

## CONSUMO DE BEBIDAS

### SUBEN AGUAS Y REFRESCOS. BAJAN CERVEZAS Y ZUMOS

**LOS RESULTADOS DE LOS PANELES DE CONSUMO DOMESTICO EN 1995 REFLEJAN PARA EL SECTOR DE BEBIDAS LA MISMA TENDENCIA A LA BAJA QUE EN EL CONJUNTO DE PRODUCTOS DE ALIMENTACION.**

■ ESTEBAN LOPEZ PLAZA  
PERIODISTA

El consumo global de bebidas en los hogares españoles durante 1995 refleja la misma tendencia de descenso generalizado que el conjunto de los productos de alimentación, dentro de una tendencia que se inició ya en 1994 y que mantiene similares características en los resultados del primer trimestre de 1996.

De acuerdo con los datos que facilitan los paneles de consumo alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, referidos a consumo doméstico, en 1995 se registró, además, una especial incidencia coyuntural de la sequía en buena parte de España, traducida en un aumento muy importante en el consumo de aguas envasadas y refrescos, frente a la tendencia contraria en el resto de bebidas.

#### **CERVEZA. MAYOR VARIEDAD, MENOR CONSUMO**

El consumo de cerveza en hogares durante 1995 superó los 520 millones de litros, con un valor superior a 73.000 millones de pesetas, frente a los 530,5 millones de litros y 74.400 millones de pesetas correspondientes a 1994. En términos relativos, los datos de 1995 suponen una media de 13,3 litros por persona y año experimentando, casi un 2% menos que el año anterior.

Aunque los datos aportados por los hogares no son significativos en relación al consumo total de cerveza, ya que tan sólo representan el 20%, frente al 80% del segmento de la hostelería y restauración, si marcan la tendencia de un descenso general que se inició a partir de 1992, cuando se llegó al récord de consumo total de cerveza en España, con más de 71 litros por persona.



La proyección del consumo total para 1995, incorporando el segmento de la hostelería y la restauración estaría por debajo de 64 litros por persona, lo que significa volver a los niveles de consumo de 1987.

Aunque aparentemente los datos pueden reflejar un retroceso en el consumo de cerveza, lo que marcan realmente es el estancamiento y la normalización de un mercado que conoció un crecimiento espectacular en los últimos años de la década de los años 80, debido a la apertura del mercado español a las grandes multinacionales del sector, lo que provocó una multiplicación de la oferta que vino ligada a la moda de beber cerveza en

detrimiento del consumo de vino.

Una vez pasada la euforia de la moda y cuando el consumo de vino inicia una recuperación lenta pero constante, el consumo de cerveza tiende a la normalización y a un cierto estancamiento en niveles más próximos a nuestra tradición cultural alimentaria.

Por áreas geográficas, la disminución en el consumo de cerveza en los hogares se generalizó durante 1995 en todas las zonas, a excepción de Castilla y León y las comunidades autónomas de la zona noreste.

Andalucía sigue siendo el área geográfica de mayor consumo, con una media de 21,6 litros por persona al año, lo que supone casi quintuplicar el consumo de Castilla y León, que es, a su vez, la comunidad autónoma con el menor consumo de cerveza en España, con 4,8 litros por persona.

El tamaño del hábitat, como sucede en otros productos, tiene una influencia considerable en el consumo de cerveza y aunque se ha producido un descenso generalizado que afecta a todos los núcleos poblacionales, a



**CUADRO Nº 1**  
**CONSUMO DE CERVEZA,**  
**ZUMOS, AGUAS Y REFRESCOS**  
 (VOLUMEN Y VALOR DE LAS COMPRAS  
 PARA CONSUMO DOMESTICO EN 1995)

	CANTIDADES COMPRADAS (MILL. LITROS)	VALOR (MILL. PTAS.)
CERVEZA	521	73.060
TOTAL ZUMO Y NECTAR	422	40.367
UVA/MOSTO	25	2.679
OTRAS FRUTAS	398	37.688
AGUA MINERAL	1.425	39.196
GASEOSA Y REFRESCOS	1.325	117.498
<b>TOTALES</b>	<b>4.116</b>	<b>310.488</b>

FUENTE: MAPA

excepción de las zonas rurales de menos de 2.000 habitantes y las ciudades medias comprendidas entre 10.000 y 100.000 habitantes, que son las únicas que mantienen un consumo superior a la media nacional con casi 14 litros por persona al año, y los grandes núcleos de población de más de medio millón de habitantes, que son los mayores consumidores con 15,3 litros por persona al año.

Por lugares de compra, los hogares, como sucede con la mayor parte de las bebidas, las adquieren mayoritariamente en los supermercados e hipermercados, con el 71,5% del total, aunque se detecta un leve retroceso de los supermercados en favor de los hipermercados que han pasado de una cuota de mercado del 7,6% en 1989 al 26,6% en 1995, mientras que los supermercados y autoservicios, que en 1989 controlaban el 43% de las ventas totales, ascienden levemente y llegan hasta el 44,7% en los resultados correspondientes a 1995.

Por su parte, las tiendas tradicionales han reducido, sólo en un año, su cuota de mercado del 25,7% de 1994 al 20,4% en 1995, fundamentalmente por su incapacidad para competir en precios con las grandes superficies, porque entre uno y otro tipo de establecimientos puede haber variaciones de hasta 20 y 30 pesetas/litro.

### ZUMOS DEPRIMIDOS

Las tendencias de consumo en el sector de zumos tienen su mejor reflejo al analizar el comportamiento del consumo en los hogares españoles, ya que en este caso, frente al resto de bebidas, es en el consumo doméstico donde se concentran la mayor parte de las compras y el gasto en este producto, ya que alcanzan el 75% del total, mientras que la cuota de los establecimientos de hostelería y restauración es del 22%.

El consumo de zumos de frutas y vegetales en los hogares españoles durante 1995 experimentó un apreciable descenso, que refuerza la tendencia decreciente en el consumo de estos productos en los últimos cuatro años, tras el fuerte incremento producido entre 1990 y 1992. Hace cuatro años el consumo en hogares era de 12 litros por persona al año, mientras que en 1995 fue de 10,8 litros.

Durante 1995 el consumo total de zumos en hogares fue de 422 millones de litros, frente a los 455 millones de litros consumidos en 1994, lo que supone un descenso relativo del 8%. En el conjunto de zumos es necesario destacar la vertiginosa caída del consumo en hogares de mosto y zumo de uva, ya que a pesar de las campañas de promoción realizadas en los últimos años, en 1995 el consumo en los hogares españoles fue de 0,6 litros por persona, con un descenso del 30% respecto al año anterior y situándose en los niveles de consumo más bajos de la última década.

Por zonas geográficas, el descenso en la compra de zumos se generalizó en todas las comunidades autónomas, con las únicas excepciones de las de Levante y Canarias donde se incrementó levemente su consumo. En Canarias se registran los mayores consumos de zumo, con 18 litros por persona y año, superando en casi 8 litros la media nacional. También se encuentran por encima de la media nacional los consumidores andaluces y los del noreste, mientras que Galicia, las comunidades autónomas del norte de España, Castilla y León y la zona centro-sur se sitúan por debajo.

El tamaño del hábitat tiene una influencia apreciable en el consumo de zumos y a pesar de que se ha producido un descenso generalizado que afecta a todos los núcleos poblacionales, los únicos que mantienen un consumo superior a la media nacional son los núcleos

CUADRO Nº 2

**CONSUMO DE CERVEZA, ZUMOS, AGUAS Y REFRESCOS**

**DISTRIBUCION TERRITORIAL DE LAS CANTIDADES COMPRADAS POR LOS HOGARES EN 1995**

	ESPAÑA	NORESTE	LEVANTE	ANDALUCIA	CENTRO-SUR	CAST. Y LEON	NOROESTE	NORTE	CANARIAS
<b>TOTAL MILES DE LITROS</b>									
CERVEZA	520.216	110.301	77.553	151.076	109.051	12.364	25.384	21.707	12.786
TOTAL ZUMO Y NECTAR	421.972	94.728	52.638	95.675	69.714	22.600	25.958	31.310	29.346
UVA/MOSTO	24.154	3.368	2.867	5.238	5.360	1.119	2.599	2.848	754
OTRAS FRUTAS	397.818	91.363	49.771	90.437	64.354	21.480	23.357	28.460	28.592
AGUA MINERAL	1.424.672	408.436	205.120	404.482	139.184	51.863	68.662	50.451	96.482
GASEOSA Y REFRESCOS	1.324.846	272.843	160.616	303.229	280.455	73.617	101.171	91.142	41.777
<b>LITROS POR PERSONA</b>									
CERVEZA	13,32	13,74	15,66	21,60	14,18	4,86	6,69	6,37	7,86
TOTAL ZUMO Y NECTAR	10,81	11,80	10,63	13,68	9,07	8,88	6,84	9,19	18,04
UVA/MOSTO	0,62	0,42	0,58	0,75	0,70	0,44	0,68	0,84	0,46
OTRAS FRUTAS	10,19	11,38	10,05	12,93	8,37	8,44	6,16	8,35	17,57
AGUA MINERAL	36,49	50,86	41,43	57,83	18,10	20,37	18,10	14,80	59,30
GASEOSA Y REFRESCOS	33,93	33,98	32,44	43,35	36,47	28,91	26,66	26,74	25,68

FUENTE: MAPA

de población entre 2.000 y 10.000 habitantes, con 11,4 litros por persona, casi 1 litro más que la media nacional; y las poblaciones de 10.000 a 100.000 habitantes, con 12,2 litros por persona. Por su parte, las poblaciones con menores consumo se incluyen en el segmento de hábitats rurales con menos de 2.000 habitantes, que apenas alcanzan 7,7 litros por persona y año.

Por tipos de establecimientos, las compras de zumos para consumo en los hogares se realizan mayoritariamente en los supermercados, que absorben el 53% del total, seguidos de los hipermercados, con un 28%, si bien en el caso de los supermercados van perdiendo cuota de mercado de forma progresiva –en 1994 tenían un 54% y en 1989, un 59,6%–, en favor de los hipermercados, que han pasado de un 9,6% en 1989 a casi un 25% en la actualidad.

Las tiendas tradicionales retroceden lenta pero constantemente, y apenas alcanzan el 14% de las ventas totales mientras que en 1989 tenían una cuota de mercado del 25%. A destacar la escasa participación en las ventas de zumos de establecimientos no convencionales como economatos, mercadillos, o compras directas que globalmente tan solo representan una cuota de mercado del 4%.

**AGUAS MINERALES. CONSUMO TORRENCIAL**

El consumo de aguas minerales en los hogares españoles experimentó un espectacular incremento en el último año. Aunque existen causas coyunturales, como el

largo periodo de sequía que ha afectado a una gran parte de España y que incide directamente en el aumento del consumo de aguas envasadas, no es menos cierto que desde el año 1987, en que se empieza a elaborar el panel alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el consumo de aguas minerales no ha dejado de crecer.

Las cifras hablan por sí solas. En 1987, los hogares españoles consumieron 454 millones de litros de aguas minerales. En 1995, el consumo fue de 1.425 millones de litros. Hay que tener en cuenta que en estas cifras no se recogen los consumos realizados por los segmentos de hostelería, restauración e instituciones que representan conjuntamente el 40% del consumo total de aguas minerales.

En el último periodo analizado el consumo en los hogares españoles fue de 1.425 millones de litros de aguas minerales por un valor de 39.200 millones de pesetas, frente a los 1.212 millones de litros consumidos en 1994 con un gasto de 32.250 millones de pesetas lo que arroja un crecimiento del consumo de casi el 17,5% y un aumento del gasto de 7.000 millones de pesetas, lo que significa un alza de casi el 22%. El consumo relativo en 1995 fue de 36,5 litros de agua envasada por persona y año, 5,5 litros más que en 1994.

Por zonas geográficas el aumento en el consumo de aguas envasadas fue generalizado en todas las Comunidades Autónomas, a excepción de Canarias, que es la zona de mayor consumo, con 59 litros por persona y año. En los crecimientos de 1995 destaca Andalucía,

CUADRO Nº 3

### CONSUMO DE CERVEZA, ZUMOS, AGUAS Y REFRESCOS. CUOTA DE MERCADO POR TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS DE LAS COMPRAS PARA CONSUMO DOMESTICO EN 1995 (%)

	T. TRADICIONAL	SUPER	HIPER	OTROS (1)
CERVEZA	20,42	44,76	26,68	8,14
TOTAL ZUMO Y NECTAR	14,19	53,29	28,40	4,12
LIVA/MOSTO	18,10	50,14	23,36	8,40
OTRAS FRUTAS	13,91	53,52	28,76	3,81
AGUA MINERAL	26,47	42,91	18,27	12,35
GASEOSA Y REFRESCOS	14,03	49,75	30,53	5,69

(1) Incluye venta a domicilio, mercadillos, venta ambulante, etc.

FUENTE: MAPA



que llegó a registrar un consumo doméstico de 58 litros por persona y año, casi el doble de 1994, cuando se llegó a 30 litros. El menor consumo se localiza en Galicia, con 18 litros por persona y año.

El tamaño del hábitat tiene una influencia fundamental en el consumo de aguas minerales y, a pesar de que se ha producido un incremento generalizado que afecta a todos los núcleos poblacionales, los que mantienen un consumo superior a la media nacional son los núcleos de población entre 10.000 y 100.00 habitantes con 42,5 litros por persona, lo que se traduce en más de 6 litros sobre la media nacional; las poblaciones rurales de menos de 2.000 habitantes registran los menores consumos, con 11,5 litros por persona y año.

Por tipos de establecimientos, las compras de agua mineral se siguen realizando mayoritariamente en los supermercados, con el 43% del total, si bien la pérdida progresiva de importancia de estos establecimientos en las compras de los hogares parece evidente, ya que hace cinco años concentraban una cuota superior al 50%, lo que representa una pérdida de más de 7 puntos porcentuales.

Los hipermercados, con el 18%, recogen parcialmente una parte de la cuota perdida por los supermercados, mientras que las tiendas tradicionales conservan una cuota considerable, con el 26,5%. A destacar la importancia en la compra de los hogares de aguas envasadas en establecimientos no convencionales, que conjuntamente controlan una cuota de mercado del 12%.

#### LA CHISPA DE LA VIDA

El consumo de bebidas refrescantes en España durante 1995 experimenta un fenómeno de crecimiento continuado similar al de las aguas minerales, consolidando las tendencias registradas en los últimos ocho años, hasta alcanzar su máximo nivel de consumo. El crecimiento

sostenido de bebidas refrescantes perfila unos niveles de consumo similares a los de la media del resto de países de la Unión Europea.

Durante 1995 el consumo de bebidas refrescantes en los hogares españoles fue de 1.325 millones de litros, con un valor de 117.500 millones de pesetas, lo que representa un crecimiento medio respecto al año anterior del 2% en este segmento del consumo que concentra el 52% del total, ya que el 48% restante pertenece a los consumos realizados por el sector de hostelería y restauración. La proyección del consumo total por persona y año podría superar por primera vez los 64 litros, ya que en lo referido solo a hogares se alcanzan los 34 litros por persona y año.

Este aumento ha sido general en casi todas las zonas geográficas con la excepción de las más consumidoras, como Andalucía, con 43 litros por persona en 1995, y las regiones del centro-sur, con 36,5 litros, que reflejan leves descensos respecto al año anterior. Los menores consumos están localizados en Canarias, con 25,6 litros por persona, seguidos de la zona norte y Galicia, con 26,5 litros, y Castilla y León con 29 litros.

Como en el resto de bebidas, el tamaño del hábitat también caracteriza el consumo de bebidas refrescantes, que es muy bajo en las zonas rurales, fundamentalmente en los núcleos de menos de 2.000 habitantes, con un consumo de 30 litros por persona y año, mientras que las poblaciones de 10.000 a 100.000 habitantes son las de mayor consumo, con 36,6 litros por persona en 1995.

En cuanto al reparto del mercado por tipos de establecimiento en las ventas de refrescos para consumo doméstico, los autoservicios y supermercados se sitúan en primer lugar, con el 50% del total, seguidos de los hipermercados, con el 30,5%. Las tiendas tradicionales mantienen un 14% y el resto de fórmulas no convencionales de venta, como mercadillos o venta ambulante, controlan una cuota del 5%. □