

La relevancia de la cerveza, como proporción de las ventas totales del canal, ha estado creciendo gracias a la reducción de precios de la cerveza no retornable.

Ventas totales del canal tradicional, en millones de USD



Fuente: Estimaciones Euromonitor

## Análisis reglamentario

# Los dueños de tiendas conocen las reglas, pero son pocos los que las siguen



Los tenderos buscan el mejor precio, sin considerar si el producto es ilegal por ser de **contrabando o producción que evade impuestos**

- La mayoría de las tiendas que visitamos indicaron que los depósitos en la terminal venden la cerveza nacional e importada por un precio más barato que el camión, a pesar de que el transporte desde la terminal les agrega un costo adicional.



Los dueños de las tiendas saben que necesitan una licencia especial para vender cerveza y licores, pero muchos operan sin licencia hasta que los cierran o los multan

- Solamente tiendas que han estado operando por mucho tiempo decían cumplir con las licencias, la gran mayoría opera sin los permisos necesarios, pero ahora venden menos ya que se enfocan en vender a gente conocida y sólo para llevar.



La mayoría de las tiendas no obedecen la prohibición de consumo en los locales

- En algunos casos le permiten a sus clientes consumir las bebidas alcohólicas en el local a pesar de saber que la policía ha estado vigilando que no se beba en las tiendas.



La prohibición de la venta a nivel municipal genera puestos de venta informales

- Algunos municipios, como San Lucas Sacatepequez, han optado por prohibir la venta de bebidas alcohólicas por completo, lo cual ha resultado en que las tiendas del sector sólo le vendan a gente conocida, o que la gente compre directamente de los camiones que entran al sector de manera informal.



## Comentarios de las vistas a tiendas

### Las dueños culpan a la municipalidad por la baja en las ventas



Antes aquí se vendía mucho más pero ahora ya no lo permite la policía con la municipalidad. Ellos andan viendo a quién molestar. Ahora nos da miedo vender, así que lo poco que se vende es en lata y para llevar.

--Dueño de tienda en Mixco



Ahora vendemos menos porque la policía anda molestando. En esta municipalidad no son muchas las tiendas que venden cerveza. A nosotros, porque tenemos tiempo de tener la tienda y la cervecería nos pintó la publicidad pero las nuevas tiendas tienen prohibida la venta.

--Dueño de tienda en Santa Catarina Pínula



Se necesita un permiso especial para vender cerveza y todos los licores. La ley ahora no deja que la gente esté tomando en las tiendas, pero la gente no hace caso. Son estas leyes que no nos dejan vender como años anteriores.

--Encargado de tienda en Villa Nueva



Sabemos que se necesita un permiso especial para vender cerveza y otros licores. La licencia sale Q25,000 y por ello se ha venido abajo el negocio, antes era bastante rentable porque teníamos otras tiendas donde se vendía mas, pero la situación ya no es así.

--Encargado de tienda en Santa Catarina Pínula



## Análisis de motivadores y limitantes

# El escrutinio municipal está disminuyendo la relevancia de la cerveza



Motivadores

### Factores que incrementan la relevancia de la cerveza en el canal tradicional

- **La reducción del precio de la cerveza.** Con la reducción del precio los dueños de tiendas pueden ofrecer otros tipos de cerveza a sus clientes, ya que con la policía “molestando” prefieren tener un producto que se pueda comprar para llevar.
- **Apoyo publicitario/promocional con nuevos productos.** Los dueños de tienda prefieren sólo vender productos que la gente conozca, al menos que cuenten con algo de publicidad o un precio de promoción para que sus clientes prueben algo nuevo.
- **El permitir que se consuma alcohol en el punto de venta.** Muchas tiendas tradicionales incrementan el consumo de bebidas alcohólicas permitiendo el consumo afuera del establecimiento, y en zonas rurales hasta ponen sillas y mesas, sin tener los permisos para que los clientes consuman la cerveza en el lugar.



Barreras

### Factores que limitan la relevancia de la cerveza en el canal tradicional

- **La dificultad de conseguir proveedor que les lleve el producto al local.** Varias tiendas mencionaron que los camiones repartidores de cerveza no pasan por su sector, por lo cual tienen que acudir a depósitos en la terminal y eso le incrementa el costo a pesar de que la terminal a veces tiene mejores precios.
- **El consumo y la venta de cusha en pulperías** en áreas lejanas a la capital o en áreas marginales. Sobre todo en la zona de los Altiplanos, donde se encuentra la mayoría de la población indígena del país y donde el consumo de cusha es tradición, le quitan un segmento de mercado a la cerveza, especialmente en las pulperías.
- **La falta de energía eléctrica o de refrigeración** en ciertas zonas del país. Esto implica que no pueden vender la cerveza helada y lista para ser consumida. También implica que el producto se puede arruinar si viene en camiones refrigerados, y luego lo dejan sin refrigerar.

INTRODUCCIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

MERCADO ILEGAL

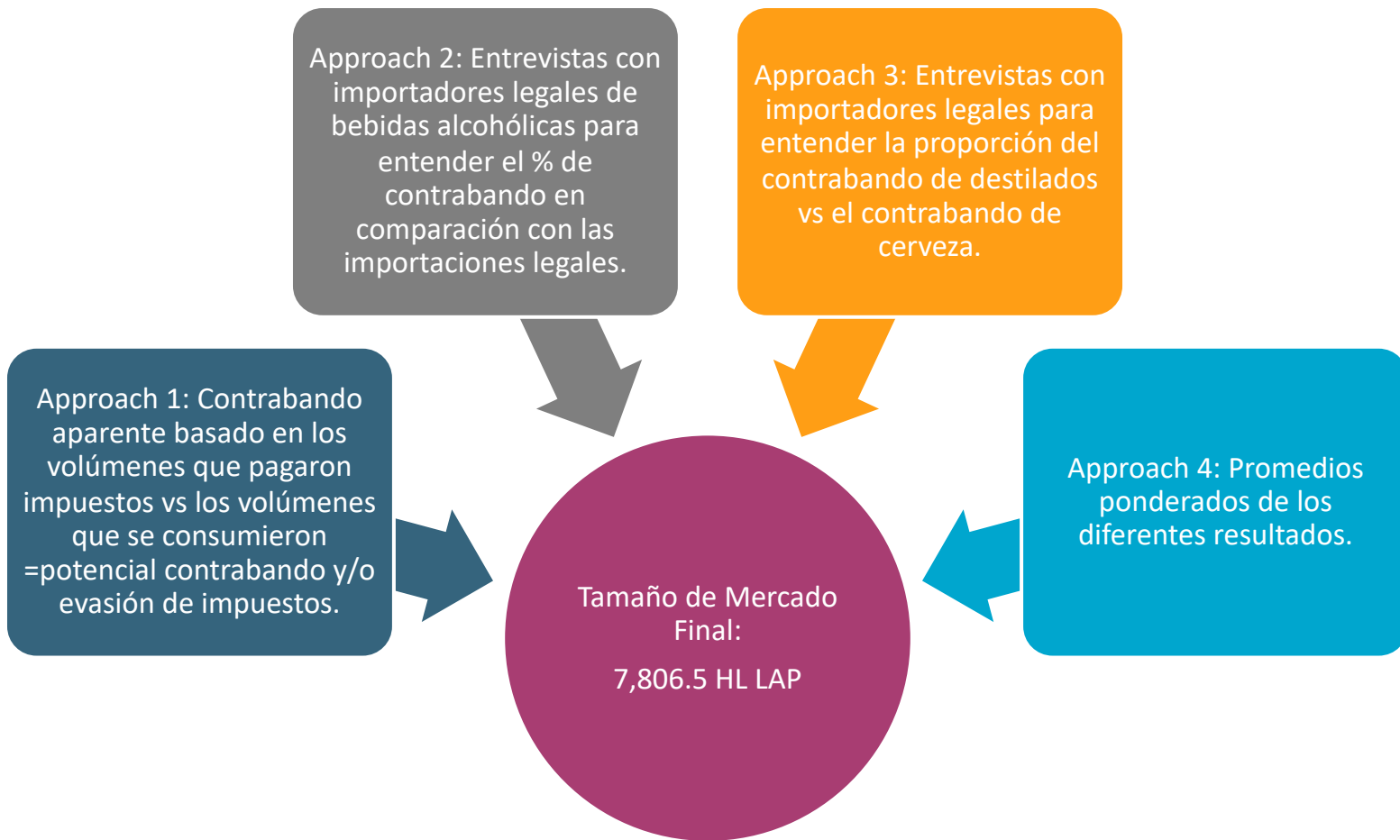
MERCADO LEGAL TRADICIONAL

**APÉNDICE**



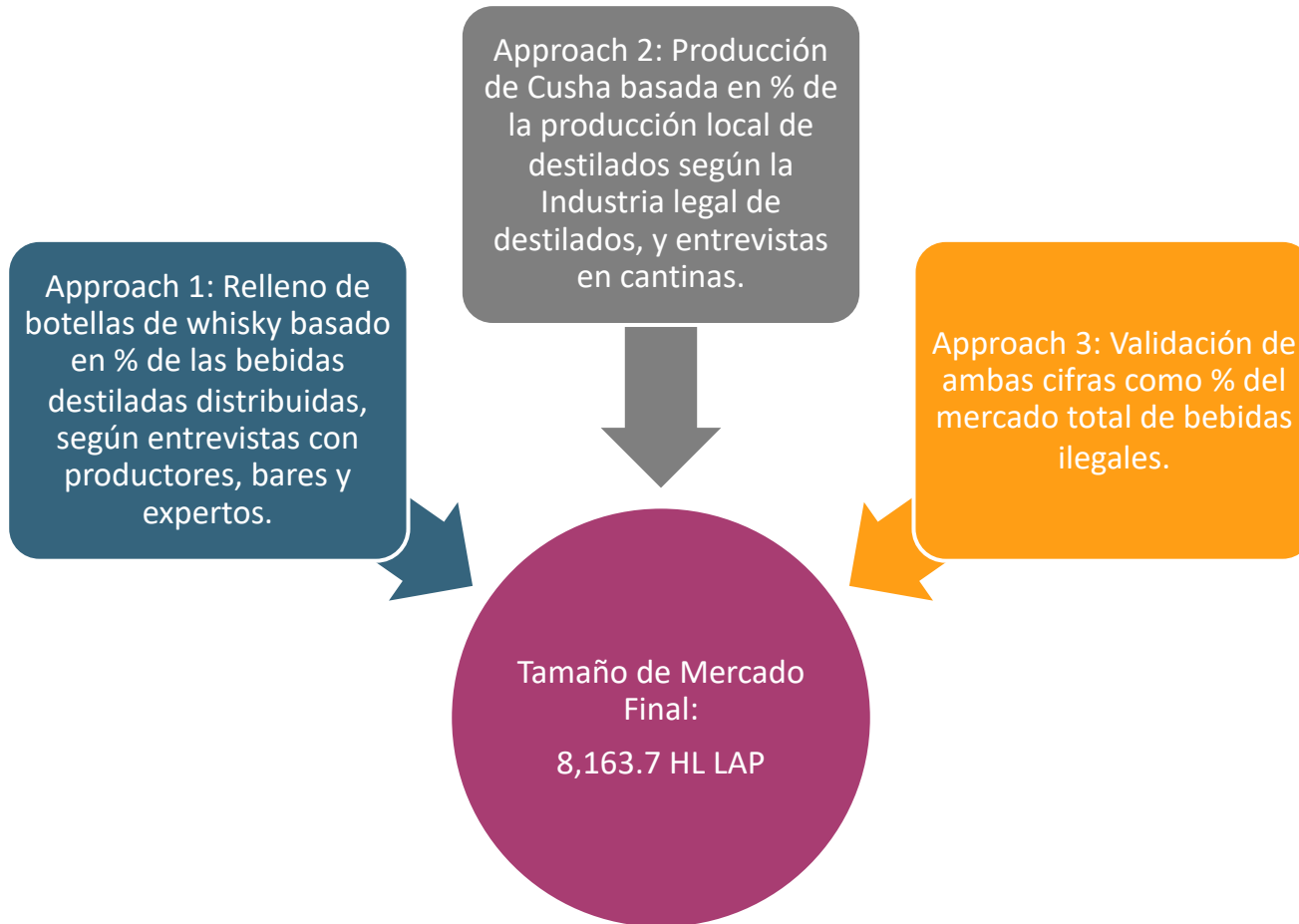
## Metodología

# Contrabando



## Metodología

# Falsificaciones y marcas ilegales



## Metodología

# Alcohol artesanal ilegal

Approach 1: Número de productores artesanales obtenido en entrevistas \* capacidad de producción semanal \* número de semanas en el año = producción ilegal artesanal de cerveza.

Approach 2: Validación a través de entrevistas, y como % del volumen total del Mercado de Bebidas Alcohólicas Ilegales.

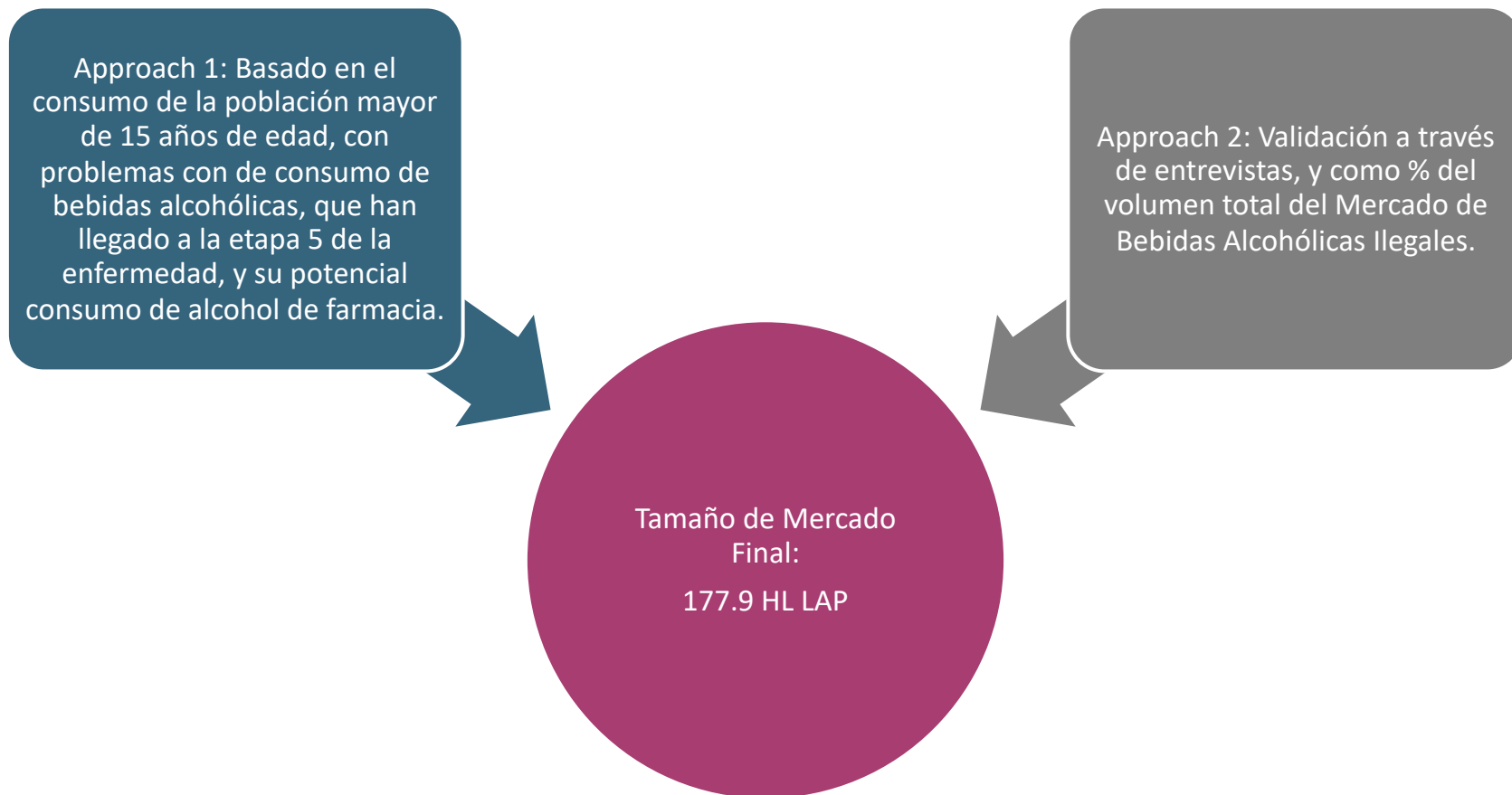
Tamaño de Mercado Final:  
46.8 HL LAP





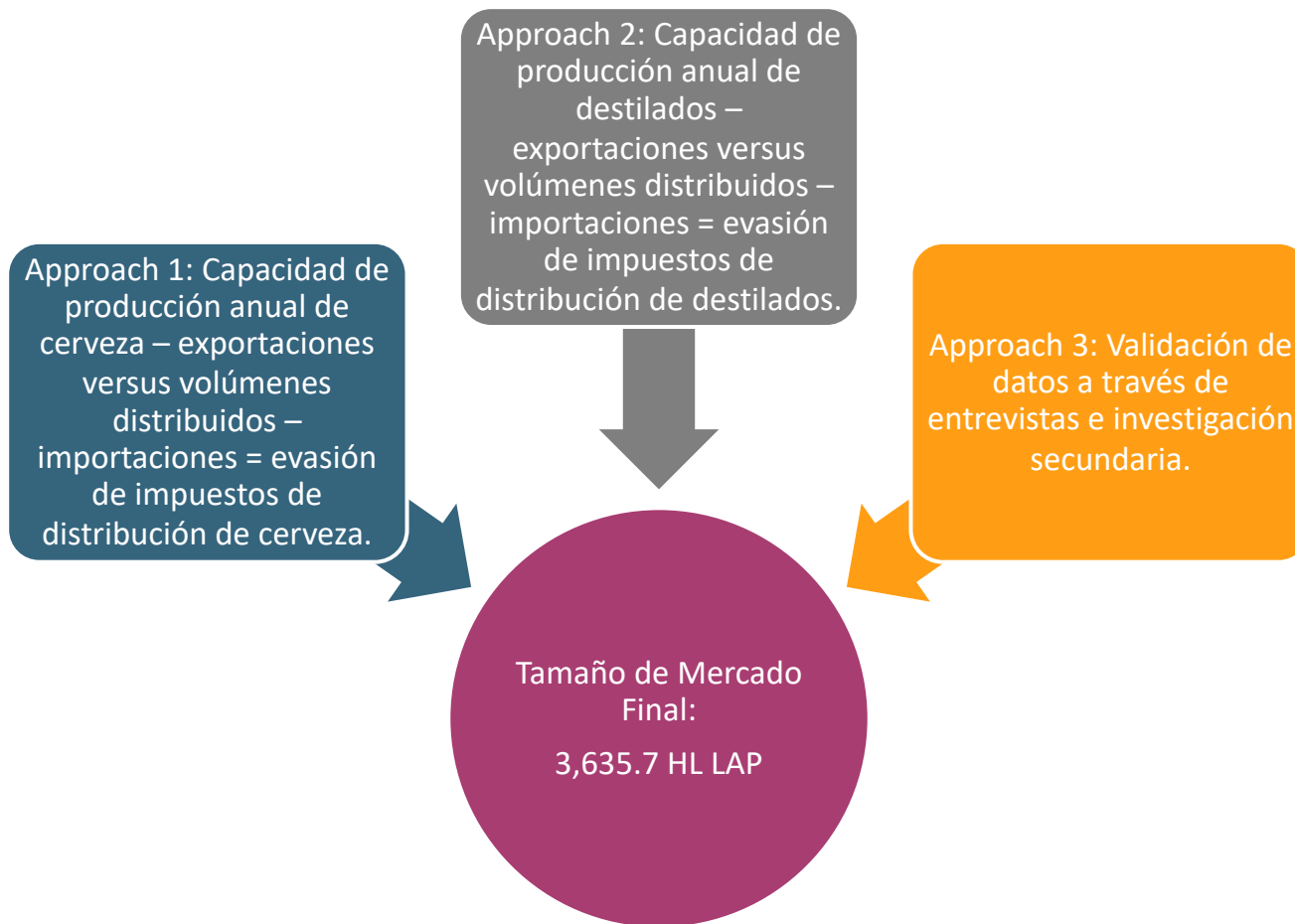
## Metodología

### Sustitutos



## Metodología

# Evasión de impuestos



## Fuentes primarias consultadas

No.	Tipo de fuente	Nombre de empresa u organización
1	Importador	Distribuidora Marte
2	Importador	Distribuidora Alcanzaren
3	ONG	Alcohólicos Anónimos de Guatemala
4	Prensa	El Periódico
5	Productor	Industrias Licoreras de Guatemala
6	Asociación	Cerveceros Artesanales de Guatemala
7	Productor	Vinícola Centroamericana
8	Productor	Ambev
9	Gobierno	COGUANOR
10	Prensa	La Hora
11	Prensa	Prensa Libre
12	Supermercado	Super Elmar

## Fuentes primarias consultadas (cont.)

No.	Tipo de fuente	Nombre de empresa u organización
13	Bar	La Biblioteca
14	Otro	Insepral
15	Productor	Caldo de Frutas Doña Mari
16	Gobierno	Ministerio de Energía y Minas
17	Productor	Cervecería Centro Americana

## Fuentes secundarias consultadas

No.	Tipo de fuente	Artículo/Publicación
1	Prensa	Los millones que circulan en el país por contrabando ( <a href="http://www.prensalibre.com">http://www.prensalibre.com</a> )
2	Prensa	Guatemala: Denuncian aumento del contrabando ( <a href="http://www.centralamericadata.com">http://www.centralamericadata.com</a> )
3	Publicación de Organización	Élites y crimen organizado en Guatemala: Los Huistas ( <a href="http://es.insightcrime.org">http://es.insightcrime.org</a> )
4	Prensa	Banda Agua Miel podría enfrentar juicio ( <a href="http://www.prensalibre.com">http://www.prensalibre.com</a> )
5	Estudio	¿Cuál es el país de América Latina donde más se consume alcohol? ( <a href="http://www.cerveceroslatinoamericanos.com/">http://www.cerveceroslatinoamericanos.com/</a> )
6	Publicación	Plataforma del contrabando regional ( <a href="http://www.yucatanalamano.com/">http://www.yucatanalamano.com/</a> )
7	Prensa	Rompopo, cusha y caldo de frutas llaman la atención de <i>Booze Traveler</i> ( <a href="http://www.prensalibre.com">http://www.prensalibre.com</a> )
8	Noticia	Graban un episodio de <i>Booze Traveler</i> en Guatemala ( <a href="http://www.guatemala.com">http://www.guatemala.com</a> )
9	Noticia	Caso Cusha, Santiago Atitlan ( <a href="https://www.youtube.com">https://www.youtube.com</a> )
10	Noticia	Contrabando ( <a href="https://www.youtube.com">https://www.youtube.com</a> )
11	Noticia	Empresas en Guatemala reportan un incremento del 14% en el contrabando ( <a href="http://es.insightcrime.org/">http://es.insightcrime.org/</a> )
12	Prensa	Sector Privado pide que se reactive la Conacon ( <a href="http://elperiodico.com.gt">http://elperiodico.com.gt</a> )

## Fuentes secundarias consultadas (cont.)

No.	Tipo de fuente	Artículo/Publicación
13	Prensa	Conacon sin funcionar ( <a href="http://lahora.gt">http://lahora.gt</a> )
14	Artículo	Guatemala produce suficiente etanol para combustible ( <a href="http://www.soy502.com">http://www.soy502.com</a> )
15	Artículo	Etanol en Guatemala ( <a href="http://www.acrguatemala.com">http://www.acrguatemala.com</a> )
16	Asociación	El etanol en Guatemala ( <a href="http://www.azucar.com.gt">http://www.azucar.com.gt</a> )
17	Noticia	Guatemala da luz verde al primer expendio de etanol ( <a href="http://www.soy502.com">http://www.soy502.com</a> )
18	Publicación	Universidad del Valle, Guatemala, Situación actual y potencial de las exportaciones de etanol al mercado internacional y relación con el mercado legal, 2012
19	Prensa	Delicia artesanal ( <a href="http://www.prensalibre.com">http://www.prensalibre.com</a> )
20	Noticia	Contrabando de Licor en Guatemala ( <a href="http://www.centralamericadata.com">http://www.centralamericadata.com</a> )
21	Noticia	Mercado de bebidas alcohólicas en Guatemala ( <a href="http://www.centralamericadata.com">http://www.centralamericadata.com</a> )
22	Estadísticas de Comercio	SIECA, Importaciones y Exportaciones 2013, 2014 y 2015.



## INFORMACIÓN DE CONTACTO

### **Stefan Lyman**

Associate Consultant

Tel: +1 312-922-1115 x 8399

[stefan.lyman@euromonitor.com](mailto:stefan.lyman@euromonitor.com)

### **Lourdes Chavarria**

Consulting Manager

Tel: +1 312-922-1115 x 8358

[lourdes.chavarria@euromonitor.com](mailto:lourdes.chavarria@euromonitor.com)

### **Meika Nakamura**

Business Development - Consulting

Tel: +55 11-2970-2150

[meika.nakamura@euromonitor.com](mailto:meika.nakamura@euromonitor.com)

### **Flavia Callafange**

Client Development Executive

Tel: +55 11-2970-2150

[flavia.callafange@euromonitor.com](mailto:flavia.callafange@euromonitor.com)