

Bebidas refrescantes

Aumenta la producción y se estanca el consumo



De acuerdo con los datos que se desprenden del panel de consumo del Ministerio de Agricultura, el mercado español de bebidas refrescantes supera los 2.500 millones de litros anuales, con tendencia a crecer en los últimos años. El valor global de este consumo ascendió en 1998 a 333.000 millones de pesetas (2.001 millones de euros).

Por sabores, 52,7% de los refrescos producidos en España son de cola, el 15,7% de naranja, el 12,4% son gaseosas, el 10,7% tienen como base el limón, el 3,7% son de lima-limón, el 2,5% está compuesto por tónicas, el 0,8% por bitters, el 0,3% por seltz y un porcentaje similar por refrescos de manzana.

Atendiendo a las grandes categorías, el 26,4% de la oferta está compuesto por bebidas de zumo, el 60,9% por bebidas de extractos, entre las que las colas constituyen la gran mayoría; y el último 12,7% por bebidas aromatizadas y gaseosas.

Un segmento emergente es el de los refrescos bio, que pueden rondar ya los 10 millones de litros. Se trata de refrescos

con elevados porcentajes de zumo, vitaminizados y con fibra.

Por lo que hace referencia al envasado, el 52,2% de los refrescos españoles se presentan en envases de plástico, el 23,8% en latas, el 17% en vidrios retornables, el 3,8% se sirven a través de máquinas dispensadoras, y el 3,2% aparece en el mercado en botellas de vidrio no retornable.

FUERTE CONCENTRACIÓN EMPRESARIAL

La estructura empresarial del sector de bebidas refrescantes muestra una muy fuerte concentración: cuatro grandes grupos de capital esencialmente multinacional se reparten un mercado en el que han irrumpido con fuerza las marcas blancas de distribución.

El líder destacado del sector, Coca Cola, ostenta una cuota de ventas cercana al 55% del total y de año en año aumenta su porcentaje. En el caso de los refrescos de cola, que constituyen el segmento más importante, dos de cada tres

botellas vendidas son fabricadas por este grupo. La segunda compañía, Pepsi Cola, acumula en la actualidad un 13% de las ventas, pero parece haber perdido peso y se encuentra inmersa en un proceso de reestructuración.

El tercer grupo (La Casera) posee una cuota del 11%, mientras que el cuarto (Schweppes) llega hasta el 6%. Las marcas blancas acaparan ya una cuota de mercado del 12%, mientras que el resto se reparte entre los fabricantes más pequeños del sector.

El número total de empleos directos creados por todas estas empresas supera los 10.000. Fuertes inversiones publicitarias e industriales, diversificación continua de las ofertas y modificaciones en la estructura productiva marcan la realidad empresarial del sector, en el que, pese a la gran concentración, se están produciendo numerosas modificaciones. El establecimiento de franquicias resulta una práctica habitual en el sector y dota a éste una gran movilidad.

Por tipos de envases, más de la mitad de las bebidas refrescantes que se producen en España se presentan en plástico. El segundo formato más utilizado es la lata –casi un cuarto de la producción total–, seguido del vidrio retornable (17%). A mucha distancia encontramos los envases que se sirven en máquinas dispensadoras –no llegan al 5%– y por último los que se presentan en vidrio no retornable.

CONSUMO ESTANCADO

El consumo total de bebidas refrescantes en España alcanzó algo más de 2.513 millones de litros en 1998, ligeramente por debajo de los 2.527 millones de litros del año anterior. Los datos de 1998 suponen un consumo per cápita de 63,2 litros anuales.

La mayor parte de las bebidas refrescantes, un 60%, se consumen dentro del hogar. Por tipos de refresco, cabe resaltar



Bebidas refrescantes

CUADRO Nº 1

CONSUMO DE GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES EN ESPAÑA

1998

CANTIDADES COMPRADAS EN LITROS

	HOGARES TOTAL (MILLONES)	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (MILLONES)	INSTITUCIONES (MILLONES)	TOTAL CANTIDAD COMPRADA (MILLONES)	TOTAL PER CÁPITA	% SOBRE EL TOTAL NACIONAL		
						% HOGARES TOTAL	% HOSTELERÍA TOTAL	% INSTITUCIONES TOTAL
TOTAL GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES	1.509,04	986,10	18,26	2.513,40	63,2	60,04	39,23	0,73
GASEOSAS	248,72	181,49	4,45	434,67	10,9	57,22	41,75	1,02
BEBIDAS REFRESCANTES	1.260,32	804,61	13,81	2.078,74	52,2	60,63	38,71	0,66
REFRESCO DE NARANJA	262,26	165,56	3,24	431,06	10,8	60,84	38,41	0,75
REFRESCO DE LIMÓN	162,66	139,67	2,64	304,98	7,7	53,34	45,80	0,87
REFRESCO DE COLA	749,70	394,14	5,38	1.149,22	28,9	65,24	34,30	0,47
TÓNICA	13,19	65,63	1,22	80,04	2,0	16,48	82,00	1,53
OTROS REFRESCOS	72,50	39,61	1,32	113,43	2,9	63,92	43,92	1,16

GASTO EN PESETAS

	HOGARES TOTAL (MILES DE MILL.)	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (MILES DE MILL.)	INSTITUCIONES (MILES DE MILL.)	TOTAL CANTIDAD COMPRADA (MILES DE MILL.)	TOTAL PER CÁPITA	% SOBRE EL TOTAL NACIONAL		
						% HOGARES TOTAL	% HOSTELERÍA TOTAL	% INSTITUCIONES TOTAL
TOTAL GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES	124,95	205,39	2,37	332,71	8.361,9	37,56	61,73	0,71
GASEOSAS	10,92	13,48	0,25	24,65	619,5	44,30	54,67	1,03
BEBIDAS REFRESCANTES	114,03	191,92	2,11	308,06	7.742,5	37,02	62,30	0,69
REFRESCO DE NARANJA	20,46	39,95	0,48	60,88	1.530,0	33,60	65,62	0,78
REFRESCO DE LIMÓN	11,74	33,68	0,40	45,82	1.151,5	25,62	73,52	0,86
REFRESCO DE COLA	68,82	91,89	0,83	162,55	4.085,3	42,96	56,53	0,51
TÓNICA	2,02	16,84	0,19	19,05	478,7	10,58	88,42	1,00
OTROS REFRESCOS	10,00	9,55	0,22	19,77	496,9	50,57	48,32	1,11

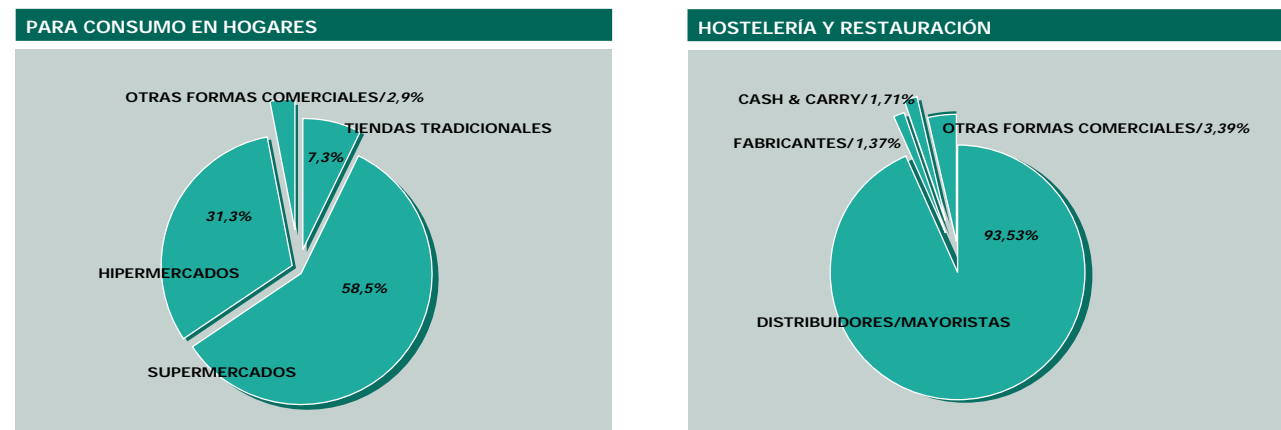
FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Bebidas refrescantes

GRÁFICO N° 1

DISTRIBUCIÓN DE GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES EN ESPAÑA POR FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

1998



FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

que en las tónicas es muy superior el consumo extradoméstico, mientras que los refrescos de cola y naranja se consumen mucho más en los hogares.

Andalucía, Cataluña y la zona Centro-Sur poseen consumos por encima de la media nacional, mientras que las regiones del norte peninsular, sobre todo Castilla y León, tienen los consumos más bajos.

En función del tamaño de los núcleos de población, no existen grandes diferencias de consumo y en cuanto al perfil del consumidor, cabe destacar que las personas que viven solas, las parejas sin hijos o aquellas que los tienen en edades comprendidas entre los 6 y los 15 años toman refrescos de una forma más habitual. Los estratos sociales más consumidores son el medio y el medio-alto y la franja de edad más bebedora de estos productos abarca desde los 35 a los 50.

PREDOMINIO DE LAS GRANDES SUPERFICIES

Los españoles consumen una media anual de 38,17 litros de bebidas refres-

cantes por persona y año en el ámbito del hogar, mientras que en hostelería y restauración beben 25 litros.

Un 63,2% de las compras para consumo en el hogar se realiza en supermercados, un 30,85% en hipermercados y un 5,5% en tiendas tradicionales.

En hostelería y restauración, la casi totalidad de las compras de refrescos se hacen a distribuidores -86,37%- , mientras que se recurre a mayoristas solo en un 6,1% de los casos.

PENDIENTES DE LA OPERACIÓN COCA COLA-SCHWEPES

El sector empresarial de bebidas refrescantes se vió convulsionado en diciembre del pasado año, cuando Coca Cola alcanzó un acuerdo con Schweppes para comprar esta última empresa. Sin embargo, esta operación quedaba supe-

ditada a que las autoridades de la competencia de los países implicados dieran su aprobación.

ya ha encontrado las primeras objeciones. En Italia y Reino Unido quizás llegue a buen término porque, aún llevándose a cabo la compra, Coca Cola no alcanzaría el 50% del mercado de refrescos.

En el caso de España, Pepsi Cola ha requerido al Tribunal de Defensa de la Competencia que se pronuncie al respecto. La respuesta se espera para antes del verano.

Si el Tribunal no autorizase la operación, se sentaría un precedente histórico, porque hasta la fecha no se ha opuesto a una compra de estas características, aunque sí ha impuesto condiciones.

Si por el contrario no hubiera objeciones y la adquisición se llevara a cabo, Coca Cola alcanzaría en España una cuota de mercado del 87,8% en colas, un 92,5% en tónicas y un 63,5% en refrescos de naranja y limón.

Finlandia, Noruega, Polonia, Irlanda y República Eslovaca ya han dado su visto bueno a la compra, con lo que la adquisición de Schweppes por parte de Coca Cola podría llegar a tener dimensiones comunitarias. ■

