



Bebidas refrescantes y aguas envasadas

Aumenta el consumo en los hogares

♦ Ángel Marques Ávila
Periodista

Resumen: La industria de bebidas refrescantes está formada por empresas de distinto tamaño, con gran arraigo en España. Todas ellas elaboran y comercializan sus productos aquí, por lo que hacen una destacada aportación a la economía, tanto por el efecto directo de la producción como por toda su cadena de valor, que incluye sectores como la agricultura, hostelería, distribución, turismo, servicios, etc. El sector de bebidas refrescantes genera unos 71.000 empleos directos e indirectos (9.500 directos), llegando en el último año a una facturación de 4.400 millones de euros, dedicando 350 millones de euros en inversión anual, aportan al estado 500 millones de euros de impuestos.

España ocupa el cuarto lugar de la Unión Europea en la producción de agua mineral, por detrás de Alemania, Italia y Francia, y el tercero en consumo, después de Italia y Alemania. En España, el agua es el tipo de bebida que ocupa mayor proporción de volumen dentro del segmento de bebidas, si bien su cuota en valor es menor, como consecuencia de su bajo precio medio.

Palabras clave: bebidas refrescantes, gaseosas, aguas envasadas, consumo, mercado.

Los cambios en los hábitos de vida y consumo forzados por la crisis sanitaria de la Covid-19 se reflejaron durante 2020 en un incremento de las compras y el consumo de alimentos y bebidas en los hogares. Así se confirma, con carácter general, en el panel de consumo alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y también de manera específica para los grupos de bebidas refrescantes, gaseosas y aguas envasadas.

En el caso concreto de las bebidas refrescantes y las gaseosas, en 2020 se registró un crecimiento del 9,6% en el volumen de consumo en hogares, mientras que en valor el aumento fue del 12,1%; debido al incremento en el precio medio de este grupo de productos, que fue de 0,86 €/l, un 2,2% más que el año anterior.

Los hogares españoles destinaron en 2020 a la compra de esta categoría el 2,14% del presupuesto medio asignado para la compra total de alimentación y bebidas. Ello implica un gasto per cápita de 36,69 euros por persona y año, lo que supone un 11,8% más que el año anterior. Por su parte, el consumo per cápita ascendió en 2020 a 42,48 litros por persona, un 9,4% más que en 2019.

TENDENCIA A LARGO PLAZO

En todo caso, pese al incremento excepcional de 2020, la tendencia en consumo en hogares para la categoría de gaseosas y bebidas refrescantes a largo plazo es decreciente. Entre 2013 y 2020 ha bajado un 5,9%. Esto es debido principalmente a un descenso en la compra doméstica de bebidas refrescantes tipo naranja, así como en las bebidas refrescantes tipo cola. Por su parte se intensifica la compra de otro tipo de bebidas refrescantes como son tónicas, bebidas refrescantes de té o café o bebidas refrescantes isotónicas.

Dentro de la categoría de bebidas refrescantes, son las bebidas de cola las que acumulan la mayor proporción tanto en volumen como en valor (46,5% y 48,9% respectivamente). Su compra se intensifica por parte de los hogares españoles con un incremento que supera el promedio del mercado (10,9% y 16,5% respectivamente). Las bebidas refrescantes sabor naranja son las siguientes por orden de importancia con una proporción del volumen del 11,1%, y correspondencia en valor del 8,6%. Su intensidad de compra pese a crecer lo hace a un ritmo más moderado (3,5% en volumen). Las bebidas refrescantes sabor limón alcanzan una cuota del volumen de un 6,8%, siendo su porcentaje en valor del 5%. El consumo de este tipo de bebidas se ha incrementado con respecto al año 2019 (14,3% de crecimiento en volu-

men). Hay que destacar el incremento de bebidas refrescantes tipo tónica, con una evolución destacada del 21,5% a cierre de año 2020.

En cuanto al consumo per cápita, las bebidas refrescantes de cola tienen la mayor proporción del consumo per cápita, con 19,97 litros en 2020, y su incremento es del 10,6%, lo que supone una ingesta de 1,92 litros más por persona que en 2019.

El 53% del volumen del mercado se distribuye en supermercados y autoservicios, es decir más de 1 de cada 2 litros se adquiere en esta tipología de canal, y su evolución a cierre de año es favorable con un incremento del 9,8%. Se produce un aumento en la demanda en establecimientos como tienda tradicional y ecommerce, con variaciones que superan el 45% de evolución pese a ser plataformas con muy poco peso dentro de la categoría.

El precio medio de las bebidas refrescantes es de 0,86 €/l a cierre de 2020, suponiendo un aumento del 2,2%. Contrario a este comportamiento de aumento de precio que se produce a nivel nacional, la tienda descuento y el canal e-commerce reducen sus precios un 0,1% y un 1,2% respectivamente. El precio más asequible se localiza en la tienda de descuento: 0,70 €/l, precio un 18,5% más barato que la media. Por el contrario, es el hipermercado el canal con el precio más elevado un 16,8% por encima de la media nacional, con uno de los incrementos en precio más altos en este año (3,7%).

El perfil de hogar consumidor de bebidas refrescantes se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos independientemente de la edad que tengan, al igual que hogares monoparentales. Pertenecen a una clase socioeconómica alta y media alta así como media. Los hogares que mayor consumo concentran son los comprendidos entre 35-y 64 años, debido a que su proporción en volumen supera su peso en población. Los hogares formados por adultos independientes, son aquellos que mayor consumo per cápita realizan de la categoría, en concreto su ingesta media supera el promedio del mercado en un 55,2%, el equivalente a realizar un consumo de 23,47 litros de más por persona y año.

Castilla-La Mancha, Andalucía, Baleares, así como la Región de Murcia, o Galicia son las comunidades autónomas más intensivas en la compra de refrescos. Por su parte las áreas menos intensivas son La Rioja, País Vasco y Navarra entre otros. Es en Andalucía, donde se detecta en el consumo per cápita más alto en refrescos: 47,32 litros, por persona y año, 8,47 litros más que la media. La Rioja donde menor consu-

mo se realiza, 18,05 litros per cápita lo que supone 20,8 litros menos que la media.

LAS AGUAS ENVASADAS TAMBIÉN CRECEN

Los hogares españoles compraron en 2020 compraron un 10,8% más aguas envasadas que en el año anterior. El valor de la categoría creció un 7,7%, una cifra ligeramente inferior debido al efecto que tiene la reducción del precio medio del 2,8%, situando el litro en 0,20 euros.

El consumo per cápita fue de 67,45 litros, un 10,5% más que el año anterior. Por su parte, el gasto per cápita fue de 13,72 euros por persona y año, un 7,4% más que en 2019. Los hogares destinan a la compra de este producto el 0,8% del presupuesto medio para la compra de alimentos y bebidas.

La mayor parte del agua envasada que es adquirida para consumo doméstico se corresponde al tipo de agua sin gas, con una extensión del 96,7% en volumen y 92,0% en valor.

Por su parte, el consumo per cápita de agua envasada en 2020 fue de 67,45 litros, de los que 65,25 litros se corresponden con agua sin gas y los 2,20 litros restantes con agua con gas.

En el canal supermercados y autoservicios se compró en 2020 el 56% de los litros de agua envasada, canal que presenta una evolución creciente del 5,9%, si bien es la menor que se registra en la categoría. El comercio electrónico es quien registra la mayor evolución en volumen con respecto al año anterior (56,2%), pero el peso que mantiene dentro de la categoría es del 3,8% sobre el total del volumen del mercado.

El precio medio de este producto bajó en 2020 un 2,8%, hasta situarse en 0,20 €/litro. Una caída compartida por todas las plataformas de distribución, siendo especialmente destacada para el caso del hipermercado (5,5%). Es además un canal que mantiene el precio medio por encima del promedio nacional (0,23 €/litro vs 0,20 €/litro). Las tiendas descuento se posicionan con el precio más bajo (0,17 €/l), contrariamente, el comercio electrónico registra el precio más alto (0,26€/l).

El perfil de hogar consumidor de agua de bebida envasada se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos de cualquier edad, al igual que parejas adultas sin hijos. Son normalmente de clase socioeconómica media, cuyo responsable de compra tiene entre 35 y 49 años. Son los adultos independientes



quienes realizan la mayor ingesta de este tipo de bebida: 108,15 litros por persona y año, un 60,3% más que la media. Les siguen los jóvenes independientes con una ingesta un 55,2% superior a la media a nivel total España, llegando a los 104,70 litros por persona y año a cierre de año 2020.

Canarias, Islas Baleares, Región de Murcia, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las comunidades autónomas con mayor consumo de agua envasada. Por su parte las áreas menos intensivas son Madrid, País Vasco y Navarra. En Canarias se llega a más que duplicar el consumo per cápita medio español, con una ingesta de 144,82 litros por persona y año. Le siguen los habitantes de Islas Baleares, con 124,55 litros per cápita.

Respecto a las cifras globales del sector de las aguas minerales, está compuesto por alrededor de 70 empresas, de las cuales el 70% son de capital familiar y genera más de 31.000 empleos (6.000 directos y 25.000 indirectos e inducidos).

Las plantas envasadoras deben ubicarse en las zonas de captación del acuífero. Estos emplazamientos coinciden con zonas rurales con escaso tejido industrial y limitadas posibilidades de expansión y desarrollo, por lo que el sector de las aguas minerales contribuye así al desarrollo sostenible de dichas comunidades y a la fijación de su población. La mitad de las plantas envasadoras se encuentran en municipios de menos de 2.000 habitantes. Los niveles de exportación en el sector son aproximadamente un 1% de la producción. ■