

SUDÁFRICA

Licores en Sudáfrica

A. CIFRAS CLAVE

Tamaño de mercado (en miles de litros)	2020	2021	2022	2023 (esp)	2024 (esp)	2025 (esp)	2026 (esp)	2027 (esp)
Volumen de venta en comercio minorista	88.226	116.201	130.325	136.590	143.227	149.707	156.251	163.182
Volumen de venta en canal HORECA	30.734	48.233	54.152	57.020	60.049	63.087	65.987	69.099 ¹

Valor de mercado (millones de ZAR)	2020	2021	2022	2023 (esp)	2024 (esp)	2025 (esp)	2026 (esp)	2027 (esp)
Valor de venta al consumidor en canal minorista	24.967	33.815	38.561	45.060	50.106	55.481	61.342	67.930
Valor de venta al consumidor en canal HORECA	28.695	46.359	56.100	63.552	71.361	79.822	88.736	98.832
Valor de venta del fabricante en canal minorista	13.060	17.773	20.258	23.473	26.132	28.943	32.025	35.487
Valor de venta del fabricante en canal HORECA	7.665	12.187	14.507	16.308	18.263	20.446	22.742	25.345

¹ A partir de 2023, los datos no son definitivos, son las expectativas; "esp" significa "esperado".

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

El mercado de licores se encuadra dentro de la **partida arancelaria 2208** (Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80 % vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas). Los tipos de licores son siete, y se encuadran dentro de varias subpartidas, resumidas en la tabla siguiente.

CÓDIGOS ARANCELARIOS SEGÚN EL TIPO DE LICOR

Código arancelario	Partida
220820 00 00	Aguardiente de vino o de orujo de uvas
220830 00 00	Whisky
220840 00 00	Ron y demás aguardientes procedentes de la destilación, previa fermentación, de productos de la caña de azúcar
220850 00 00	Ginebra
220860 00 00	Vodka
220870 00 00	Licores
220890 00 00	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico < 80%

Fuente: Trade Map (2024).

Según datos de Trade Map (2024)², el principal producto importado es el **whisky**, que en 2023 llegó a superar en importe los 140 millones de euros, aunque se encuentra por debajo de los valores de 2019. Le sigue el **aguardiente**, que ha experimentado un crecimiento del 80 % desde 2019 y se acerca a los 95 MEUR. Los siguientes productos importados, por orden de importancia, son licores, los demás, ginebra, ron, y, por último, vodka. Esta información se detalla en el apartado B.2. Tamaño de mercado.

B.2. Tamaño del mercado

El volumen del mercado sudafricano de licores es de 184.476.500 litros, lo que equivale a unos 3,08 litros per cápita en 2022. Esto lo convierte en el **17.º mercado mundial en tamaño** y el 38.º per cápita. La tendencia actual es de crecimiento a una tasa compuesta anual del 4,7 % para el periodo 2022-2027 (Euromonitor, 2024³). En lo referente al volumen de importaciones de la partida 2208, en 2022 fue de 55.029.000 litros (Statista⁴), por lo que se puede concluir que la mayor parte del consumo de licores sudafricano (70 %) tiene **origen local**.

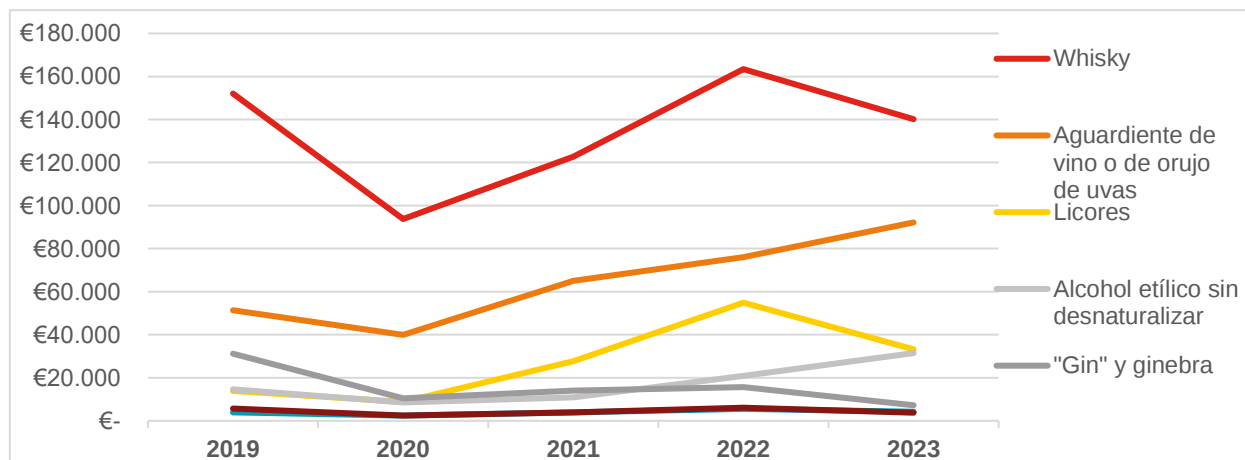
²https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c710%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

³<https://www.portal.euromonitor.com/dashboard/dashboarddetails?id=e8e1ebf0-caca-43c8-808b-7f1a04461136>

⁴https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c710%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c1

VOLUMEN DE IMPORTACIÓN POR PARTIDAS (2019-2023)

En miles de EUR



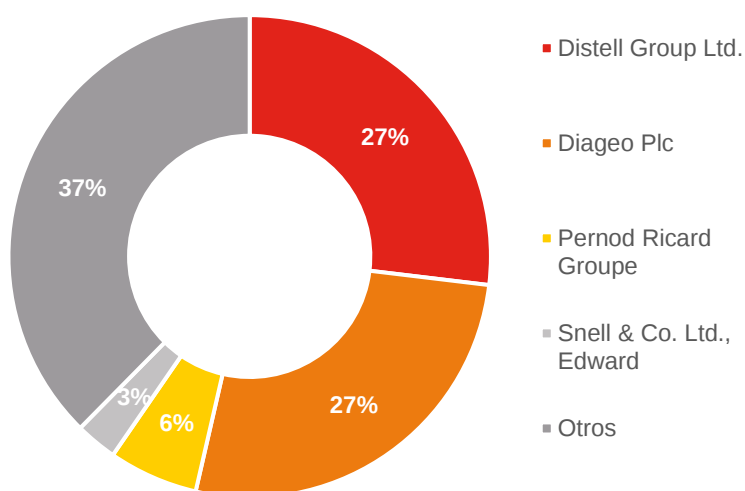
Fuente: Trade Map (2024).

El volumen de importaciones de las siete partidas arancelarias analizadas en esta ficha permite llegar a una serie de conclusiones sobre el sector, que se pueden observar en el gráfico anterior. En primer lugar, el mercado se encuentra dominado por el **whisky**, muy por encima del resto de licores. Sin embargo, no es la partida que está experimentando **un mayor crecimiento: es la del aguardiente**. El resto de las partidas se encuentran muy por debajo en valor, no siendo muy relevantes.

B.3. Principales actores

El mercado de licores se encuentra dominado por dos empresas, que representan el 54 % de las importaciones totales de productos de licor en el mercado sudafricano en 2022.

PRINCIPALES ACTORES Y SU CUOTA EN EL MERCADO DE LICORES EN SUDÁFRICA 2022



Fuente: Euromonitor International (2024).

Las principales empresas del sector son:

- **Distell Group Ltd.:** Fundada en 1918 como Stellenbosch Farmers' Winery, la empresa se dedica a la producción de licores como Amarula, vinos, sidras y mezclas ya listas para beber como Klipdrift. En abril de 2023, Distell fue adquirida por Heineken N.V., la segunda cervecera más grande del mundo.
- **Diageo Plc:** empresa multinacional de bebidas alcohólicas con sede en Londres. Se formó en 1997 a partir de la fusión de Guinness plc y Grand Metropolitan plc, dos de las mayores empresas de bebidas del mundo. Produce una amplia gama de bebidas alcohólicas, incluyendo whisky, vodka, ginebra, ron, tequila o cerveza y es dueña de marcas como Johnnie Walker, Smirnoff, Baileys, Guinness y Captain Morgan.
- **Pernod Ricard Groupe:** Pernod Ricard Groupe es una empresa multinacional francesa de bebidas alcohólicas con sede en París. Se formó en 1975 a partir de la fusión de dos empresas francesas de bebidas alcohólicas: Pernod y Ricard. Algunas de las marcas más importantes de la empresa son Chivas Regal, Absolut Vodka, Jameson Irish Whiskey, Malibu, Beefeater Gin y Ballantine's.
- **Snell & Co. Ltd., Edward:** Empresa familiar de vinos y licores con sede en Londres. La empresa fue fundada en 1843 por Edward Snell, un comerciante de vinos. Entre sus marcas destacan Château Lafitte Rothschild, Dom Pérignon y Glenfiddich.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

En términos mundiales, hay dos partidas en las que España destaca como exportador. En primer lugar, la **ginebra** (220850), de la que **España es el tercer exportador mundial en 2022**, con 97,1 MEUR exportados. En segundo lugar, **España es el cuarto exportador mundial en 2022 de aguardiente de orujo**, por detrás de Francia (4.470 MUSD), Singapur (799 MUSD) y Armenia (265 MUSD), con unas exportaciones totales de 226 MUSD⁵.

No hay constancia de empresas españolas del sector instaladas en el país, y el importe de las exportaciones españolas a Sudáfrica es muy bajo. En el año 2023 las exportaciones españolas a Sudáfrica fueron principalmente de la posición arancelaria 220890, alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico < 80 % (un 17 % de las importaciones totales), que es una de las que menos relevancia tiene en el mercado. En lo que respecta al resto, como se puede observar en la tabla siguiente, ninguna de las partidas presenta una relevancia suficiente para significar una presencia importante en el sector.

COMERCIO ACTUAL ENTRE ESPAÑA Y SUDÁFRICA

En miles de EUR

Código del producto	España exporta hacia Sudáfrica			Sudáfrica importa desde el mundo		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Alcohol etílico sin desnaturalizar	0	2.766	5.627	10.868	20.828	31.469
Whisky	531	453	407	122.763	163.417	140.178
Gin y ginebra	132	121	276	14.025	15.675	7.228
Licores	107	72	106	27.745	54.902	33.157
Ron	0	0	14	3.952	5.555	4.190
Vodka	0	0	6	3.896	6.094	3.766
Aguardiente de vino o de orujo de uvas	0	100	0	65.022	76.000	92.178

Fuente: Trade Map (2024).

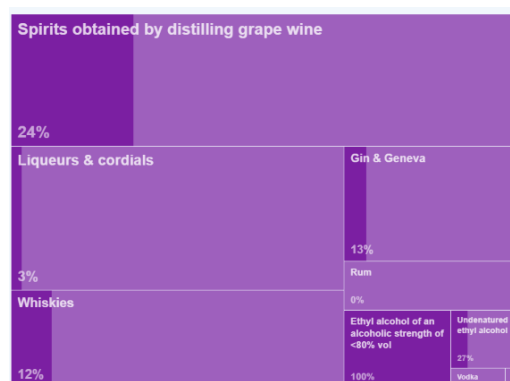
⁵ [https://prod.oec.world/en/profile/hs/spirits-obtained-by-distilling-grape-wine-grape-marc#:~:text=Spirits%20obtained%20by%20distilling%20grape%20wine%2C%20grape%20marc%20are%20a.and%20Hong%20Kong%20\(%24119M\).](https://prod.oec.world/en/profile/hs/spirits-obtained-by-distilling-grape-wine-grape-marc#:~:text=Spirits%20obtained%20by%20distilling%20grape%20wine%2C%20grape%20marc%20are%20a.and%20Hong%20Kong%20(%24119M).)

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Para este apartado, se han estudiado diversas fuentes, tanto de tipo estadístico como consultas a empresas locales dedicadas al sector del licor. Entre las fuentes consultadas, se ha analizado el *Export Potential Map* del Centro de Comercio Internacional (ITC). Este mapa de potencial exportador de países compara cuál es la demanda de un producto en un país concreto (por ejemplo, Sudáfrica), con las exportaciones que otro país (España) hace anualmente. Esto permite hacerse una idea del porcentaje del mercado que está actualmente ocupado por España, y si pudiera crecer a partir de ahí.

Basándose en esto, se ha detectado que las tres partidas que más importa Sudáfrica son **aguardiente de vino o de orujo de uvas, licores y whisky**, que representan el **86 % de sus importaciones totales de licor**. En esas partidas, los países europeos son los principales proveedores del mercado sudafricano. En concreto, el principal suministrador de la partida de **aguardiente** es **Francia**, mientras que de la de **whisky** es el **Reino Unido**, y de la de **licores**, **Alemania**, como se puede ver en la tabla más abajo⁶. De ello se puede concluir que el consumidor **sudafricano prefiere mayoritariamente el licor de origen europeo**. En estas partidas, sin embargo, España tiene escasa presencia⁷, a pesar de que es uno de los cinco mayores exportadores mundiales de aguardiente de vino o de orujo, concretamente.⁸ El segmento de aguardiente sudafricano se encuentra en crecimiento, sus importaciones se han duplicado en los últimos cuatro años (pasando de 50.000 EUR en 2019 a 100.000 EUR en 2020). Por ello, se podría concluir que el **aguardiente representa una oportunidad creciente para España en Sudáfrica**.

PRODUCTOS ESPAÑOLES CON POTENCIAL EN SUDÁFRICA (2022)



Fuente: ITC *Export Potential Map* (2024), <https://exportpotential.intracen.org/es/>

PRINCIPAL PAÍSES PROVEEDORES, POR PARTIDA ARANCELARIA

Partida arancelaria	Principal país proveedor	Participación sobre el total del mercado	Valor importado en 2022 (USD)
22 08 20 (Aguardiente de vino o de orujo de uvas)	Francia	97 %	77.425 de 79.549
22 08 30 (Whisky)	Reino Unido	66 %	112.770 de 171.048
22 08 70 (Licores)	Alemania	84 %	48.467 de 57.466

Fuente: Trade Map (2024).

⁶ Trade Map (2023)
https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c710%7c%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

⁷ ITC Export Potential Map (2024) <https://exportpotential.intracen.org/es/>

⁸ The Observatory of Economic Complexity (OEC) 2022 <https://prod.oec.world/en/profile/hs/spirits-obtained-by-distilling-grape-wine-grape-marc>

Esta información, unida a lo explicado en el apartado B.2 sobre la evolución del mercado sudafricano, sugiere que existe espacio para crecer en estas partidas concretas. Sin embargo, están dominadas por otros países europeos, lo que exige ver la mejor forma de hacer presencia en el mercado. Por ello, esta información debe complementarse con un análisis cualitativo del mercado. Se ha contactado con el sector empresarial de distribución de alcohol en Sudáfrica, de lo que se han extraído diversas conclusiones sobre las tendencias clave y oportunidades de negocio en el sector:

- **Cambio a productos de alta gama:** Existe una creciente demanda de licores de alta gama, especialmente tequila, coñac y champaña. Este segmento ofrece una oportunidad significativa para las empresas que pueden ofrecer productos de calidad a precios competitivos.
- **Crecimiento del comercio electrónico:** El comercio electrónico está ganando popularidad en Sudáfrica, lo que supone una nueva oportunidad para las empresas de licores de llegar a los consumidores en todo el país.
- **Importancia del *marketing* experiencial:** El “consumo directo del producto” es el método de *marketing* más efectivo para los licores en Sudáfrica. Las empresas deben centrarse en crear experiencias de marca atractivas que permitan a los consumidores probar y disfrutar de sus productos.
- **Conciencia social:** Los consumidores sudafricanos son cada vez más conscientes de las cuestiones sociales y ambientales. Las empresas de licores pueden diferenciarse al adoptar prácticas sostenibles y éticas.

Con todo ello, para acceder al mercado sudafricano es necesario tener en cuenta que su **carácter marquista** exige tener un buen **posicionamiento de marca** para que un producto pueda desenvolverse con éxito en el país. Esto lleva a la siguiente derivada: el consumidor sudafricano de licores da una gran importancia a las marcas que conoce, y tiene una **enorme fidelidad a su marca conocida**. Por ello tener presencia en Sudáfrica exige presentar una **estrategia de *marketing*** potente, con un horizonte **de tres a cinco años**, que permita al consumidor sudafricano conocer la marca a través de acciones como ofertas en bares de moda, pruebas gratis, anuncios en radio y televisión y el uso de personajes públicos relevantes.

En consecuencia, si bien los datos cuantitativos parecen revelar que existe un amplio mercado para el orujo y los *cordials* españoles, la experiencia en los intentos de entrada de productos como estos revela que es necesario un **compromiso firme y duradero** por parte del exportador español, que no se separe de este mercado y realice un esfuerzo claro en su pretensión de acceso al mercado. Para ello se recomienda:

- **Realizar una investigación de mercado exhaustiva:** Es importante comprender el panorama competitivo, las preferencias de los consumidores y las regulaciones gubernamentales antes de ingresar al mercado sudafricano de licores.
- **Desarrollar una estrategia de *marketing* sólida:** Una estrategia de *marketing* efectiva es esencial para el éxito en el mercado sudafricano de licores. La estrategia debe orientarse a crear conciencia de marca, generar demanda y diferenciar el producto de los de la competencia. Esto requiere un uso intensivo de redes sociales para establecer la imagen propia y promover el consumo directo y gratuito del producto en locales de copas. Asimismo, es vital tener claros los canales objetivo y reunirse con ellos periódicamente e identificar el segmento de precio *premium*, en el que sería necesario establecerse.
- **Asociarse con socios locales:** Es importante recurrir a socios locales que tengan experiencia en el mercado sudafricano de licores. Estos socios pueden ayudar a la empresa a orientarse entre las regulaciones, establecer relaciones con distribuidores y llegar a los consumidores.
- **Ser paciente y persistente:** Ingresar en un nuevo mercado puede llevar tiempo y esfuerzo. Es importante ser paciente y persistente, y continuar invirtiendo en *marketing* y desarrollo de productos para tener éxito en el mercado sudafricano de licores. El mercado es de márgenes bajos y exige escalabilidad para resultar viable.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

El mercado de productos alcohólicos sudafricano puede dividirse en dos canales principales: el **comercio minorista** y el **canal HORECA**. De acuerdo con la información del apartado A, Cifras Clave, se puede comprobar que el **comercio minorista es entre dos y tres veces mayor que el canal HORECA** (en litros). Por un lado, se puede concluir de ello que el consumidor sudafricano toma alcohol en casa o en eventos privados, más que en locales como pueden ser restaurantes. Al consultar con distribuidores sudafricanos, nos han confirmado que los canales se dividen en: **minoristas y supermercados** (PnP, Checkers, Tops, Liquor City); **HORECA** (principal área de negocio del distribuidor medio: suministro a hoteles, restaurantes, *pubs* y discotecas con entrega en el mismo día de la cesta completa); **cash & carry** (Makro, Ultra), y por último el **sector informal** que compra en el *cash and carry*, de menor importancia.

En lo referente a sectores de interés, tanto los datos del apartado A como las consultas a distribuidores parecen indicar que el mayor volumen de venta (en litros) se produce en el comercio minorista. Sin embargo, el **canal HORECA** es un segmento mucho más atractivo para los distribuidores, pues es donde **mayores márgenes** tienen.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

Existen dos marcos legales para la fabricación, distribución y venta de licor en Sudáfrica, el marco nacional y el regional. En el nacional se dan las licencias de fabricación y de distribución, y en el marco regional, las licencias de hotel, restaurantes, teatro, clubes, tabernas, clubes privados, locales de baile, discotecas, locales de juego, etc.

El alcohol en Sudáfrica tiene **impuestos especiales**, que hasta 2023 eran del **36 % del precio minorista medio ponderado**. En los Presupuestos de 2024 se estableció un aumento de impuestos especiales, que, en el caso del alcohol destilado, suponen un incremento de entre el 6,7 % y el 7,2 %⁹. Es decir, de media el precio de whisky, ginebra o vodka se ha incrementado en 5,53 rands por botella¹⁰. Para los distribuidores sudafricanos, la legislación supone un escollo para el crecimiento, debido a que la preocupación por controlar el elevado consumo de alcohol entre los más jóvenes hace que se esté considerando subir a 21 años la edad mínima legal para consumir.

E.3. Ferias

Actualmente, la mayor parte de las ferias del sector en Sudáfrica son de promoción vinícola. Sin embargo, hay tres ferias en 2024 que son de interés para las empresas del sector de los licores:

- **[Africa's Big 7 2024](#)** – Es un evento para el sector de comida y bebida, que incluye bebidas alcohólicas.
- **[Fine Food & Wine Show 2024](#)** – Evento centrado en vinos y promoción de otras bebidas alcohólicas.
- **[The Bar & Good Spirits Show 2024](#)** – Exclusivamente centrado en bebidas alcohólicas.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- South African Government News: <https://www.sanews.gov.za/south-africa/inflation-linked-sin-tax-increases>
- OEC Observatory of Economic Complexity: <https://prod.oec.world/en>
- Euromonitor International: <https://www.portal.euromonitor.com/magazine/homemain/>

⁹ <https://businesstech.co.za/news/budget-speech/753931/tax-hikes-for-lightbulbs-plastic-bags-cigarettes-and-alcohol-in-south-africa/>

¹⁰ <https://www.sanews.gov.za/south-africa/inflation-linked-sin-tax-increases>

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Sudáfrica.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Sudáfrica, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

8th Floor Fredman Towers, 13 Fredman Drive
Sandown, Sandton
Teléfono: (+27) 11 883 2102
Correo electrónico: johannesburgo@comercio.mineco.es
<http://Sudafrica.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR
Francisco Morales Reina

Oficina Económica y Comercial
de España en Johannesburgo
johannesburgo@comercio.mineco.es
Fecha: 17/05/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR SUDÁFRICA



ICEX España
Exportación
e Inversiones