



# ANÁLISIS DEL CONSUMO TOTAL DE BEBIDAS CON ALCOHOL EN CHILE 2018

Reporte final

Junio 2020

© Euromonitor International 2020. Todos los derechos reservados. El material contenido en este documento es de propiedad exclusiva de Euromonitor International Ltd y sus licenciantes y es provisto sin ninguna garantía ni representación de su precisión o cabalidad. Cualquier dependencia sobre dicho material es a riesgo del usuario. Este documento es confidencial y de uso interno por ACECHI, AFLECHI y VINOS DE CHILE y sus afiliados únicamente. La publicación o la entrega a cualquier tercero de este documento o sus partes (o cualquier dato u otro material derivado del mismo) sin el permiso expreso y consentimiento escrito por parte de Euromonitor International está estrictamente prohibido. Por favor referirse a los términos y condiciones pertinentes con Euromonitor.

## INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

RESUMEN EJECUTIVO

ANÁLISIS DEL MERCADO LEGAL

ANÁLISIS DEL MERCADO ILEGAL Y SUS CATEGORÍAS

- Falsificaciones
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impuestos de comercialización

ANÁLISIS DEL MERCADO TOTAL



## OBJETIVOS DEL PROYECTO



# Estudio Euromonitor: consumo total de bebidas con alcohol

## Categorías

- Cervezas
- Espirituosas + RTDs
- Vino y espumantes
- Chicha
- Sidra

## Tipo de comercio ilegal

- Falsificación
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impuestos a la comercialización

## Alcance geográfico

- Chile (legal e ilegal)

## Geografías *benchmark*

- |             |           |
|-------------|-----------|
| ▪ Argentina | ▪ USA     |
| ▪ Brasil    | ▪ México  |
| ▪ Canadá    | ▪ Perú    |
| ▪ Colombia  | ▪ Uruguay |
| ▪ Ecuador   |           |

## Antecedentes del proyecto

En 2014, ACECHI (Asociación de Productores de Cerveza de Chile) realizó el primer estudio de bebidas con alcohol ilegales en Chile. Dos años después AFLECHI (Asociación Gremial de Fabricantes y Distribuidores de Licores y Bebidas Espirituosas de Chile) y Vinos de Chile se unieron a ACECHI para comisionar la segunda versión del estudio con Euromonitor. El enfoque de ambos estudios era la medición del consumo de alcohol ilegal en Chile. En esta tercera edición se busca determinar y validar el **consumo total de bebidas con alcohol en el país** (legal e ilegal), manteniendo una metodología consistente, y comparando las cifras publicadas por la OMS referidas al 2015.

## Objetivos de la investigación

- Cuantificar el **consumo total** de bebidas con alcohol en Chile en el 2018;
- Medir el **consumo legal** de bebidas con alcohol;
- Medir el consumo de bebidas con alcohol **ilegales** en el país por tipo de ilicitud;
- Analizar de manera cualitativa la cadena de producción y comercialización de bebidas con alcohol ilegales;
- Realizar *benchmarks* de los **consumos legales e ilegales\*** de Chile versus países de América.

Nota: Dependerá estrictamente de la autorización de los clientes que hayan comisionado estudios de mercado ilícito en la región.



## Quién es Euromonitor International

Investigación  
de mercados  
global,  
estratégica  
y táctica

Empresa con más de 40 años  
de experiencia investigando  
mercados internacionales

### Nuestros servicios

- Información de mercado sindicada
- Consultoría e investigación a medida

### Amplia red de investigación

- Investigadores de campo en 80 países
- Panorama completo del mercado global
- Datos comparables en todos los mercados

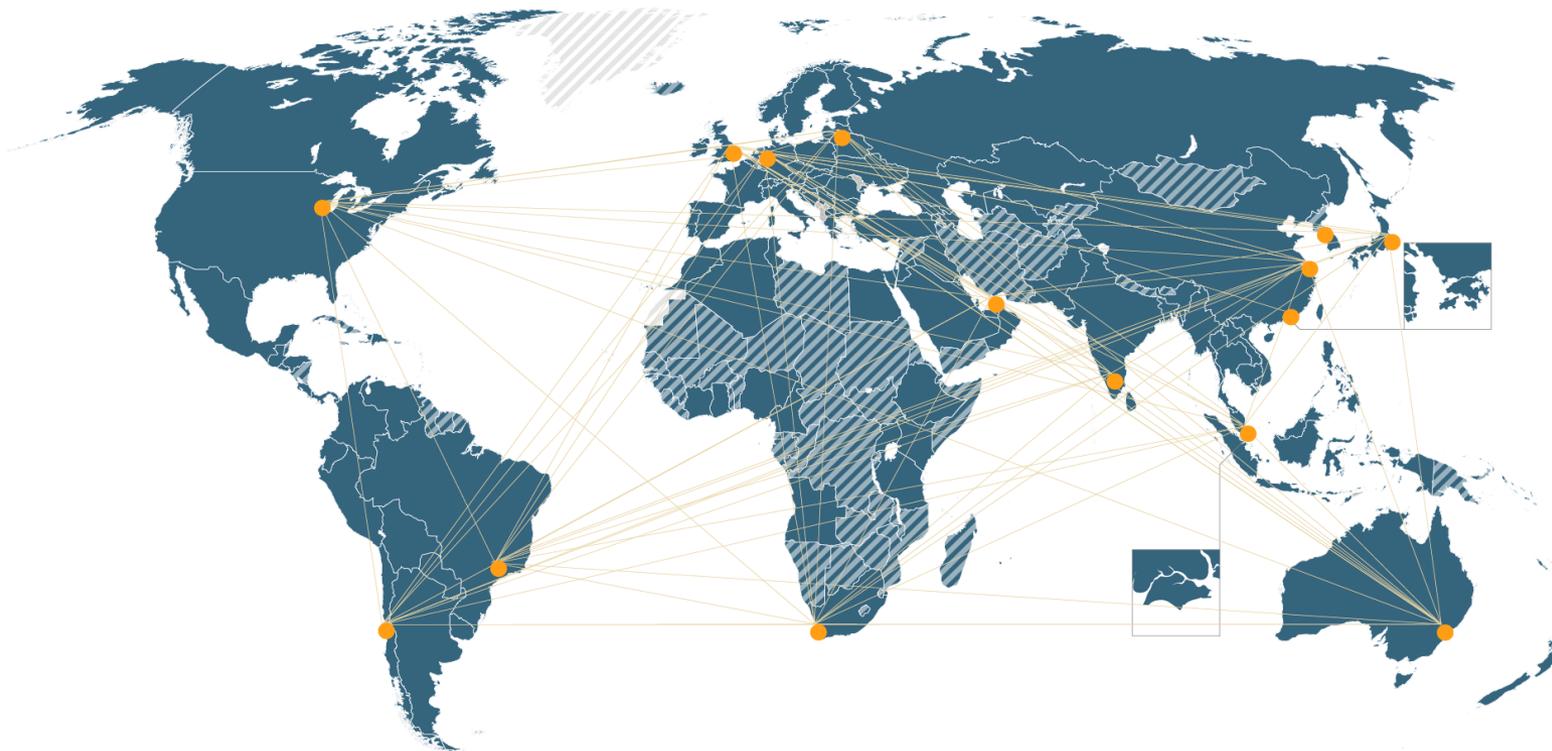
### Nuestra experiencia

- 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



## Euromonitor en el mundo

# Red y cobertura de Euromonitor International



### ● 15 OFICINAS

Londres, Chicago, Singapur, Shanghái, Vilna, Santiago, Dubái, Ciudad del Cabo, Tokio, Sídney, Bangalore, San Pablo, Hong Kong, Seúl, Düsseldorf

### ■ 100 PAÍSES

Análisis en profundidad sobre industrias de consumo y servicios

### ■ + ■ 210 PAÍSES Y TERRITORIOS

información demográfica, macro y socioeconómica sobre consumidores y economías

## INTRODUCCIÓN

# Definiciones claves – legalidad y tipos de bebidas con alcohol



### Alcohol legal

Son todas las bebidas con alcohol que están dentro de la legalidad, cumpliendo con los requisitos legales, sanitarios y fiscales, producidas por fabricantes locales o importadas legalmente con fines comerciales.

Llegan al consumidor a través de canales formales en su mayoría, sin embargo, existen algunas bebidas que llegan ilegalmente al consumidor a través de otros canales informales donde se comercializan bebidas con alcohol de manera clandestina.

### Espirituosas (destilados)

Es el conjunto de whisky, brandy y coñac, gin, vodka, ron, tequila, licores y otras espirituosas.

### Listas para beber (RTDs)

Listas para beber (Ready to Drink) es el conjunto de bebidas alcohólicas de malta, vino, destiladas y otros que son premezcladas con jugos o gaseosas para consumo inmediato. En este estudio RTDs responde a los productos premezclados con espirituosas (destilados)\*.

### Cervezas

Bebida que puede ser con alcohol o sin alcohol, elaborada a partir de cereales malteados fermentados (principalmente cebada), agua y lúpulo. También pueden utilizarse cereales no malteados.\*\* Para efectos de este estudio, sólo se considera la cerveza con contenido de alcohol y que no esté clasificada comercialmente como sin alcohol.

### Sidra / Perry

La sidra es elaborada con jugo de manzana fermentado, mientras que el *perry* se elabora utilizando jugo de pera fermentado.

### Vinos y espumantes y chichas (fermentados)

El conjunto de vinos de uva, espumantes, vinos fortificados, vermut y chichas\*\*.

\*Nota: Los RTDs de fermentados están incluidos en sus respectivas categorías.

\*\*Nota: Para efectos del estudio, vino (el cual incluye, vino, fortificado y vermut) y chicha se contabilizan de manera separada.

\*\*\*Fuente: Codex Alimentario – Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura – FAO.

## INTRODUCCIÓN

# Definiciones claves – tipos de ilegalidad



### Alcohol ilegal

Son todas las bebidas con alcohol, destiladas o fermentadas, que están fuera de la legalidad por adulteración, contrabando de productos terminados o de materia prima, producción no industrial ilegal, evasión de impuestos en la comercialización o porque es alcohol no apto para consumo humano desviado hacia el mercado de bebidas con alcohol.

### Falsificaciones

Alcohol ilegal vendido como marcas legales (sustituto), botellas vacías de productos legítimos resurtidas con alcohol más barato (relleno) o producción ilegal de marcas o de alcohol ilegal sin marca.

### Contrabando de materia prima o producto terminado

Importaciones ilegales de etanol como materia prima e importaciones ilegales de bebidas con alcohol como producto terminado.

### No industrial ilegal

Bebidas con alcohol de elaboración no industrial ilegal producidas con propósitos comerciales. No incluye los volúmenes elaborados para consumo propio (bebidas con alcohol casero).

### Sustitutos

Alcohol elaborado para usos distintos a la ingesta por personas. A modo de ejemplo, el alcohol metílico, farmacéutico, enjuagues bucales y colonias.

### Evasión de impuestos de comercialización

Bebidas con alcohol fabricadas localmente por productores legales, que evaden los impuestos a la comercialización.

Nota: Según las definiciones de Euromonitor, no industrial ilegal se refiere a Artesanal ilegal. Esta definición ha sido adaptada a la realidad chilena dado que artesanal tiene una connotación positiva.





# Metodología diseñada para el proyecto



## Y traspaso de conocimiento

- Sesiones para incluir conocimiento y experiencia de ACECHI, AFLECHI y Vinos de Chile, con el objetivo de comprender la dinámica y evolución de mercados, e instruir a nuestros analistas en campo. Identificar brechas claves de conocimiento a priorizar durante el estudio.
- Conocer el ambiente regulatorio y competitivo de la industria.

## Uso de información pública e interna

- Análisis de categorías utilizando base interna Passport.
- Análisis de importaciones y exportaciones de las categorías en estudio.
- Investigación de datos de producción, manufactura local e impositiva de entidades gubernamentales.
- Información interna con respecto a mercados, producción, importaciones e impositiva la cual fue provista por AFLECHI, ACECHI y Vinos de Chile.

## Entrevistas en profundidad y visitas a tiendas

- Se llevaron a cabo 30 entrevistas con la cadena de distribución y con entidades gubernamentales para:
- Obtener inputs cualitativos y cuantitativos del mercado legal e ilegal.
  - Comprender desafíos en la reducción de la ilegalidad.
  - Evaluar la industria, productos, marcas y canales afectados.
  - Se realizaron 10 visitas a puntos donde se venden bebidas de alcohol ilegal, permitiendo identificar marcas y precios.

## Estimación tamaño de mercado

- Triangulación de todas las fuentes para validar los tamaños del mercado para el último año.
- Tendencias e impulsores de ilegalidad. Información sobre la cadena de suministro y canales de distribución clave.

Nota: La metodología en detalle se especifica en el anexo, desde la página 57 a 60.



## Metodología

## Notas técnicas



Grupos de bebidas con alcohol	Contenido promedio AP %
Vinos y espumantes	12,4%
Chicha	10,0%
Espirituosas	37,3%
Listas para beber (RTDs)	11,6%
Cervezas	5,0%

- **HL:** hectolitros (100 litros) de bebida.
- **HL AP:** hectolitros (100 litros) de alcohol puro (considera el volumen total de bebida con alcohol por el contenido de alcohol puro, según lo indicado en la tabla adjunta). Para la conversión de litros a litros de alcohol puro, se determinan y revisan los porcentajes a utilizar, considerando los diferentes tipos de bebidas y su contenido de alcohol promedio.\*
- **LAP per cápita:** litros de alcohol puro consumidos por persona.
- **LAP per cápita mayores de 15 años:** litros de alcohol puro consumidos medidos sobre la población de mayores de 15 años.\*\*

- Las cifras del mercado legal utilizadas para efectos de medición, provienen de datos elaborados de base de datos interna *Passport*, triangulados con la entrevistas con la industria. Se utiliza la metodología de consumo aparente.
- Los volúmenes estimados de bebidas con alcohol ilegales se clasifican según la etapa en la cadena de suministro en la que se convierten en ilegales (para evitar el doble conteo).
- Para investigar los mercados ilegales, Euromonitor International estima el tamaño de las categorías a través de varios métodos con base a cifras y supuestos provenientes de diferentes fuentes. En algunos mercados, la disponibilidad de información confiable es limitada, por lo que las estimaciones se basan en una cantidad menor de fuentes.
- Se deben considerar las limitaciones metodológicas y de fuentes disponibles para investigar mercados ilegales. La metodología diseñada y aplicada por Euromonitor Internacional es utilizada en más de 40 países a nivel mundial con instituciones, gremios y corporaciones, y permite analizar el mercado de una manera sustentable y comparable.

\*Nota: Para determinar el contenido promedio de alcohol puro para Vinos y espumantes, y para RTDs, se llevó a cabo una muestra del mercado (no estadísticamente representativa), determinándose un grado alcohólico de 12,4434% y 11,5105% respectivamente. La cifra para Vinos y espumantes fue validada por ODEPA.

\*\*Nota: La medición de LAP per cápita calculado sobre población de mayores de 15 años es un estándar de comparación mundial utilizado por la OMS

## Diferencia en el alcance de las definiciones de OMS y Euromonitor



- La OMS clasifica el alcohol en dos categorías: **registrado** y **no registrado**. Según sus definiciones, "el alcohol no registrado se refiere al alcohol que no ha sido gravado y está fuera del sistema usual de control gubernamental, porque se produce, distribuye y vende fuera de los canales formales". Sin embargo, el alcohol no registrado incluye el **alcohol de elaboración casera** (considerado legal en algunos países\*\*) que se puede preparar para el consumo privado y **no para comercialización**.
- Euromonitor International se centra exclusivamente en el **alcohol legal e ilegal** (ver definiciones) distribuido a través de canales formales e informales. A diferencia de la OMS, Euromonitor **excluye** bebidas robadas que luego son revendidas y bebidas hechas para el consumo propio, sin fines comerciales.



\*OMS. Informe Mundial de Situación sobre Alcohol y Salud. 2016.

Canal informal: se refiere al punto de venta no registrado y sin licencia, que no cobra/paga impuestos, es decir, ventas ambulantes, puestos de mercado abierto, etc. Canal formal: es el conjunto de mayoristas registrados y licenciados y minoristas que recolectan/pagan impuestos, es decir, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia, tiendas de bebidas con alcohol, pequeñas tiendas de abarrotes, etc.

\*\* Para el caso específico de Chile, la elaboración casera para autoconsumo es admitida y no se incluye dentro de los parámetros del estudio, ya que se trata de un volumen casi inexistente y no identificado a través de entrevistas con la cadena de distribución, por lo que se considera irrelevante.

## INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

### **RESUMEN EJECUTIVO**

#### ANÁLISIS DEL MERCADO LEGAL

#### ANÁLISIS DEL MERCADO ILEGAL Y SUS CATEGORÍAS

- Falsificaciones
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impuestos de comercialización

#### ANÁLISIS DEL MERCADO TOTAL



**Resumen del consumo legal e ilegal**

En Chile predomina el consumo de bebidas con alcohol legal; el ilegal no alcanza al 1% en participación volumétrica



Mercado	Volumen HL 2018	Participación del mercado total	Consumo per cápita bebida con alcohol (población total)*
Legal	12.765.297,0	99,41%	68,076 litros
Ilegal	76.250,8	0,59%	0,407 litros
<b>Total</b>	<b>12.841.547,8</b>	<b>100,00%</b>	<b>68,483 litros</b>

Mercado	Volumen HL AP 2018	Participación del mercado total	Consumo per cápita litros de alcohol puro (población sobre 15 años)**
Legal	1.021.947,7	99,31%	6,788 LAP
Ilegal	7.075,7	0,69%	0,047 LAP
<b>Total</b>	<b>1.029.023,4</b>	<b>100,00%</b>	<b>6,835 LAP</b>

\*Nota 1: Población total año 2018: 18.751.405 habitantes.

\*\*Nota 2: Población sobre 15 años, año 2018: 15.055.265 habitantes.

Fuente: Estimaciones y proyecciones de la población de Chile 1992-2050 total país - Instituto Nacional de Estadísticas, actualización 2017.

**Resumen del consumo legal e ilegal**

Más del 99% del consumo de bebidas con alcohol, medido sobre población de mayores de 15 años, es legal (6,79 LAP)

**Estimaciones de mercado legal por tipo de bebida con alcohol**

Tipo de bebida con alcohol	Total bebida con alcohol - HL	Total bebida con alcohol – HL AP	Participación de mercado alcohol legal – HL AP	LAP per cápita (>15)
Cerveza	9.351.840,2	467.592,0	45,75%	3,11
Espirituosas	531.654,4	198.385,1	19,41%	1,32
RTDs	175.114,4	20.257,7	1,98%	0,13
Vino	2.690.911,8	334.840,9	32,76%	2,22
Chicha	4.015,9	401,6	0,04%	0,003
Sidra	11.760,3	470,4	0,05%	0,003
<b>Total</b>	<b>12.765.297,0</b>	<b>1.021.947,7</b>	<b>100,00%</b>	<b>6,79</b>

**Estimaciones de mercado ilegal por tipo de bebida con alcohol**

Tipo de bebida con alcohol	Total bebida con alcohol - HL	Total bebida con alcohol – HL AP	Participación de mercado alcohol ilegal – HL AP	LAP per cápita (>15)
Cerveza	61.203,2	3.060,2	43,25%	0,020
Espirituosas + RTDs	10.122,4	3.468,1	49,01%	0,023
Vino	2.248,0	279,7	3,95%	0,002
Chicha	2.677,2	267,7	3,78%	0,002
<b>Total</b>	<b>76.250,8</b>	<b>7.075,7</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,047 ≈ 0,05</b>

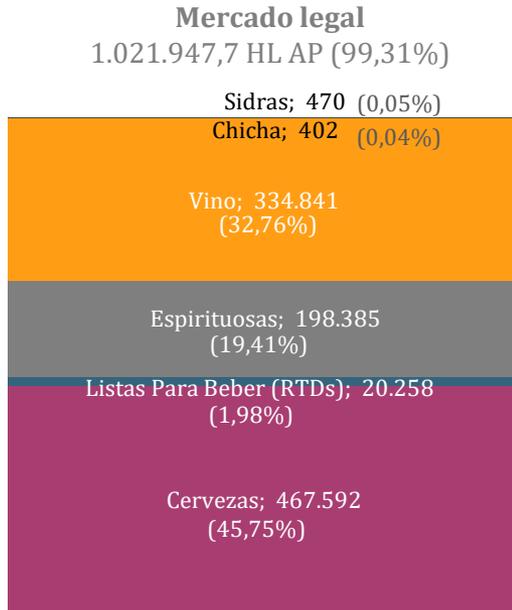
Nota: Población sobre 15 años, año 2018: 15.055.265 habitantes.

## Composición mercado legal versus ilegal

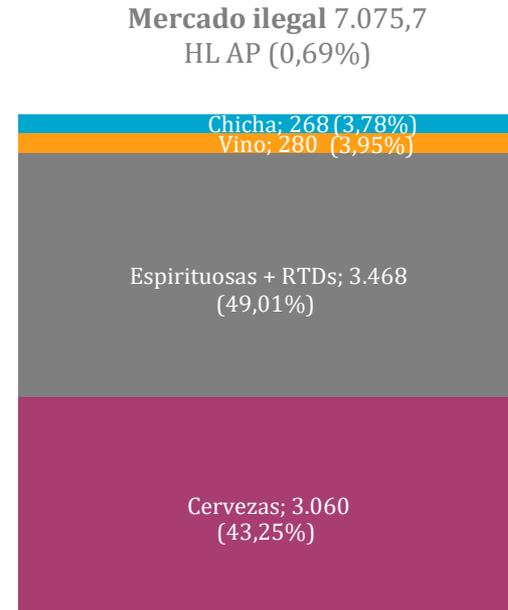
La composición del mercado ilegal cambia sustancialmente vs el legal en términos de AP; Espirituosas + RTDs son las más afectadas



Composición mercado legal – HL AP



Composición mercado ilegal – HL AP



A diferencia del mercado legal, en el mercado ilegal existen dos características claves:

- **Vino** tiene una participación menor debido a la formalización de la producción de vino, dada la importancia que tiene como producto de exportación.
- **Espirituosas** son el principal tipo de bebidas con alcohol que se consumen ilegalmente al ser más atractivas al consumidor ya que se venden a precios 30% más bajos que las marcas legales.



## Comparación de cifras con la OMS

Se identifican diferencias con lo que registra la OMS, principalmente por diferencias metodológicas y alcance entre fuentes



### OMS consumo de alcohol per cápita en LAP (2015)\*



### EMI consumo de alcohol per cápita en LAP (2018)



- Según definiciones de la OMS, “el alcohol no registrado”, estimado en 1,4 LAP para el 2015, se refiere al alcohol que no está siendo gravado y está fuera del sistema usual de control gubernamental, porque se produce, distribuye y vende fuera de los “canales formales”.
- Las cifras de Euromonitor para el **2015** son: **6,26 legal; 0,07 ilegal; total 6,33.**

\*Nota: El último dato disponible de la estimación de la OMS corresponde al 2015, por lo que el número per cápita es sobre la población de ese año y no sobre la del 2018.

Nota: Consumo per cápita se calcula en base a la población mayor de 15 años la cual totalizó 15.055.265 en el 2018.



## Impulsores y barreras del mercado legal e ilegal

El mercado legal ha sido impulsado por cambios en los hábitos del consumidor, mientras que el ilegal ralentizado por mayor control



### Factores que impulsaron el consumo en el mercado legal

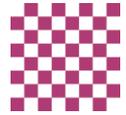
- El **aumento de ingresos y una mejora económica** desarrollaron un consumidor más *gourmet* dispuesto a invertir en productos más premium. A modo de ejemplo, esto impactó en el aumento de consumo de cervezas artesanales, incluidas en dicho segmento.
- En línea con las tendencias globales, el consumidor en Chile ha ido cambiando sus hábitos de consumo por bebidas con alcohol que contengan un bajo aporte calórico como los espumantes.
- La industria se abrió hacia nuevos productos, como por ejemplo, **las cervezas artesanales (craft) y RTDs de pisco**, los que apuntaron a consumidores más sofisticados y *gourmet*.
- Las espirituosas, han mostrado ligera recuperación tras una contracción en su consumo, impulsado por **consumidores que buscan nuevos sabores a través de la mixología**.

### Factores que han ayudado a la disminución del mercado ilegal

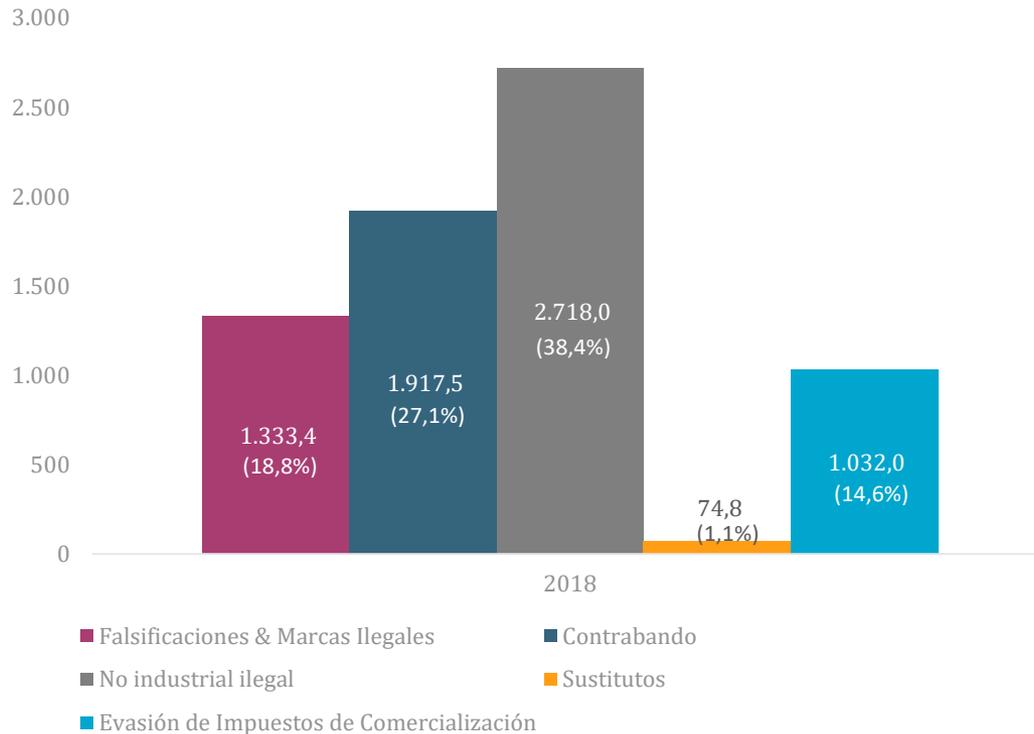
- Se han **intensificado controles en zonas de riesgo aduanero**, aplicando algoritmos de “Modelo de riesgo” sobre los embarques que llegan del extranjero. El algoritmo utiliza variables tales como costos, fletes, rutas, país de origen, tránsito, consignatario, peso, tipo de bulto, entre otros.
- **Aduanas tiene mayores atribuciones para fiscalizar y aplicar multas**, ya que ha adquirido un rol que resguarda la Salud Pública.
- **Las condenas a falsificación de bebidas con alcohol se han intensificado** por parte de las autoridades. En caso de condena se puede llegar a aplicar la pena máxima de 251 mil UTM.
- La **formalización de pequeños productores de cervezas artesanales**, los cuales han entrado al marco legal. Además, según fuentes de la industria, el número de productores de cerveza no industrial ilegal ha disminuido levemente; productores han identificado que el negocio es más complejo que lo asumido inicialmente, desincentivando así la participación en el mismo.

## Categorías que componen el mercado ilegal

El mercado ilegal en términos de A.P. totalizó 7.076 hectolitros, Falsificaciones más Contrabando representan el 46%



Composición del mercado ilegal en HL AP por categoría de ilegalidad - 2018



En 2018, el mercado ilegal de bebidas con alcohol en términos de HL AP estuvo compuesto de la siguiente manera:

- La elaboración de bebidas con alcohol de carácter **No industrial ilegal** fue el segmento más importante del mercado ilegal representando un 38,4%, donde la mayoría corresponde a micro cervecerías caseras que han proliferado en los últimos años.
- El **Contrabando** y la **Falsificación** de bebidas con alcohol representaron conjuntamente un 46% del mercado ilegal. Considerando ambas categorías, el 99,8% corresponde a Espirituosas más RTDs, y el 0,2% restante a fermentados.
- La **Evasión de impuestos de comercialización** representó un 14,6% del mercado ilegal, proveniente en su mayoría de pequeños productores de cerveza, quienes incurren en evasiones impositivas por no actuar en el marco de la legalidad.

Nota: AP se refiere a alcohol puro.

**Insights del mercado ilegal de bebidas con alcohol****El mercado ilegal se mantiene en niveles mínimos; No Industrial Ilegal representa la mayor participación con un 38%**

- 1** El mercado de bebidas con alcohol ilegal representa en términos de alcohol puro 0,69% del mercado total

En comparación con otros países de la región, Chile mantiene bajos niveles de ilegalidad\*. Esto se ha debido al aumento de los controles fronterizos, a las altas condenas asociadas a las falsificaciones y a los aumentos en el control en los procesos de producción y comercialización desincentivando la actividad ilegal a través de la cadena de distribución.
- 2** No industrial ilegal representa un 38% dentro de las categorías de ilegalidad debido a la proliferación de micro cerveceros que no cuentan con los permisos de comercialización ni elaboración

La elaboración de cerveza artesanal ha reconfigurado el mercado chileno en los últimos años, debido a su fácil elaboración casera. Aquellos productores que actúan en el marco de la ilegalidad, han impactado en mercado ilegal.
- 3** Las bebidas con alcohol fermentadas (cervezas) continúan predominando en el mercado ilegal

En la medida que los micro cerveceros se vayan formalizando, obteniendo patentes e iniciando actividades en el marco de la Ley de Alcoholes\*, esta categoría de ilegalidad debiese ir disminuyendo su representatividad dentro de las categorías de ilegalidad.
- 4** El canal *online* se ha desarrollado en la venta de bebidas con alcohol ilegal. Se han identificado bebidas fabricadas con instalaciones de carácter industrial y rellenos

El canal *online* se está utilizando para comercializar bebidas ilegales. En canales de venta B2C y P2P, se ha identificado comercialización de bebidas con alcohol ilegales. Para combatir este tipo de venta se han desarrollado modelos de protección de marca, la cual identifica alcohol no legal a través de denuncias realizadas por consumidores o representantes de marcas exclusivas.

Nota 1: La comparación regional se encuentra en detalle en la diapositiva 25.

Nota 2: Ley de alcoholes 18455, la cual fija normas sobre producción, elaboración y comercialización de alcoholes etílicos, bebidas alcohólicas y vinagres.

Nota 3: B2C se refiere a ventas del comercio al consumidor (Business to Consumer), y P2P se refiere a venta entre consumidores (Peer to Peer).

**Conclusiones y recomendaciones**



# Las medidas para disminuir aún más el mercado ilegal están relacionadas con la fiscalización y control

Recomendaciones

<p><b>No industrial ilegal</b></p>	<p>La producción no industrial está siendo impulsada por la elaboración de cerveza por parte de las micro empresas. Muchas, al no llegar a los volúmenes para ser rentables o por poca información, siguen actuando de manera ilegal.</p>	<p>Capacitar a las municipalidades para la entrega de información disponible relacionada a patentes de producción y de permisos relacionados a la elaboración de cerveza y así satisfacer las consultas de nuevos emprendedores</p>
<p><b>Fiscalización y control canal <i>on trade</i></b></p>	<p>Las falsificaciones y contrabando son más propensos a ser comercializados en el canal <i>on trade</i>, debido a los altos márgenes que estos representan para el distribuidor, como para el receptor de bebidas con alcohol, ya sean adulteradas o contrabandeadas.</p>	<p>Aumentar la fiscalización en canales <i>on trade</i>, se deben realizar esfuerzos conjuntos entre privados y entidades gubernamentales para así detectar bebidas con alcohol falsificadas, adulteras o de contrabando.</p>
<p><b>Fiscalización y educación en el consumo de alcohol</b></p>	<p>El consumo de alcohol ilegal está relacionado con la escasa noción que tiene el consumidor sobre el daño que causa. Las bebidas elaboradas en instalaciones de carácter industrial (pelacables) a pesar de utilizar alcohol apto para el consumo, pueden causar daños a la salud.</p>	<p>Generar campañas de consumo responsable dentro del segmento socioeconómico medio-bajo, el que tiene mayor acceso a bebidas de bajo precio (pelacables) e informar sobre los posibles daños que este puede causar.</p>
<p><b>Control sobre nuevos canales en desarrollo (<i>online</i>)</b></p>	<p>El canal <i>online</i> es emergente en cuanto a la compra y venta de bebidas con alcohol. Estas pueden pertenecer al legal o no. Se han llevado a cabo esfuerzos conjuntos entre representantes de marcas y canales de venta para identificar bebidas con alcohol ilegal y así sacarlos de circulación.</p>	<p>Reforzar relaciones de prevención con los canales de venta <i>online</i>. Se debe educar al consumidor en cuanto la prevención en el consumo de bebidas con alcohol ilegal.</p>



INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

RESUMEN EJECUTIVO

**ANÁLISIS DEL MERCADO LEGAL**

ANÁLISIS DEL MERCADO ILEGAL Y SUS CATEGORÍAS

- Falsificaciones
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impuestos de comercialización

ANÁLISIS DEL MERCADO TOTAL



**Consumo mercado legal**

En Chile se consumen 68 litros anuales per cápita de bebidas con alcohol; la mayor parte corresponde a bebidas de baja graduación alcohólica



Tipo de bebida con alcohol	Total bebida con alcohol - HL	Total bebida con alcohol – HL AP	Participación de mercado alcohol legal – HL AP	LAP per cápita (>15)
Cerveza	9.351.840,2	467.592,0	45,75%	3,11
Vino	2.690.911,8	334.840,9	32,76%	2,22
Espirituosas	531.654,4	198.385,1	19,41%	1,32
RTDs	175.114,4	20.257,7	1,98%	0,13
Sidra	11.760,3	470,4	0,05%	0,003
Chicha	4.015,9	401,6	0,04%	0,003
<b>Total</b>	<b>12.765.297,0</b>	<b>1.021.947,7</b>	<b>100,00%</b>	<b>6,79</b>

Nota: Consumo per cápita se calcula en base a la población mayor de 15 años la cual totaliza 15.055.265 en el 2018.

Fuente: Estimaciones y proyecciones de la población de Chile 1992-2050 total país - Instituto Nacional de Estadísticas.

## Principales impulsores del mercado legal

# Cambios en los hábitos de consumo impulsaron el desarrollo de los canales de distribución ampliando lugares y ocasiones de consumo



1

### La industria diversifica productos y satisface a consumidores más sofisticados

Los principales productores y distribuidores de bebidas con alcohol han desarrollado la oferta con tal de satisfacer a un consumidor más sofisticado ofertando más productos *premium* o *gourmet* impulsando el mercado chileno.

2

### La cerveza artesanal o *craft* ha crecido rápidamente en el mercado chileno gracias a la búsqueda de productos diferenciadores

Para satisfacer la creciente demanda, tanto los productores de cervezas artesanales como de vino han elaborado productos innovadores y atractivos. Han ampliado las ocasiones y lugares de consumo, como por ejemplo clubes de amantes del vino y bares especializados en cerveza.

3

### La dinámica en el consumo por tipo de espirituosas cambia rápidamente acorde a tendencias y modas en el consumo

El whisky y pisco continúan liderando por su popularidad y diversidad en su consumo. Otras espirituosas han impulsado la demanda como el gin. Sin embargo, el ron, tras años de alta demanda, disminuyó su participación debido a cambios de preferencia en el consumo.

4

### Espumantes y licores impulsan la demanda como resultado de nuevas tendencias de consumo, en especial en el segmento femenino

El consumo de espumante ha aumentado y se espera que siga creciendo a doble dígito. Estos se han visto impulsados gracias a campañas que muestran opciones de *spritz* u otras formas de consumo.

**Consumo total mercado legal en HL**

En términos de volumen la cerveza es la bebida con alcohol de mayor consumo, representando el 73,3%



Tipo de bebida con alcohol	HL	Participación
Cerveza	9.351.840,2	73,26%
Vino	2.690.911,8	21,08%
Espirituosas	531.654,4	4,16%
RTDs	175.114,4	1,37%
Sidra	11.760,3	0,09%
Chicha	4.015,9	0,03%
<b>Total</b>	<b>12.765.297,0</b>	<b>100,00%</b>

- El consumo de cerveza es elevado dado su bajo contenido de graduación alcohólica, y ser considerado una bebida con una amplia gama de productos, variedades y precios, lo cual la convierte en una bebida con alcohol asequible para el consumidor.
- El vino y espumantes son las segundas bebidas con alcohol en términos de consumo, representando el 21,1%. El desarrollo de una amplia variedad de productos, no solo en vinos, sino que también en espumantes, ha ido capturando ocasiones de consumo que históricamente se atribuía a las espirituosas. El consumidor se ha ido formando una cultura de vino y espumante y, en especial el vino dado que se asocia con beneficios para la salud.
- Los RTDs a pesar de representar 1,4% y ser la categoría de menor volumen se han dinamizado en el mercado, ampliando su oferta.
- Finalmente, se observa que las bebidas con alcohol que poseen menor graduación alcohólica, como la cerveza, vinos y espumantes, sidras, chicha y RTDs representan el 95,8% del total del volumen comercializado en el 2018.

Fuente: Passport, edición 2019 Euromonitor, triangulados con la información de la industria.

**Consumo total mercado legal en HL AP**

Dado que se están prefiriendo bebidas con menos alcohol, la cerveza y vino se mantienen dentro de las más consumidos



Tipo de bebida con alcohol	HL	Participación
Cerveza	467.592,0	45,75%
Vino	334.840,9	32,76%
Espirituosas	198.385,1	19,41%
RTDs	20.257,7	1,98%
Sidra	470,4	0,05%
Chicha	401,6	0,04%
<b>Total</b>	<b>1.021.947,7</b>	<b>100,00%</b>

- Esto implica que las preferencias de consumo apuntan claramente a bebidas que tienen menor graduación alcohólica.
- Si bien los RTDs representan menos de un 2% en términos de alcohol puro y 1,37% en volumen (HL) se espera que estos vayan aumentando su participación dado que son considerados como bebidas con alcohol atractivas en cuanto a variedades y que ofrecen diversas instancias de consumo.

Fuente: Passport, edición 2019 Euromonitor, triangulados con la información de la industria.

Nota: Ciertas diferencias de consumo en AP, pueden originarse por las diferencias en las graduaciones alcohólicas de las bebidas con alcohol.

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

RESUMEN EJECUTIVO

ANÁLISIS DEL MERCADO LEGAL

**ANÁLISIS DEL MERCADO ILEGAL Y SUS CATEGORÍAS**

- Falsificaciones
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impuestos de comercialización

ANÁLISIS DEL MERCADO TOTAL



**Consumo mercado ilegal**

En Chile se consumen 0,05 litros de alcohol puro per cápita lo que proviene de 0,51 litros anuales de bebidas con alcohol ilegal



Tipo de bebida con alcohol	Total bebida con alcohol - HL	Total bebida con alcohol – HL AP	Participación de mercado alcohol ilegal – HL AP	LAP per cápita (>15)
Cerveza	61.203,2	3.060,2	43,25%	0,020
Espirituosas + RTDs	10.122,4	3.468,1	49,01%	0,023
Vino	2.248,0	279,7	3,95%	0,002
Chicha	2.677,2	267,7	3,78%	0,002
<b>Total</b>	<b>76.250,8</b>	<b>7.075,7</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,047 ≈ 0,05</b>

Nota: Consumo per cápita se calcula en base a la población mayor de 15 años la cual totaliza 15.055.265 en el 2018.

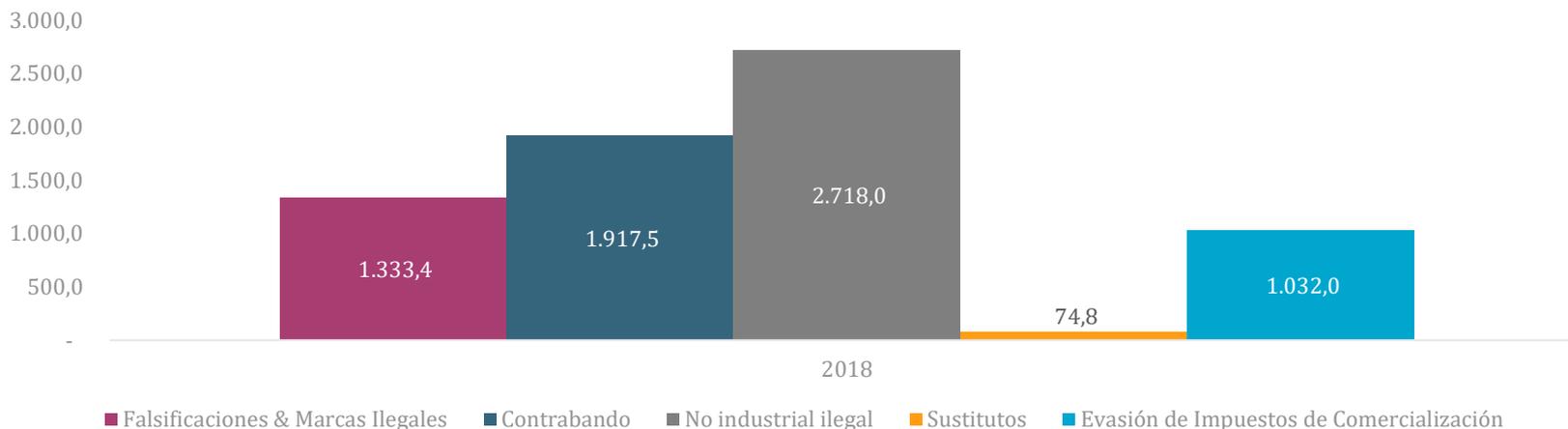
Fuente: Estimaciones y proyecciones de la población de Chile 1992-2050 total país - Instituto Nacional de Estadísticas.

## Evolución del mercado legal de bebidas con alcohol

# El mercado ilegal en HL AP disminuyó un 32% en los últimos 3 años, principalmente por la Reducción en la Evasión de Impuestos



Composición del mercado ilegal en HL AP por categoría de ilegalidad - 2018



Falsificaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las falsificaciones representan un 19%, esto principalmente por el desincentivo que existe dado que la fiscalización y las condenas se han intensificado por parte de las autoridades. Estas pueden llegar a los 251 mil UTM (aprox. CLP 12 mil millones) como condena máxima, debido a que es considerado un crimen que atenta contra la salud pública*.</li> </ul>
Contrabando	<ul style="list-style-type: none"> <li>El contrabando aún es bajo en Chile, sin embargo este se ha visto beneficiado por 3 efectos con los cuales está directamente relacionado; (i) alza impositiva a las bebidas con alcohol, (ii) aumento en las penas a la falsificación, provocando un <i>trade off</i> con contrabando, y (iii) aumento en el contrabando de tabaco, ya que está directamente relacionado con otros productos susceptibles a ser contrabandeados como el alcohol.</li> </ul>
Evasión de impuestos de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esta categoría de ilegalidad es la cuarta en términos de volumen, esto se debe principalmente a un mayor control en los procesos de producción, comercialización y la formalización de productores de cerveza artesanal.</li> </ul>

Nota: Tras la reforma tributaria en el 2014, la cual comenzó a regir desde el 1 de octubre de ese mismo año; el gravamen *ad valorem* de vinos y cervezas aumentó de 15% a 20,5% y el de los espirituosos de 27% a 31,5%.

\*Fuente: Instituto Nacional de Propiedad Intelectual – INAPI, Gobierno de Chile. Valor UTM a octubre 2019; CLP 49.229

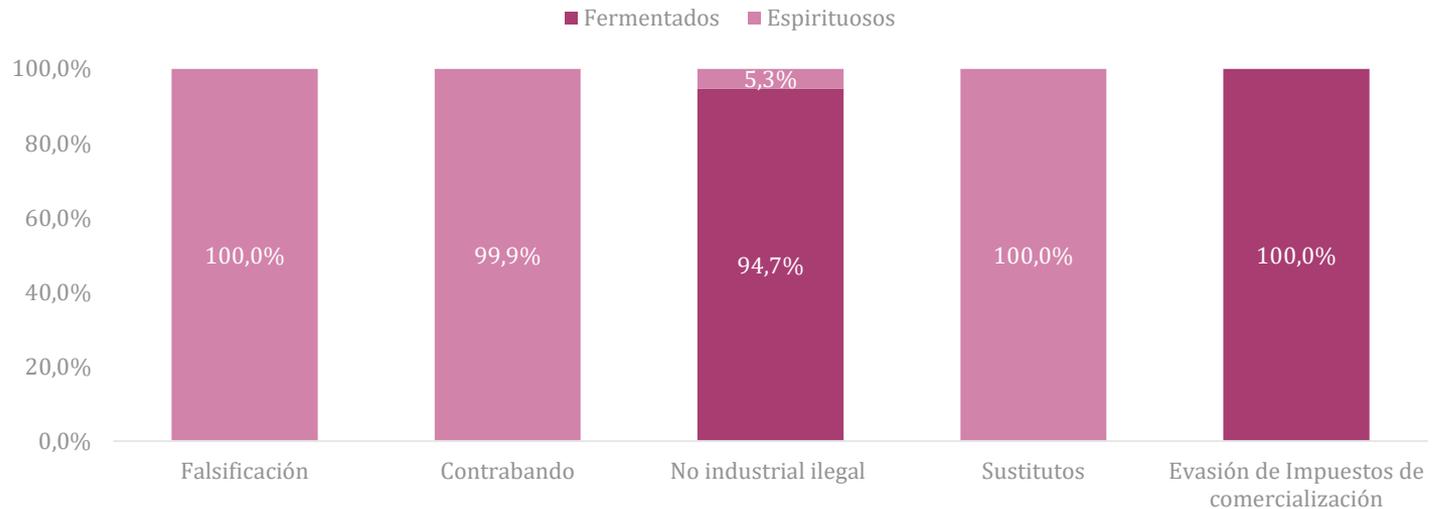


## Comparación por tipo de ilegalidad y bebida con alcohol



Las Espirituosas son las bebidas con mayor presencia en las categorías de ilegalidad, no obstante, medidos en AP son menores

Mercado de bebidas alcohólicas ilegales por tipo de bebidas, 2018 (HL AP)



<b>Espirituosas + RTDs</b> <b>3.468,1 HL AP</b> <b>(49%)</b>	Whisky, ron, vodka, pisco y otros licores.	Whisky, ron, vodka, pisco (RTDs).	Pisco	“Pájaro verde”	/
	1.333,4 HL AP	1.916,4 HL AP	143,5 HL AP	74,8 HL AP	
<b>Fermentados</b> <b>3.607,6 HL AP</b> <b>(51%)</b>	/	Cerveza importada	Cerveza, chicha y vino	/	Cerveza
		1,1 HL AP	2.574,5 HL AP		1.032,0 HL AP

Fuente: Entrevistas con la cadena de distribución, agosto 2019, Euromonitor International.

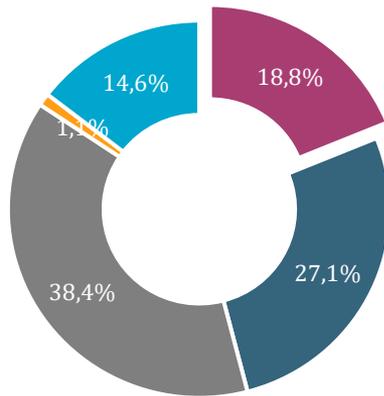


**Mercado ilegal: falsificación**

La falsificación es hoy, en volúmenes, la tercera categoría de ilegalidad, y ha disminuido en los últimos 3 años



Tamaño de Mercado Ilegal en Chile  
HL LAP



- Falsificación
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impto.

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL)

**3.509,1**

Participación en volumen  
2018 (AP)

**18,8%**

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL AP)\*

**1.333,4**

Participación espírituosos  
2018 (AP)

**100,0%**

- La falsificación totalizó **3.509,1** HL con un equivalente a **1.333,4** HL AP. El 49% de las bebidas son elaboradas en instalaciones de carácter industrial, dentro del cual resalta el aguardiente (posiblemente como pisco) seguido del ron. El 51% restante son consideradas rellenos, o sea, botellas que tienen en su interior un contenido distinto al que se relaciona con su envase y marca.
- Para la categoría de relleno, no es posible identificar los contenidos de bebidas con alcohol, ya que en el 2018 no se registraron solicitudes de análisis de laboratorio de Carabineros (LABOCAR) o el ISP, por lo que no se pudo determinar si son bebidas de menor valor u otro tipo de bebidas con alcohol.

Nota: Los grados de alcohol puro para las falsificaciones se registra en 38°, ya que involucra solamente espírituosas.



**Variables relacionadas a la falsificación**

# El whisky y el vodka son las bebidas con alcohol más falsificadas y atractivas para ser comercializadas en el canal *on trade*

**Bebidas y marcas**

Las bebidas falsificadas más afectadas son whisky y vodka, en especial Johnnie Walker y Vodka Finlandia debido a su popularidad y precio. El ron y pisco, en cambio, son bebidas con alcohol que se están produciendo en instalaciones de carácter industrial, más conocidos como pelacables, y no tienen una marca conocida asociada y son comercializados a un bajo precio (CLP 1.000 el litro aproximadamente).

**Lugares y/o ocasión**

El *on trade* sigue siendo el canal con mayor susceptibilidad, en especial por la baja fiscalización a la que están sometidos los locales nocturnos. Las producciones en instalaciones de carácter industrial se concentran en la región Metropolitana, Valparaíso y Concepción, ya que se caracterizan por ser ciudades universitarias y con vida nocturna intensa.

**Motivadores e impulsores**

Los principales impulsores son los márgenes de ganancia para el distribuidor o productor en el caso de producción en instalaciones de carácter industrial. Aquellos productos comercializados en el canal *on trade*, son el principal impulsor de la venta de productos falsificados.

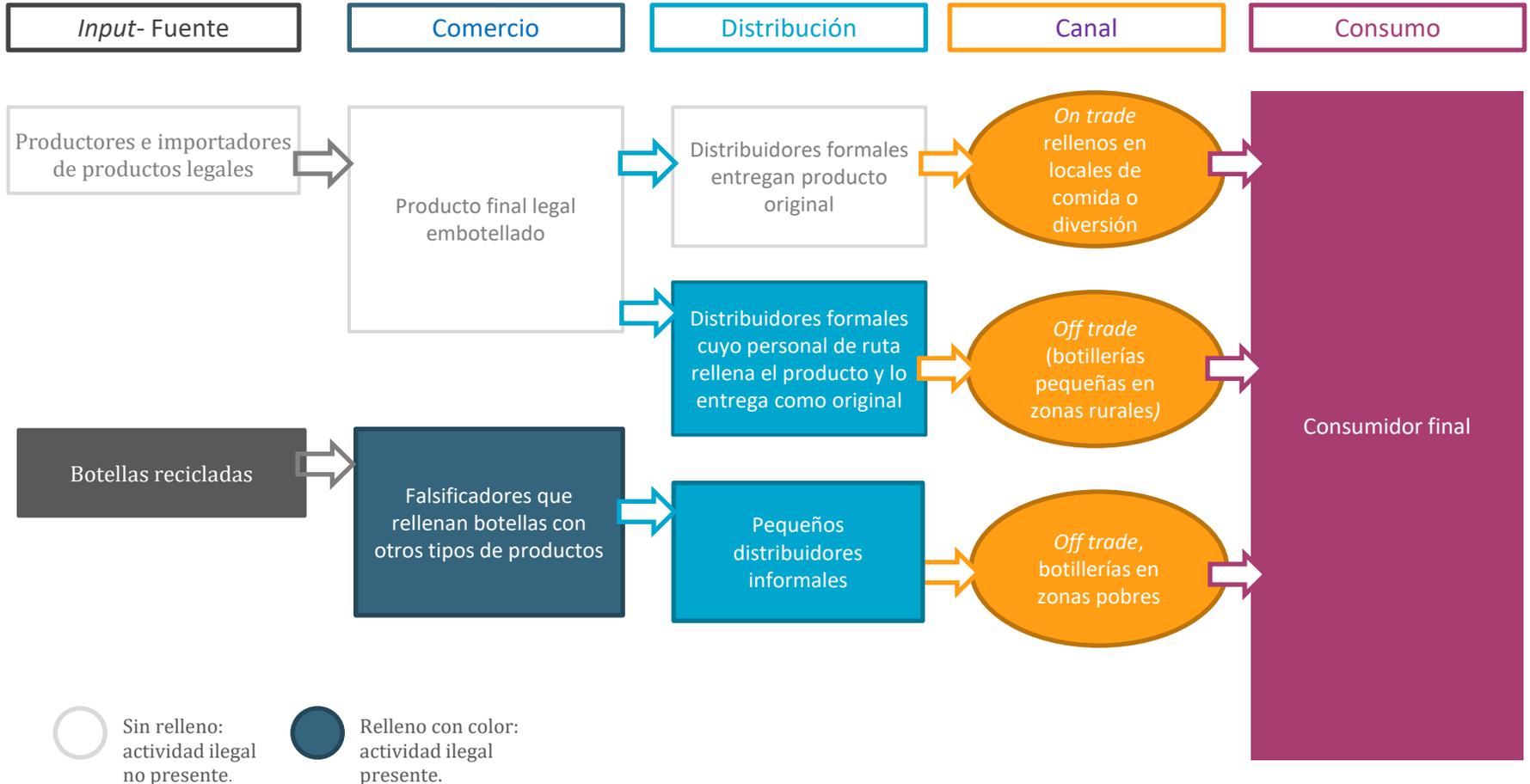
**Efectos**

Los principales efectos asociados son aquellos que atentan contra la salud pública. En segundo lugar se encuentra la pérdida fiscal.

Fuente: Entrevistas con la cadena de distribución, agosto 2019, Euromonitor International.

## Cadena de distribución de la falsificación

# La falsificación puede ocurrir en los últimos eslabones de la cadena de distribución

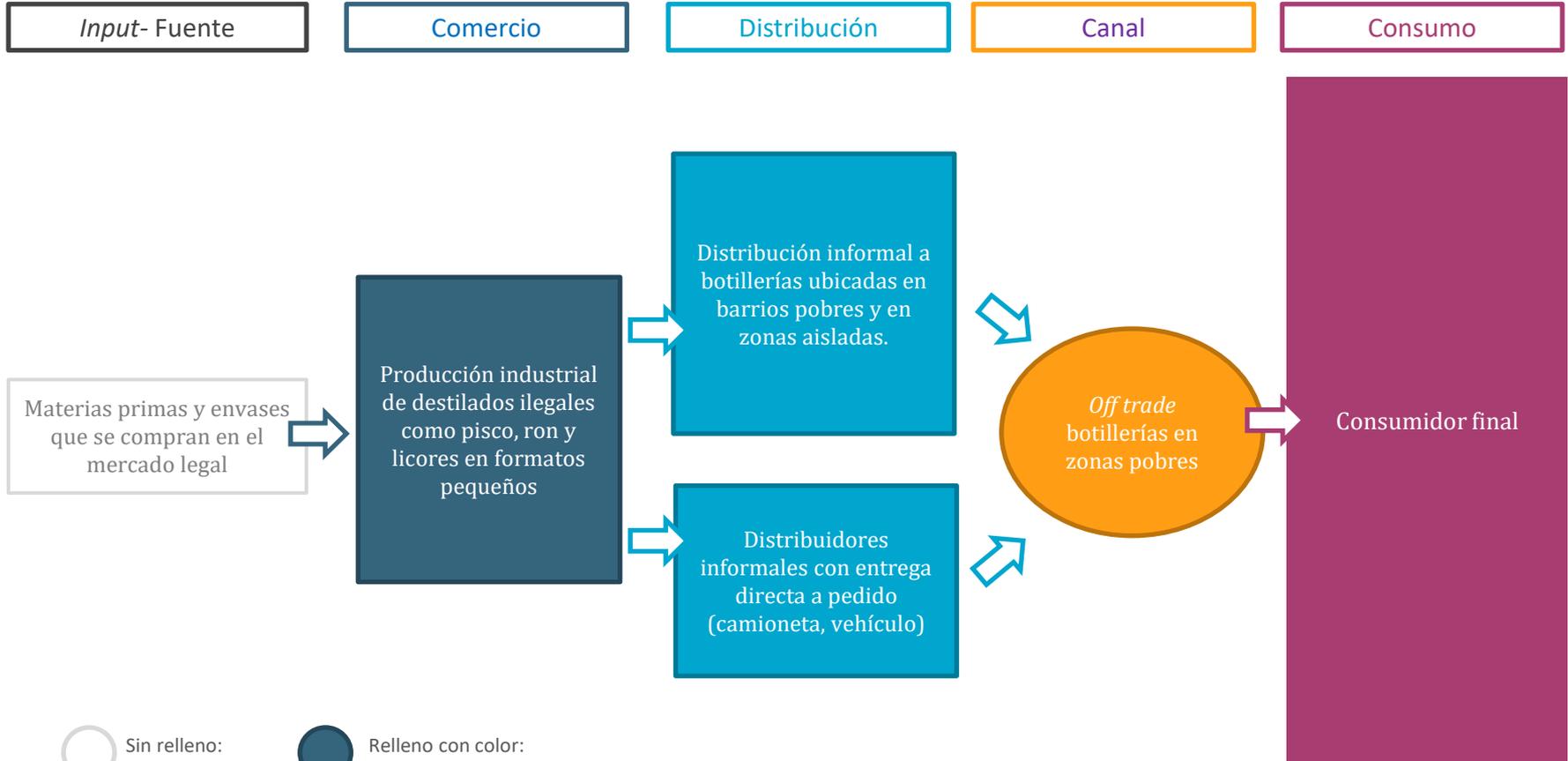


Nota: según fuentes consultadas la cadena de distribución no ha sufrido modificaciones en los últimos 3 años.

Es importante tener en cuenta que la categoría rellenos, dentro de falsificaciones, incluye el relleno que se realiza sobre el consumo en el local cuando se cambia el producto ofrecido por otro más económico, o de calidad inferior (en el canal *on trade*).

## Cadena de distribución de la falsificación

La producción de corte industrial se enfoca en espirituosas como pisco, ron y otros licores populares



Nota: Según fuentes consultadas la cadena de distribución no ha sufrido modificaciones en los últimos 3 años.

*“Ambos delitos, falsificación y contrabando, atentan contra la recaudación fiscal, no obstante, la falsificación es más grave dado que es un problema de Salud Pública. No se sabe bien quién lo elaboró y cómo”.*

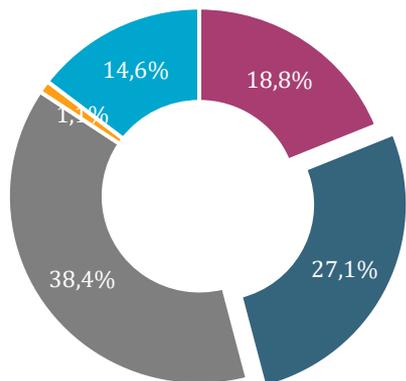
Aduanas

## Mercado ilegal: contrabando

El contrabando en volumen crece dentro de las categorías de ilegalidad más importantes, por lo que requiere mayor fiscalización



Tamaño de Mercado Ilegal en Chile  
HL LAP



■ Falsificación   ■ Contrabando   ■ No industrial ilegal  
■ Sustitutos   ■ Evasión de impto.

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL)

6.164,2

Participación en volumen  
2018 (AP)

27,1%

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL AP)

1.917,5

Participación destilados  
2018 (AP)

99,9%

- En el **2018**, el contrabando fue la segunda categoría de mayor relevancia en valor en el mercado ilegal chileno totalizando **6.164,1 HL**, equivalente en **1.917,5 HL AP**.
- La totalidad del contrabando corresponde a productos originales que ingresan de manera ilegal al país, la vía terrestre y marítima son las predilectas por los contrabandistas.
- Según fuentes consultadas no hay evidencias de contrabando de etanol en Chile, sin embargo, sí se encontraron indicios de contrabando de cerveza importada proveniente de México por vía marítima (22 HL equivalente a 1,1 HL AP).

Nota: Los grados de alcohol puro para el contrabando se registra en 31%, ya que considera espirituosas + RTDs y fermentados.



## Variables relacionadas al contrabando

# El whisky sigue dentro de las bebidas espirituosas con mayor riesgo de ser contrabandeado; ahora se suman los RTDs de aguardiente



### Bebidas y marcas

Dentro del contrabando de productos terminados, el whisky continúa siendo la bebida con alcohol más afectada. Adicionalmente, y con el aumento de la popularidad de la comida peruana, los RTDs de aguardiente peruano han visto un incremento en el contrabando, en especial el hormiga para abastecer el canal *on trade*.

### Lugares y/o ocasión

El producto ingresa oculto en la carga, con documentación adulterada o falsa. En ocasiones se declara un producto de menor valor en la documentación, o se declaran contenedores sin carga que, sin embargo, sí contienen bebidas con alcohol. Los extensos límites fronterizos de Chile, y la gran cantidad de puntos ciegos dificultan las labores de control de parte de las autoridades.

### Motivadores e impulsores

Los precios ilegales pueden ser entre un 20 a 30% por debajo del precio legal, por lo que estos productos pueden ser reducidos rápidamente en el mercado local.

Los significativos márgenes de ganancias para los contrabandistas, especialmente en productos de alto valor como el whisky.

### Efectos

El mayor efecto es la pérdida fiscal.

La trazabilidad de las botellas se pierde, el código identificador es borrado, lo que dificulta identificar el origen del producto y vincularlo a posibles problemas que atenten contra la salud pública.

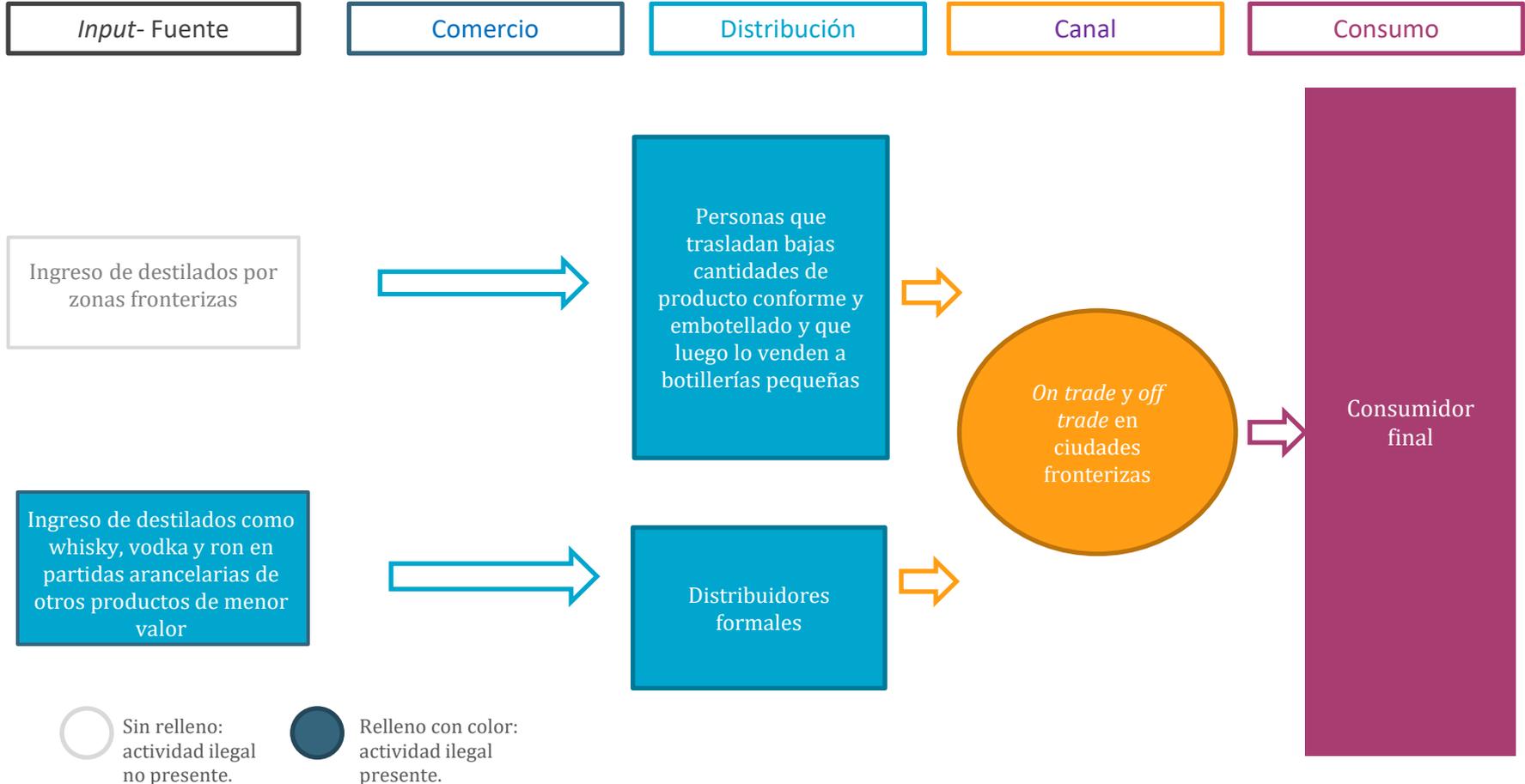
Competencia desleal con otras marcas legales.

Fuente: Entrevistas con la cadena de distribución, agosto 2019, Euromonitor International.

Nota: El aguardiente identificado es en base a uva.

## Cadena de distribución del contrabando

La cadena de distribución del contrabando no ha sufrido grandes variaciones en estos últimos años



Nota: Según fuentes consultadas la cadena de distribución no ha sufrido modificaciones en los últimos 3 años.

*“El riesgo de la operación es muy alto, poca ganancia y mucha merma. El cigarrillo es más fácil de transportar por zonas no habilitadas, el alcohol no puede pasar por cualquier zona, necesita la carretera, por lo que es más proclive a ser auditado”.*

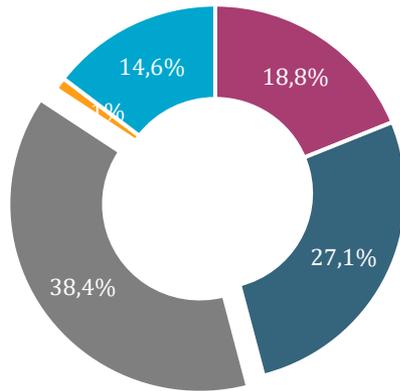
Aduanas

**Mercado ilegal: no industrial ilegal**

**No industrial ilegal se posiciona como la categoría de ilegalidad de mayor volumen con un 38%**



Tamaño de Mercado Ilegal en Chile  
HL LAP



- Falsificación
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impto.

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL)

**45.844,0**

Participación en volumen  
2018 (AP)

**38,4%**

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL AP)

**2.718,0**

Participación fermentados  
2018 (AP)

**94,7%**

- En el **2018**, no industrial ilegal representó la categoría más relevante en volumen del mercado ilegal chileno. Este alcanzó un consumo de **45.844,0 HL** con un equivalente a **2.718,0 HL AP**.
- En esta categoría el 94,7% en términos de alcohol puro corresponden a fermentados, y de éstos 79% a cervezas y 21% a vino y chichas.
- La cerveza corresponde a micro cervecerías que han proliferado en los últimos años, y que carecen de permisos de producción y comercialización. El periodo de ilegalidad de los micro cerveceros tiende a ser pasajera (aprox. 2 años), ya que una vez que estos obtienen los permisos requeridos entran al marco legal.

Nota: Los grados de alcohol puro para el no industrial ilegal se registra en 5,7%, ya que considera cerveza, chicha, vino y en menor medida espirituosas.



**Variables relacionadas con no industrial ilegal**

En general, en las micro cervecías existe mucha deserción dado no logran alcanzar una rentabilidad comercial

**Bebidas y marcas**

Múltiples marcas de cerveza que no llegan a formalizarse.

Dentro de los vinos y chichas se encuentran aquellos que se producen acorde a la temporada y cosecha y estos pueden tener o no una marca.

**Lugares y/o ocasión**

Se puede encontrar producción no industrial ilegal de cerveza a lo largo de todo Chile.

Generalmente estos parten elaborando una “receta”, la cual es para autoconsumo hasta que se logra un sabor deseado y luego se comienza a comercializar. Se venden de manera ilegal en ferias, fiestas, en botillerías de barrio o en el bar de algún “conocido”.

**Motivadores e impulsores**

La micro cervecía se percibe como un emprendimiento que puede ser rentable a partir de una producción de 100 y 200 HL anuales. Mientras que no puedan llegar a los márgenes productivos necesarios para ser rentables, estas micro cervecías actúan ilegalmente. Complementariamente, existe desinformación por parte de las autoridades, en especial por las municipalidades quienes están encargadas de entregar información sobre patentes de elaboración de bebidas con alcohol.

**Efectos**

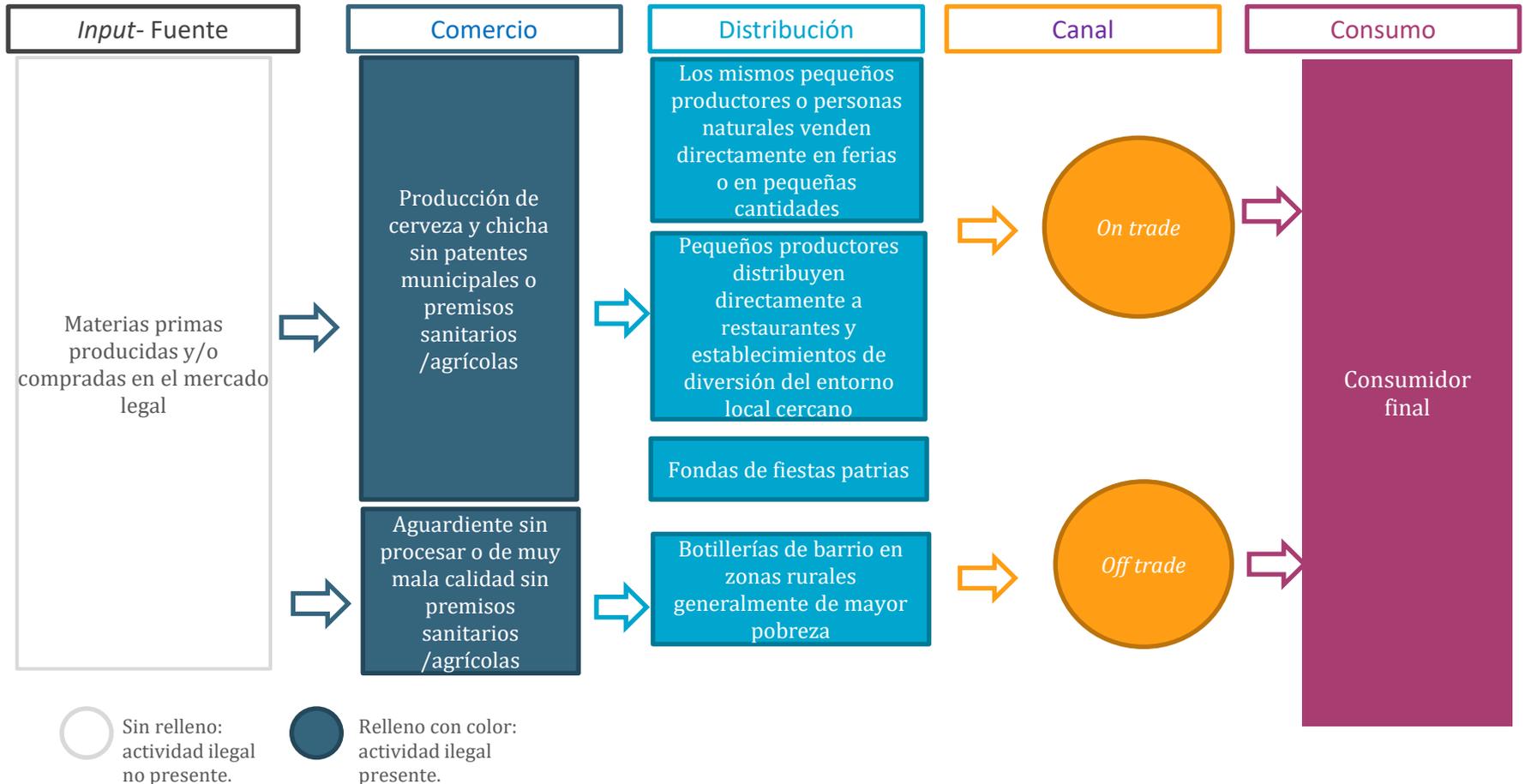
Pérdida fiscal

Competencia desleal para aquellos micro cerveceros que sí han pagado patentes y permisos municipales.

Fuente: Entrevistas con la cadena de distribución, agosto 2019, Euromonitor International.

## Cadena de distribución de no industrial ilegal

La distribución de artesanal ilegal es mayor en *on trade* debido a que el micro cervecero quiere dar a conocer su producto rápidamente



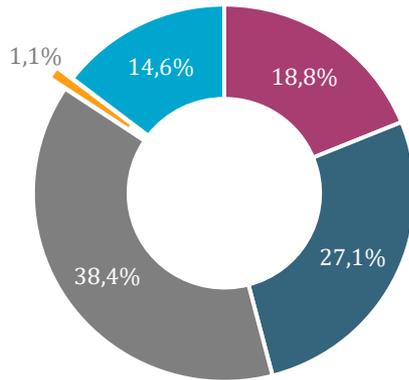
Nota: Según fuentes consultadas la cadena de distribución no ha sufrido modificaciones en los últimos 3 años.

**Mercado ilegal: sustitutos**

Sustitutos se mantienen como la categoría más pequeña en ilegalidad, con un 1,1%, cuyo consumo se registra sólo en la cárcel



Tamaño de Mercado Ilegal en Chile  
HL LAP



- Falsificación
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impto.

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL)

**93,5**

Participación en volumen  
2018 (AP)

**1,1%**

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL AP)

**74,8**

Participación destilados  
2018 (AP)

**100,0%**

- Sustitutos alcanzó un consumo total de **93,5 HL** lo que se traduce en **74,8 HL AP**.
- El principal producto consumido es el “pájaro verde”, el cual es una mezcla de aguarrás, pintura o barniz con el cual se obtiene alcohol metílico, este es altamente nocivo para la salud en caso de ingesta.
- De acuerdo con las fuentes consultadas, esta bebida es consumida por los reos en el ambiente carcelario.
- No se identifica que personas bajo la línea de la pobreza estén consumiendo “pájaro verde”, dado que existen bebidas con alcohol que se elaboran en instalaciones de carácter industrial que están siendo comercializadas a bajo precio (pelacables).

Nota: Los grados de alcohol puro para los sustitutos se registra en 80%.



**Variables relacionadas a los sustitutos**

# El “pájaro verde” es una bebida con metanol altamente tóxica

**Bebidas y marcas**

El “pájaro verde” es una mezcla de aguarrás, pintura o barniz con el cual se obtiene alcohol metílico, y se mezcla con comida sobrante al interior de la cárcel.  
Se calcula un ingesta máxima entre 60 y 240 c.c.

**Lugares y/o ocasión**

Se producen en los grandes centros carcelarios en regiones de alta densidad poblacional como la Metropolitana, Valparaíso y Tarapacá entre otras.  
No se registró consumo de “pájaro verde” u otra bebida con alcohol sustituto fuera del ambiente penal.

**Motivadores e impulsores**

Los consumidores son personas que cumplen con régimen penal cerrado neto y que sufren de algún tipo de adicción, (drogas y/o alcohol) por lo que requieren de algún tipo de estupefaciente o “alcohol” para satisfacer sus necesidades de adicción.

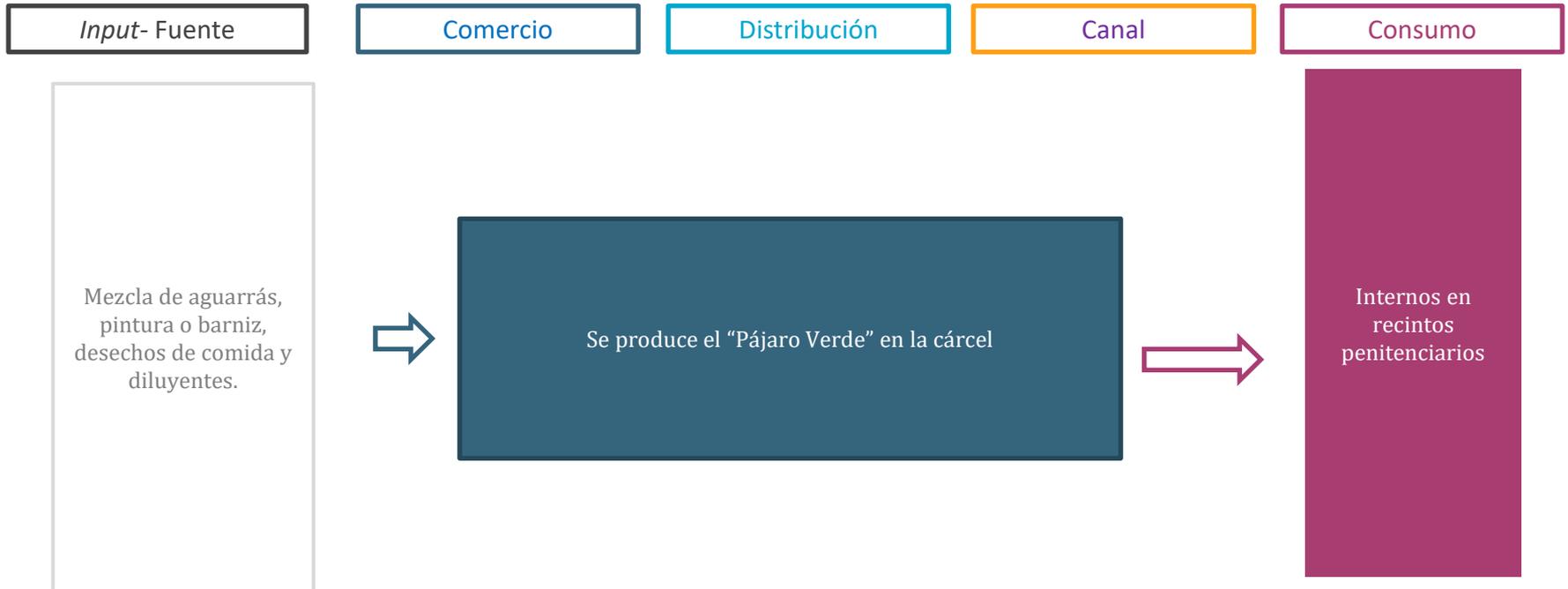
**Efectos**

Riesgos en la salud de los reos, su consumo puede causar la muerte.  
Existe un costo social y económico al tratar a las personas con este tipo de adicciones.

Fuente: Entrevistas con la cadena de distribución, agosto 2019, Euromonitor International.

## Cadena de distribución de los sustitutos

Los sustitutos carecen de una cadena de distribución y se produce dentro de la cárcel



 Sin relleno:  
actividad ilegal  
no presente.

 Relleno con color:  
actividad ilegal  
presente.

Nota: Según fuentes consultadas la cadena de distribución no ha sufrido modificaciones en los últimos 3 años.

*“No hay incentivo para que se consuman sustitutos fuera de la cárcel, hay alcohol muy económico y que las personas pueden comprar muy fácilmente. Más que alcoholismo el problema es la drogadicción”.*

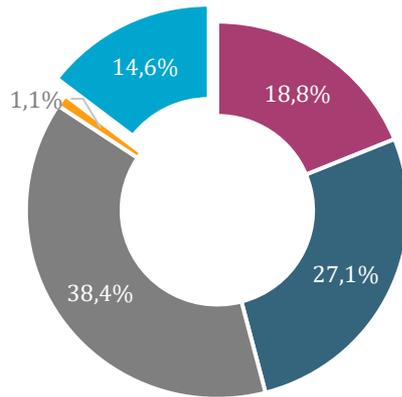
Sub Director de Centro de Salud

**Mercado ilegal: evasión de impuestos de comercialización**

La evasión de impuestos de comercialización está relacionada con los volúmenes producidos y luego vendidos de manera irregular



Tamaño de Mercado Ilegal en Chile  
HL LAP



- Falsificación
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de imppto.

- En general la evasión de impuestos de comercialización están relacionadas con pequeños productores que actúan en el marco de la legalidad.
- Esta categoría totalizó un consumo de **20.640,1 HL**, lo que se traduce en **1.032,0 HL AP**. La totalidad de esta evasión estuvo relacionada con fermentados.

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL)

**20.640,1**

Participación en volumen  
2018 (AP)

**14,6%**

Tamaño de mercado ilegal  
volumen 2018 (HL AP)

**1.032,0**

Participación fermentados  
2018 (AP)

**100,0%**

Nota: Se hace distinción a los pequeños micro-cerveceros ya que aún no existe una definición en cuanto a volumen de producción y su clasificación.

Nota 2: Los grados de alcohol puro para la evasión de impuestos de comercialización se registra en 5% ya que corresponde a cerveza.



## Variables relacionadas a la evasión de impuesto de comercialización

# La evasión de impuestos se mantiene dentro de los pequeños productores



### Bebidas y marcas

Existen prácticas indebidas de parte de pequeños productores de cerveza, esto debido a la alta competencia de cervezas artesanales, y a la competencia desleal que se produce por los micro cerveceros no industriales ilegales.

### Lugares y/o ocasión

No se identifica una región en particular, sino que en las regiones donde están presentes mayores concentraciones de micro cerveceros hay mayores probabilidades de evasión.

### Motivadores e impulsores

El principal motivador es poder aumentar las ganancias a través de mayores volúmenes de venta no registrados y/o de productos subvalorados desde el punto de vista del productor / distribuidor.

### Efectos

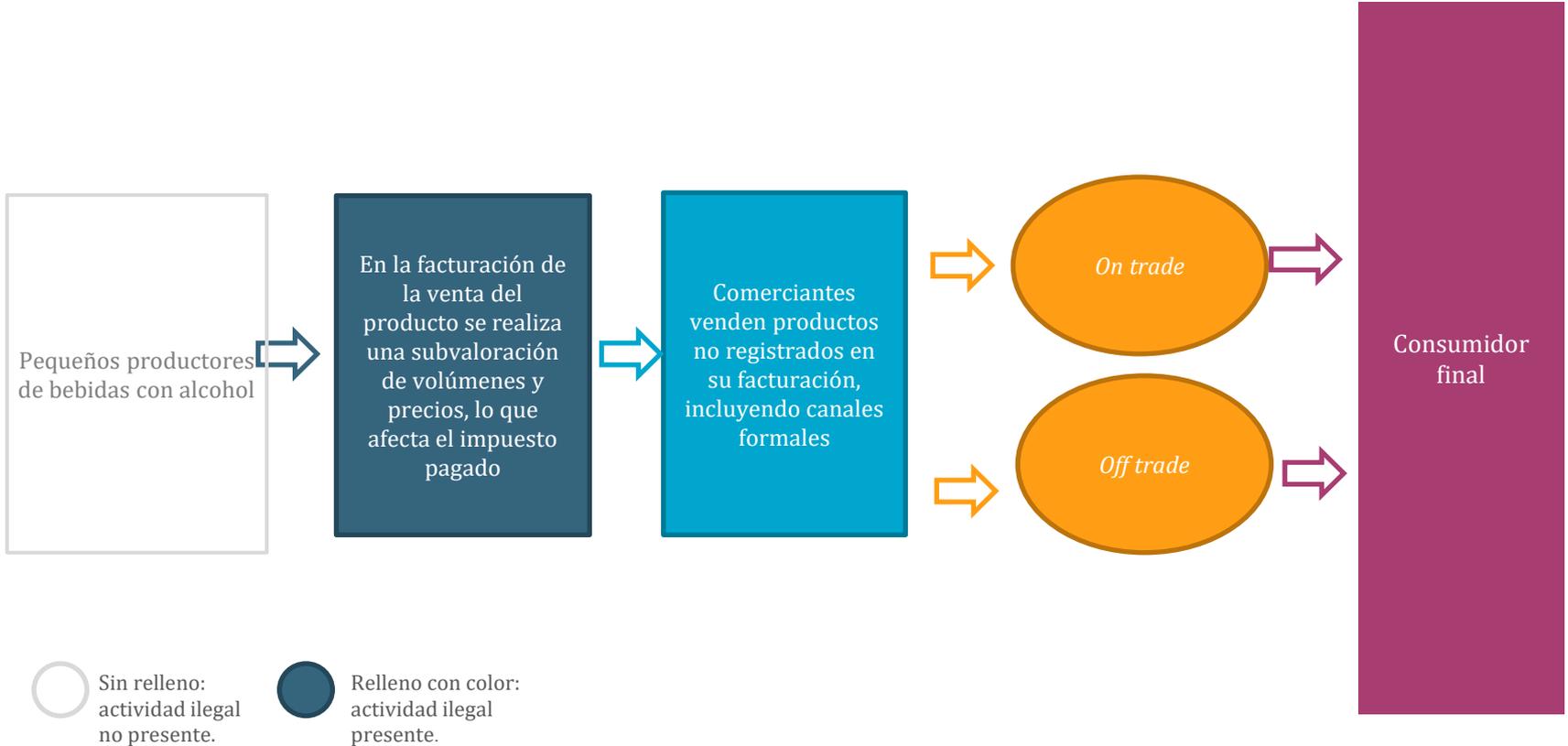
Pérdida fiscal.

Existe competencia desleal para aquellos productores que no incurren en la ilegalidad tributaria. Produce un efecto de distorsión en la información sobre cifras globales de mercado.

Fuente: Entrevistas con la cadena de distribución, agosto 2019, Euromonitor International.

## Cadena de distribución de la evasión de impuestos de comercialización

La evasión está mas relacionada a los pequeños productores dado la falta de sistemas de control



Nota: Según fuentes consultadas la cadena de distribución no ha sufrido modificaciones en los últimos 3 años.



*“Ninguna de las compañías vende en negro, son compañías grandes y trasnacionales que no tienen incentivos para participar en acciones delictuales, dado su posicionamiento y los altos costos que implican las acciones de esta naturaleza”.*

Distribuidor

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

RESUMEN EJECUTIVO

ANÁLISIS DEL MERCADO LEGAL

ANÁLISIS DEL MERCADO ILEGAL Y SUS CATEGORÍAS

- Falsificaciones
- Contrabando
- No industrial ilegal
- Sustitutos
- Evasión de impuestos de comercialización

**ANÁLISIS DEL MERCADO TOTAL**

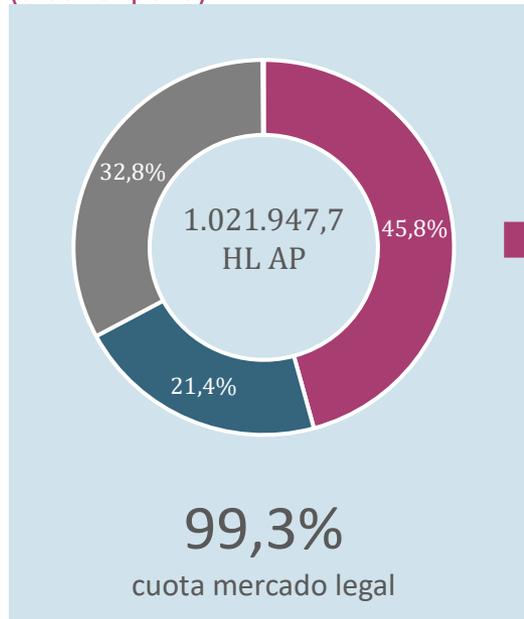


**Mercado total**

# Chile, a través de controles y gestión eficiente de las distintas categorías, ha logrado minimizar el mercado de alcohol ilegal

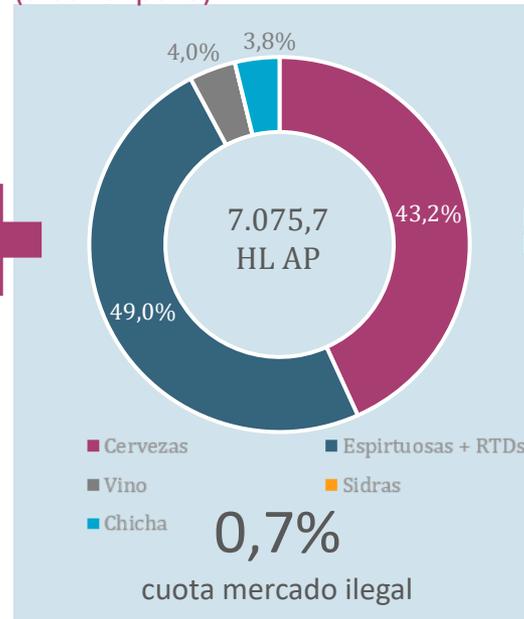


Mercado legal por tipo, 2018  
(alcohol puro).



El mercado legal representa el 99,3% del mercado total, debido a que la industria de bebidas con alcohol está altamente concentrada, madura y regulada, tanto de manera interna como por agentes gubernamentales como el SII y Aduanas.

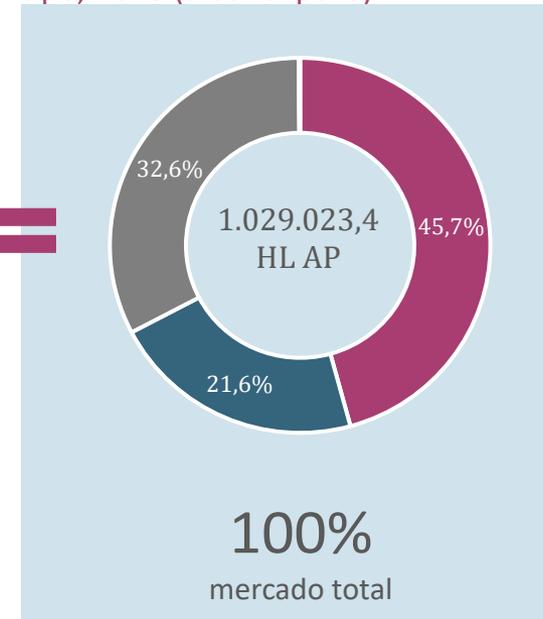
Mercado ilegal por tipo, 2018  
(alcohol puro).



En el mercado ilegal, destaca la cerveza en la categoría de no industrial; lo mismo ocurre con vino, cuya participación en el mercado ilegal es baja.

Complementariamente, las espirtuosas que se identifican en el mercado ilegal pertenecen a contrabando, falsificaciones y a la elaboración de alcohol en instalaciones de carácter industrial. Las primeras medidas para disminuir aún más el mercado ilegal deben estar en la inclusión en el mercado formal de pequeños cerveceros, en una mayor fiscalización, seguido de la identificación e intensificación de controles de zonas críticas por las que aún ingresa contrabando.

Total mercado (legal + ilegal) por tipo, 2018 (alcohol puro)



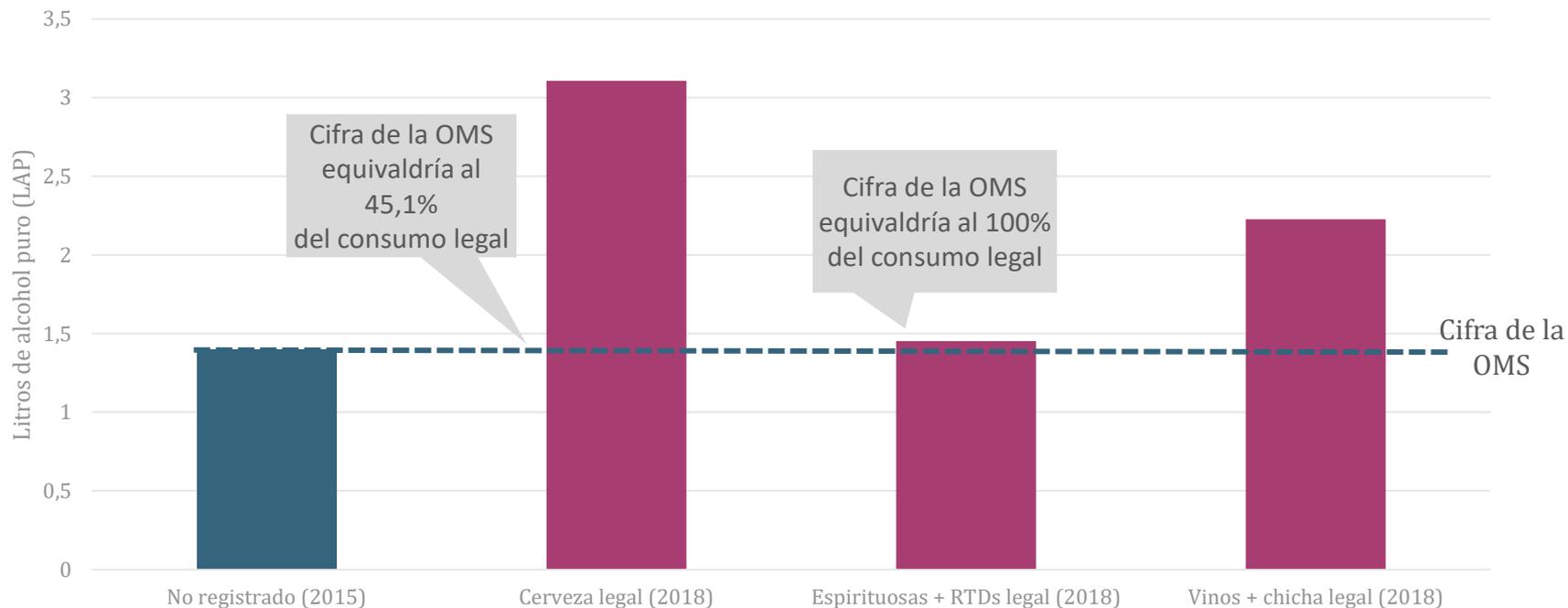
Nota: Otros incluye Sidra y otros licores de frutas o hierbas.



**Comparación cifras Euromonitor - OMS****Comparando las estimaciones de Euromonitor con otra fuente publicada, es evidente una sobre estimación del consumo en Chile**

Según estimaciones publicadas por la OMS, el consumo de alcohol no registrado en Chile asciende a 1,4 LAP per cápita (año 2015). Sin embargo, si este fuese el consumo no registrado representaría, por ejemplo, el 100% del consumo per cápita legal de bebidas espirituosas para el 2018, lo cual no corresponde a la realidad encontrada en la investigación.

### Comparación consumo per cápita (LAP) Alcohol No Registrado vs Bebidas con Alcohol Legales



Nota 1: Las cifras de la OMS corresponden al año 2015

Nota 2: La estimación de Euromonitor International sobre el consumo de bebidas con alcohol ilegal en el 2015 alcanzó 0,07 per cápita.

**Observación: Información sólo para uso interno, prohibida sus distribución.**



## DETALLES DE CONTACTO

### **Paulina Gross**

Gerente Líder de Proyecto

Tel: +56 2 2915 7200/ 7223

[Paulina.Gross@Euromonitor.com](mailto:Paulina.Gross@Euromonitor.com)

### **Lourdes Chavarria**

Gerente Senior - Apoyo

Tel: +56 2 2915 7200/ 7234

[Lourdes.Chavarria@Euromonitor.com](mailto:Lourdes.Chavarria@Euromonitor.com)

### **Rodrigo Infante**

Solution Consultant

Tel: +56 2 2915 7200/ 7242

[Rodrigo.Infante@Euromonitor.com](mailto:Rodrigo.Infante@Euromonitor.com)

### **David Billard**

Business Development LATAM

Tel: +56 2 2915 7200

[David.Billard@Euromonitor.com](mailto:David.Billard@Euromonitor.com)

# Anexo

# La medición del mercado legal se realiza a través de la metodología de consumo aparente



## Metodología utilizada

### Consumo aparente: Producción nacional + Importación - Exportación

- Para efectos del proyecto, las cifras del mercado legal se validaron y calibraron considerando como base las estimaciones del mercado de bebidas con alcohol legales de Passport (base de datos de inteligencia de mercado de Euromonitor International) y nuevos hallazgos e información compartida por la industria.
- La revisión y validación se hizo por cada tipo de bebida con alcohol, agrupados en 3 categorías: bebidas espirituosas + RTD, Vino (incluye espumantes y chicha), y Cerveza
- Las estimaciones de Passport se realizan a través análisis de importaciones, entrevistas con la cadena de suministro (Importadores, Distribuidores, Representantes de marcas, Productores, Vendedores mayoristas y minoristas).
- Las cifras del mercado legal demuestran el consumo total legal de bebidas con alcohol para el año de estudio (2018).

# El punto de partida fue entender la composición del consumo ilegal por tipo de bebida con alcohol para fortalecer la medición



Categoría	Metodología utilizada
Contrabando y Falsificación (primeros pasos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se identificó y validó el listado de bebidas con alcohol que se ven afectadas por el consumo ilegal</li> <li>▪ Para cada tipo de bebida con alcohol se estimó el consumo ilegal como porcentaje del consumo total</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consumo legal de bebida con alcohol (HL)</li> <li>2. Porcentaje que representa el mercado legal (%)</li> <li>3. Se obtiene a través de una extrapolación el mercado total (HL)</li> <li>4. Estimación del mercado ilegal (HL) por diferencia (punto 3- punto 1)</li> </ol> <p>Fuentes utilizadas: Entrevista solicitadas por ley de lobby y estadísticas de Aduanas, Carabineros de Chile, SAG, ISP y PDI.</p>
Contrabando	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Para cada tipo de bebida con alcohol se estimó que porcentaje del consumo ilegal es contrabando, considerando el consumo ilegal total</li> <li>▪ Se compararon los registros de las importaciones de bebidas con alcohol de los principales socios comerciales según se reportaron en Chile versus los registros correspondientes en cada país de origen (registro de importación versus registro de exportación), para identificar diferencias que indiquen contrabando técnico</li> <li>▪ Para cerveza, se consideró el volumen de incautaciones en aduana y se estimó el volumen que ingresa al país sin ser incautado</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consumo ilegal total por tipo de bebida con alcohol (HL)</li> <li>2. Porcentaje del consumo ilegal que corresponde a contrabando (%)</li> <li>3. Estimación del contrabando (HL) por tipo de bebida con alcohol (punto 1 x punto 2)</li> <li>4. Ajuste en la estimación del contrabando de pisco por diferencia en el registro de importaciones desde Perú</li> <li>5. Ajuste en la estimación de contrabando considerando el volumen de cerveza que no se logra incautar</li> <li>6. Contrabando total: suma de la estimación de contrabando por tipo de bebida con alcohol</li> </ol>
Falsificaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Para cada tipo de bebida con alcohol se estimó que porcentaje del consumo ilegal es falsificaciones, considerando el consumo ilegal total</li> <li>▪ Se analizaron las importaciones de etanol de los principales socios comerciales para identificar posibles flujos de etanol ilegal para la elaboración de bebidas con alcohol, ya sea adulteradas o falsificadas</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consumo ilegal total por tipo de bebida con alcohol (HL)</li> <li>2. Porcentaje del consumo ilegal que corresponde a falsificación (%)</li> <li>3. Estimación de falsificación (HL) por tipo de bebida con alcohol (punto 1 x punto 2)</li> <li>4. Falsificación total: suma de la estimación de falsificación por tipo de bebida con alcohol</li> </ol>

# La estimación de sustitutos y el no industrial ilegal, también se hizo por tipo de bebida, considerando los hallazgos específicos



Categoría	Metodología utilizada
Sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Según la investigación, la única población susceptible al consumo de sustitutos es la población carcelaria, por lo que se enfocó la medición en ellos</li> <li>▪ Se discriminó entre población penal que se encuentra en régimen cerrado neto versus aquella población penal en prisión preventiva, ya que estos últimos no son sujeto de consumo</li> <li>▪ A través de entrevistas se identificó la preparación, hábitos y cantidades de consumo de sustitutos               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Población penal régimen cerrado (estadísticas de gendarmería)</li> <li>2. Porcentaje de la población penal que consume pájaro verde (%)</li> <li>3. Estimación del consumo per cápita anual (HL)</li> <li>4. Estimación del consumo de pájaro verde (punto 1 x punto 2 x punto 3)</li> </ol> </li> </ul> <p>Fuentes: Estadísticas de públicas de Gendarmería, Estadísticas CIPER sobre población carcelaria parcial, entrevistas con Gendarmería sobre elaboración y consumo de preparación de sustitutos en ambientes carcelarios. Entrevistas con establecimientos de Salud Pública de comunas con alto índice de vulnerabilidad social.</p>
No industrial ilegal	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se identificó y validó el listado de bebidas con alcohol que se fabrican bajo la modalidad de “no industrial ilegal), siendo estas cerveza, vino, chicha y espirituosas (destilados tipo pisco o grapa)</li> <li>▪ En el caso particular de la cerveza, se identificó la cantidad de micro cervecerías en operación y su capacidad productiva anual. Se hizo una distinción entre aquellas micro cervecerías que están comercializando en el marco de la ilegalidad y aquellas que cesan su elaboración en el periodo de un año por diversas razones               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Total de micro cerveceros sin documentación</li> <li>2. Producción promedio por micro cerveceros</li> <li>3. % de micro cerveceros que cesan operaciones durante un año</li> <li>4. Producción no industrial ilegal de cerveza (punto 1 x (1 - punto 3) x punto 2 )</li> <li>5. Producción nacional registrada de vino</li> <li>6. % de vino ilegal como porcentaje de la producción legal (%)</li> <li>7. Extrapolación de la producción total de vino (punto 5 / (1-punto 6)</li> <li>8. Estimación del consumo no industrial ilegal de vino (punto 7 - punto 5)</li> <li>9. Producción nacional de chicha</li> <li>10. % de chicha que no tiene registro sanitario (%)</li> <li>11. Estimación del consumo no industrial ilegal de chicha (punto 9 x punto 10)</li> </ol> </li> </ul>

# La evasión de impuestos de comercialización se concentró en la producción no registrada



Categoría	Metodología utilizada
No industrial ilegal (continuación)	<p>12. Producción nacional legal de pisco</p> <p>13. % de producción no industrial ilegal de bebida espirituosa tipo pisco del total legal (%)</p> <p>14. Extrapolación de la producción total de pisco (punto 12 / (1-punto 13))</p> <p>15. Estimación del consumo no industrial ilegal de bebida espirituosa tipo pisco (punto 14 – punto 12)</p> <p>16. Estimación del consumo total no industrial ilegal (punto 4 + punto 8 + punto 11 + punto 15)</p> <p>Fuentes utilizadas: Aduanas, Passport -Euromonitor, Estadísticas productivas ODEPA, entrevistas con expertos de la industria vitivinícolas, Instituto de Salud Pública – ISP, Asociación Cervecera Independiente de Chile – ACI, Chile Bruers, Asociación de Productores de Cerveza de Chile – ACECHI.</p>
Evasión de impuestos de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se analizó el consumo legal de bebidas con alcohol de fabricación nacional y se comparó con la producción nacional declarada de dichas bebidas (menos exportación e inventarios), con el fin de identificar consumo de bebidas cuya producción es no registrada. Se encontró diferencia solamente en la cerveza</li> <li>▪ Se estima que el 15% de las diferencias encontradas (entre consumo legal y producción nacional registrada) corresponde a la evasión de impuestos de comercialización. El restante 85% se estima que corresponde a otro tipo de ilegalidades, como robos en la cadena de distribución (excluido de este estudio)</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consumo legal de cerveza nacional</li> <li>2. Producción registrada de cerveza nacional (menos exportaciones e inventarios)</li> <li>3. Estimación de diferencia entre consumo y producción de cerveza nacional (punto 1 – punto 2)</li> <li>4. Cerveza nacional que evade impuestos de comercialización (punto 3 x 15%)</li> </ol> <p>Fuentes utilizadas: Estadísticas productivas ODEPA, Aduanas, Información provista por Asociaciones (ACECHI, AFLECHI y Vinos de Chile).</p>



## Entrevistas realizadas a agentes públicos y privados

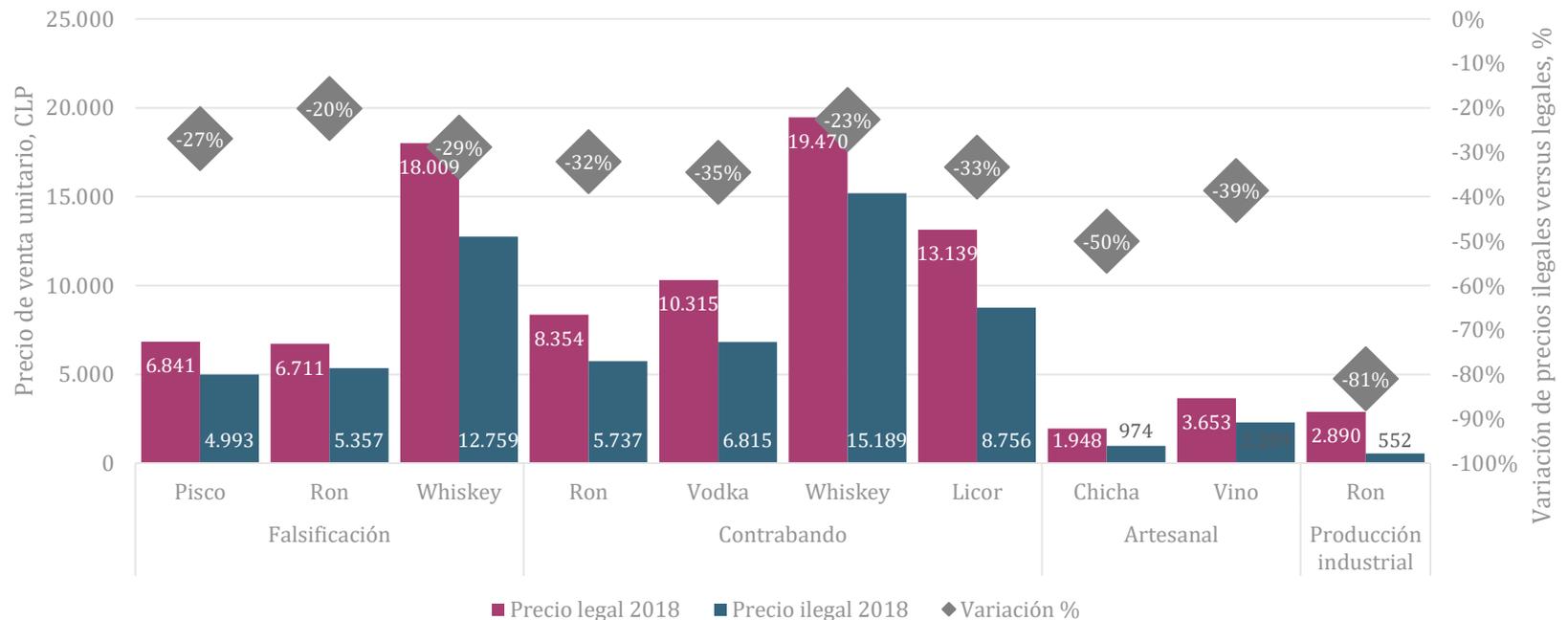
#	País	Tipo de fuente	Organización o Empresa
1	Chile	Asociación	Asoc. de Cerveceros Independientes de Chile A.G. (ACI)
2	Chile	Asociación	Chile Bruers
3	Chile	Asociación	Asociación de Producers de Cerveza de Chile - ACECHI
4	Chile	Asociación	Asociación Gremial de Fabricantes y Distribuidores de Licores y Bebidas Espirituosas de Chile - AFLECHI
5	Chile	Asociación	Vinos de Chile
6	Chile	Distribuidor / Retailer	Zonas Francas
7	Chile	Distribuidor / Retailer	El Cielo
8	Chile	Distribuidor / Retailer	Liquidos
9	Chile	Gobierno	Aduana
10	Chile	Gobierno	SENDA
11	Chile	Gobierno	SII
12	Chile	Gobierno	Aduana
13	Chile	Gobierno	Secretaría General de Gobierno - Probidad y Transparencia
14	Chile	Gobierno	Carabineros de Chile
15	Chile	Gobierno	Instituto de Salud Pública
16	Chile	Gobierno	Oficina de Estudios y Políticas Agrarias - ODEPA
17	Chile	Gobierno	Servicio Agrícola Ganadero - SAG
18	Chile	Gobierno	Subsecretaría de Prevención del Delito
19	Chile	Gobierno	Establecimiento de Salud Pública - La Pintana
20	Chile	Importador/ distribuidor	DESA
21	Chile	Importador/ distribuidor	Diageo
22	Chile	Importador/ distribuidor	Pernod Ricard Chile
23	Chile	Productor	Viña Survalles

# En promedio, el alcohol ilegal es un 35% más económico que el legal



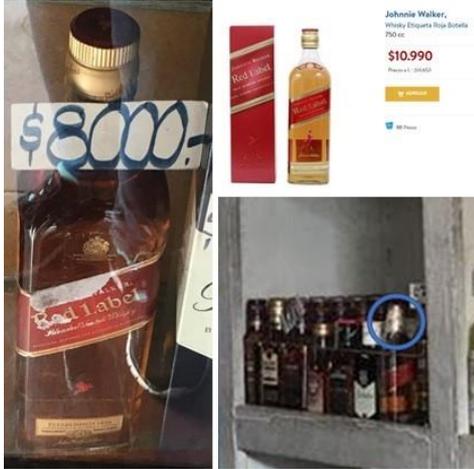
Falsificación: 27% menos; contrabando: 30% menos; artesanal ilegal 42% menos; y producción de corte industrial 81% menos.

Comparación de precios de bebidas con alcohol ilegales versus legales (captura en canales de comercio de bebidas con alcohol en regiones específicas), 2019



Nota: los precios fueron ajustados según inflación al 31 de diciembre del 2018.

# Algunas muestras de los productos capturados



Whisky Fireball 750 ml, cinnamon, 33°  
\$13.490  
JUMBO cl



Ron Tropic Club  
\$ 700

Descripción

2000 botellas de ron tropic club ideal para fiestas discoteque eventos de empresas oportunidad única



Ron Appleton, Vodka  
Finlandia

\$ 1.111

Vodka Finlandia 750 ml, clásico

Finlandia | Código de producto: 1384613

Precio Regular

\$ 10.190  
(\$ 19.587 x 1)

# Imágenes de incautación de cerveza



