

Bebidas refrescantes

La producción española de bebidas refrescantes alcanzó durante el último ejercicio computado unos 5.040 millones de litros, un 1,5% más que en el año anterior. Los sabores tradicionales, entre los que destacan los refrescos de cola, de naranja, de limón y las gaseosas, continúan siendo las principales ofertas de este mercado, pero los crecimientos más significativos se registran entre las nuevas presentaciones, como pueden ser las bebidas light y, especialmente, las bebidas con mezclas de sabores. Durante los últimos cinco años, la variedad de sabores y presentaciones ha crecido en casi un 50%.



Los refrescos con base de cola acaparan un 56% de todo este mercado, seguidos por los de naranja (12%), los de limón (6,5%) y las gaseosas (5%). Estas ofertas tradicionales han retrocedido en torno a un 2% durante el último año. A continuación aparecen las bebidas para deportistas, con un porcentaje del 4% y una cierta estabilidad, después de unos años de fuertes crecimientos. Con menos importancia aparecen las bebidas a base de té (3%), las de lima-limón (3%), las tónicas (2%) y el resto de presentaciones (8%). Hay que indicar que las bebidas que mezclan sabores son las que más han aumentado sus ventas durante el año pasado, en torno a un 100%, presentando un porcentaje cercano al 3% de la producción total. Por categorías, las bebidas refrescantes light continúan aumentando su participación en este mercado y alcanzan ya el 25,5% del total de ventas en nuestro país. Desde el año 2002, las bebidas light han aumentado su cuota de mercado en 10,5 puntos y esa tendencia parece encontrarse lejos de su fin. Por su parte, las bebidas sin gas suponen alrededor del 15% de toda la producción de refrescos en España.

El material más empleado en los envases de los refrescos en nuestro país es el plástico PET, con el 47,5% de la producción total, seguido por las latas, con el 33%, y el vidrio (14,5%), que ha registrado un pequeño crecimiento. Los tamaños más comunes son los de 33 cl (31% de todo el mercado). A continuación aparecen las presentaciones familiares de 2 litros (28%), los envases de 20 cl y los de 1,5 litros. Estos últimos envases son los que más han crecido durante el último año. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de bebidas refrescantes en España se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos que, en casi todos los casos, son filiales de enormes compañías multinacionales del sector alimentario. En total, la estructura del sector está compuesta por unas 230 empresas que generan algo más de 13.000 puestos de trabajo directos, pero el principal operador acapara alrededor del 60% de todo este mercado, con una facturación superior a los 3.000 millones de euros. Este grupo tiene su principal oferta en la bebida más popular elaborada con una base de cola, cuya producción sobrepasa los 2.100 millones de litros. La segunda empresa del sector tiene una producción de unos 510 millones de litros y alrededor de 560 millones de euros, mientras que la tercera alcanza los 440 millones de litros y 315 millones de euros. A continuación se sitúan dos grupos especializados en la fabricación

de refrescos con marcas de distribuidor, con cifras de producción en torno a los 200 millones de litros. Para afianzar posiciones en un mercado muy competido es preciso realizar un importante esfuerzo en la presentación de nuevas ofertas, ya que algunas de éstas son las que presentan tasas de crecimiento más significativas. Anualmente se efectúan unos 80 nuevos lanzamientos de refrescos, aunque sólo unos pocos consiguen afianzarse en el mercado. En la distribución moderna, la presencia de los productos de la principal empresa del sector supone el 37% del total, mientras que los dos operadores que aparecen a continuación presentan cuotas en torno al 20%. Las marcas de distribución, por su parte, llegan hasta el 17,5%. Las inversiones publicitaria son muy importantes en este sector y sobrepasan los 100 millones de euros anuales. ○

COMERCIO EXTERIOR

No existen datos muy fiables sobre el comercio exterior de bebidas refrescantes, aunque todas las estimaciones coinciden en señalar que no tiene mucha importancia. La mayoría de los grandes fabricantes del sector optan por reducir costes de transporte y almacenamiento estableciendo plantas de producción cerca de los grandes mercados, por lo que lo más común es encontrar una multiplicidad de plantas productivas para abastecer a los mercados locales y regionales. Muchas de estas plantas funcionan bajo el régimen de franquicia. Siguiendo con esa estrategia de ubicación de las plantas de producción cerca de las grandes zonas de demanda, varios de los principales grupos de nuestro país han construido nuevas instalaciones en países limítrofes para ampliar sus áreas de influencia. Es el caso del principal operador español que mantiene plantas de producción en Marruecos, Ghana, Cabo Verde, Guinea Conakry, Mauritania, Gambia, Sierra Leona y Liberia. Las importaciones de bebidas refrescantes pueden llegar hasta unos 90 millones de litros, mientras que las exportaciones apenas alcanzan los 40 millones de litros. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE REFRESCOS

EMPRESA	VENTAS MILL. EUROS
COBEGA, S.A.	800,00
CASBEGA (CÍA. CASTELLANA DE BEB. GAS., S.A.)	650,00
RENDELSUR (REFRESCOS ENV. DEL SUR, S.A.)	600,00
GRUPO PEPSICO (BEBIDAS)*	500,00
COLEBEGA (CÍA. LEVANTINA DE BEB. GAS., S.A.)	400,00
SCHWEPPES, S.A. (GRUPO) *	339,00
NORBEGA (CÍA. NORTEÑA DE BEB. GASEOSAS, S.A.)	250,00
BEGANO (BEB. GASEOSAS DEL NOROESTE, S.A.)	179,79
FONT SALEM, S.L. *	165,00
REFRESCO IBERIA, S.L. (GRUPO) *	140,00

* Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.
 - Datos de 2007. FUENTE: Informe Anual Alimarket/2008.

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO



Durante el año 2008, el consumo total de gaseosas y bebidas refrescantes ascendió a cerca de 3.020,2 millones de litros y supuso un gasto próximo a 3.492 millones de euros. El mayor porcentaje del consumo se concentra en los hogares (62,9%), mientras que la restauración comercial supone el 35,8% y la restauración social y colectiva, el 1,3% restante.

En cuanto al gasto, el mayor porcentaje se registró en la restauración comercial (55,3%), mientras que en los hogares supuso el 43,3% y en la restauración social y colectiva, el 1,4% restante.

En la estructura de consumo de los hogares, las bebidas refrescantes tienen una presencia notable (88,9%), mientras que las gaseosas representan el 11,1% restante. En la restauración comercial, las bebidas refrescantes suponen un 91,4% y las gaseosas el 8,6% restante. En la restauración colectiva y social, las bebidas refrescantes representan un 91,6%, mientras que las gaseosas suponen el 8,4% restante.

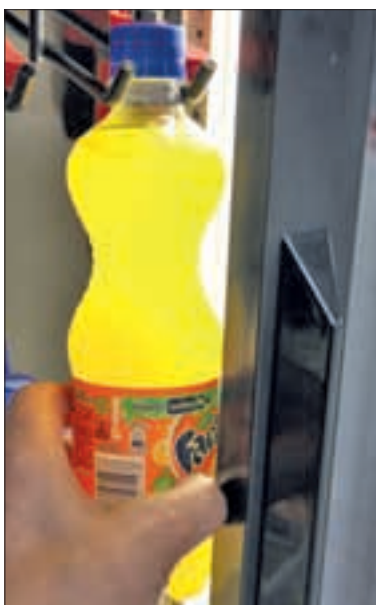
Hogares

Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron cerca de 1.898,6 millones de litros de gaseosas y bebidas refrescantes y gastaron 1.510,6 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 42,2 litros de consumo y 33,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las bebidas refrescantes (37,51 litros por persona y año), y dentro de ellas, los consumos más elevados se registran en los refrescos de cola (18,94 litros per cápita) seguidos de los refrescos de naranja (6,85 litros per cápita). Por su parte, la gaseosa alcanza un consumo de 4,71 litros por persona y año. En términos de gasto, las bebidas refrescantes concentran el 96%, con un total de 32,25 euros por persona, mientras que las gaseosas representan el 4%, con 1,34 euros por persona.

En términos per cápita, el consumo de bebidas refrescantes durante el año 2008 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de bebidas refrescantes, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra



pra trabaja fuera del hogar, el consumo de bebidas refrescantes es superior.

- En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años, el consumo de bebidas refrescantes es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.
- Los hogares formados por dos personas muestran los consumos más elevados de bebidas refrescantes, mientras que los índices son más reducidos en los núcleos familiares de 5 o más miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bebidas refrescantes, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los retirados y parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Andalucía y Canarias cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra y La Rioja.

CONSUMO (MILLONES DE LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES EN ESPAÑA

2008

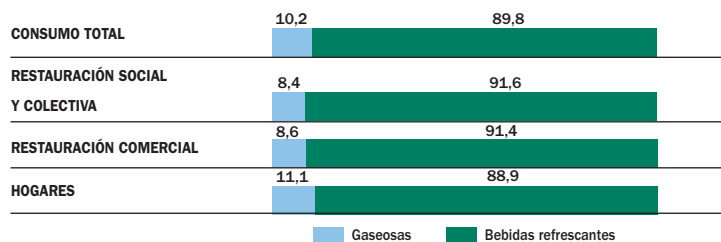
	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	1.898,61	1.510,65	1.081,38	1.929,51	40,25	51,87	3.020,24	3.492,03
GASEOSAS	211,64	60,26	93,24	62,12	3,39	2,01	308,27	124,39
BEBIDAS REFRESCANTES	1.686,98	1.450,40	988,14	1.867,39	36,86	49,86	2.711,98	3.367,65

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

PARTICIPACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES EN EL CONSUMO

PORCENTAJE

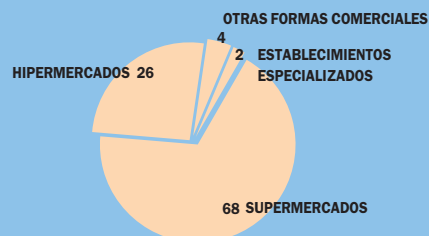
2008



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES POR FORMATOS PARA HOGARES

PORCENTAJE

2008



CONSUMO (MILLONES DE LITROS/LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS/EUROS) EN GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES DE LOS HOGARES

2008

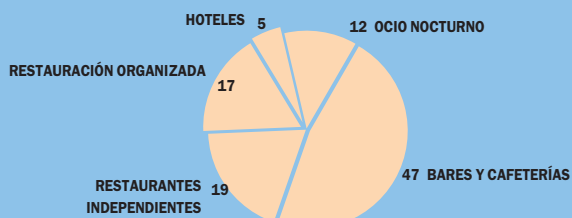
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CÁPITA	TOTAL	PER CÁPITA
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	1.898,61	42,22	1.510,65	33,59
GASEOSAS	211,64	4,71	60,26	1,34
BEBIDAS REFRESCANTES	1.686,98	37,51	1.450,40	32,25
NARANJA	308,10	6,85	205,43	4,57
LIMÓN	143,89	3,20	85,82	1,91
COLA	851,96	18,94	743,58	16,53
NORMAL	487,14	10,83	420,74	9,35
LIGHT	252,84	5,62	237,39	5,28
SIN CAFEÍNA	57,60	1,28	45,37	1,01
LIGHT SIN CAFEÍNA	54,38	1,21	40,09	0,89
BEBIDA REFRESCANTE TÓNICA	23,74	0,53	29,51	0,66
BEBIDA REFRESCANTE TÉ Y CAFÉ	62,75	1,40	58,22	1,29
BEBIDA REFRESCANTE ISOTÓNICA	96,18	2,14	129,31	2,88
OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES	200,37	4,46	198,52	4,41
BEBIDAS CON ZUMO Y LECHE	95,74	2,13	109,69	2,44



DEMANDA DE BEBIDAS REFRESCANTES POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

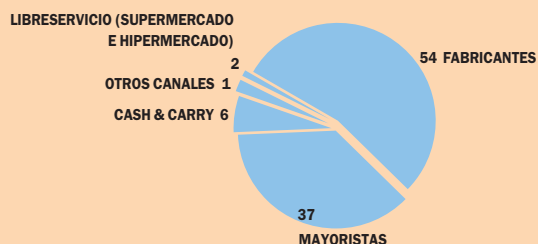
2008



FORMAS DE APROVISIONAMIENTO DE BEBIDAS REFRESCANTES EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

CONSUMO (MILLONES DE LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN BEBIDAS REFRESCANTES EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL, COLECTIVA Y SOCIAL

2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES	1.081,38	1.929,51	40,25	51,87	1.121,66	1.981,50
CON GAS	952,43	1.624,55	35,26	43,11	987,72	1.667,76
CÍTRICOS	240,63	391,50	8,65	9,92	249,29	401,43
COLAS	551,02	1.002,96	22,22	29,34	573,24	1.032,30
GASEOSAS	93,24	62,12	3,39	2,01	96,63	64,13
TÓNICAS	47,03	122,17	0,36	0,74	47,43	122,99
RESTO	20,50	45,81	0,63	1,10	21,14	46,91
SIN GAS	83,99	177,00	3,01	4,87	87,00	181,88
TÉ	37,45	78,96	0,79	1,60	38,25	80,55
RESTO	46,54	98,05	2,21	3,27	48,75	101,32
ISOTÓNICAS	29,46	60,36	0,77	1,53	30,23	61,88
ENERGÉTICAS	15,50	67,61	0,35	1,15	15,85	68,77
RESTO BEBIDAS	0,01	0,02	0,86	1,21	0,87	1,23
HORCHATA	0,49	1,38	0,00	0,00	0,49	1,38

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

En cuanto al lugar de compra, en 2008 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bebidas refrescantes a los supermercados (68% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 26% y los establecimientos especializados llegan al 2%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 4%.

Restauración, colectividades e instituciones

Durante al año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 1.121,7 millones de litros de bebidas refrescantes y gastaron 1.981,5 millones de euros en estos productos. En la restauración comercial, las bebidas refrescantes representan un 96,4% del consumo y un 97,4% del gasto, mientras que en la restauración colectiva y social, las bebidas refrescantes alcanzan el 3,6% del consumo y el 2,6% del gasto.

En la restauración comercial, las cafeterías y bares concentran el 47% del consumo de bebidas refrescantes, los restaurantes independientes el 19%, la restauración organizada el 17%, el ocio nocturno el 12% y los hoteles el 5% restante.

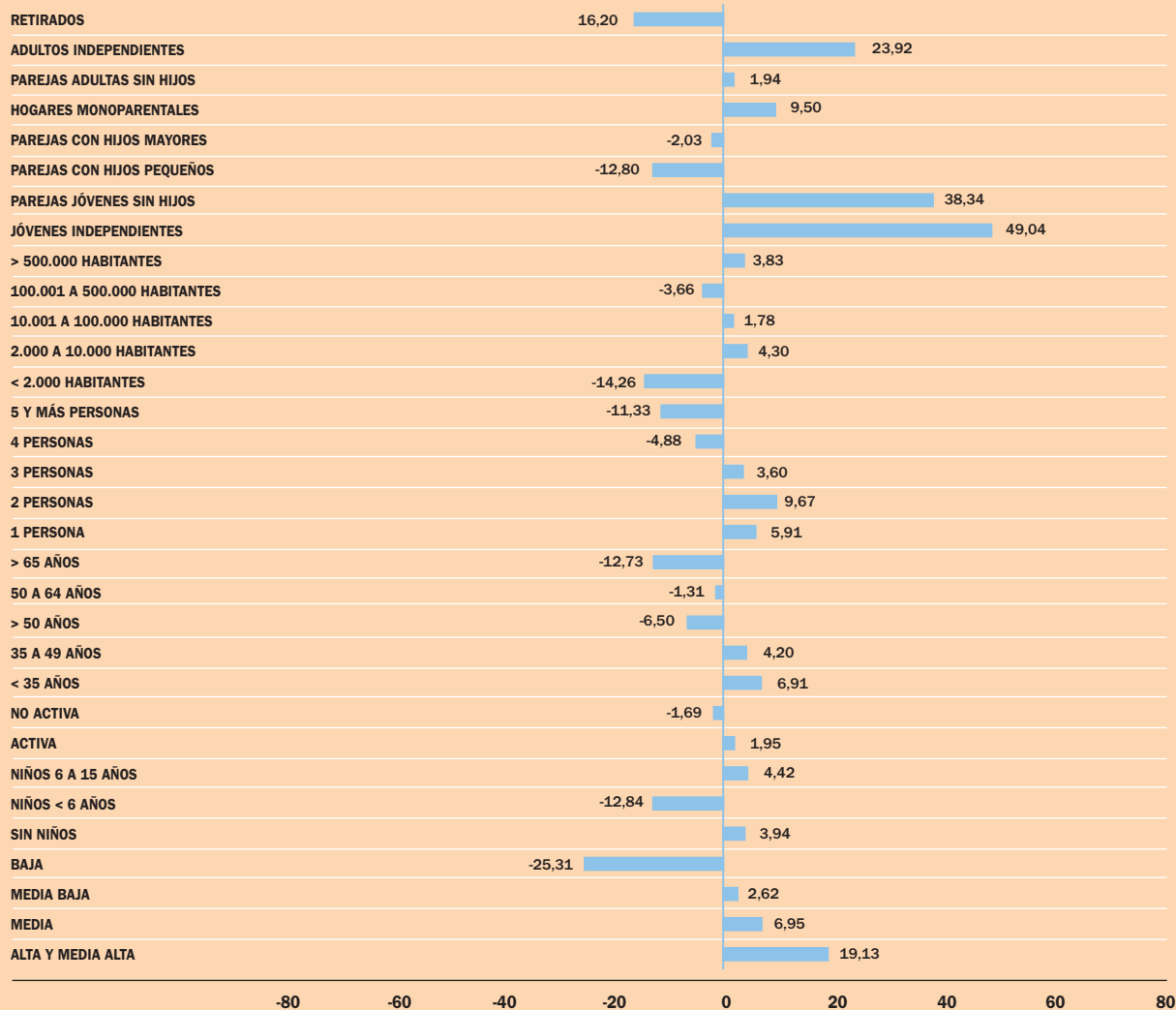
Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de bebidas refrescantes en Andalucía, Extremadura y Madrid.



La restauración comercial utiliza al fabricante como principal fuente de aprovisionamiento de bebidas refrescantes (alcanza una cuota del 54%), seguido del mayorista, con una cuota del 37%. El cash & carry representa el 6% y el librespervicio (supermercado e hipermercado), el 2%. El resto de canales de compra son menos significativos. ○

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS REFRESCANTES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL *
PORCENTAJE

2008



* Media nacional = 42,2 litros por persona.

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD
DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS REFRESCANTES

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCA DE CALIDAD «CV» PARA PRODUCTOS AGRARIOS
Y AGROALIMENTARIOS

HORCHATA DE CHUFA DE VALENCIA

