

# CAFÉ E INFUSIONES

## CAFÉ

**E**spaña es uno de los primeros países de Europa en producción de café tostado, si bien en el territorio nacional casi no hay producción (sólo se produce café en Canarias).

En el año 2020, según los datos de la Encuesta Industrial de Productos del INE, la producción de café (sin tostar descafeinado, café soluble, tostado sin descafeinar y tostado descafeinado) ascendió a 147.691 toneladas (9% menos que un año antes), por un valor de 1.075 millones de euros (10% menos).

De esta producción, el café tostado sin descafeinar aportó 110.420 toneladas (11% menos que un año antes), por un valor de 858 millones de euros. El café tostado descafeinado alcanzó las 17.093 toneladas, por un valor de 154,8 millones de euros (1.500 toneladas aproximadamente por debajo del año anterior) y el café sin tostar descafeinado supuso las restantes 20.178 toneladas, por un valor de 62,3 millones de euros (producción ligeramente por debajo a la de 2019).

Según el INE, también se produjeron en 2020 unas 54.093 toneladas de extractos, esencias y concentrados de café y sus preparaciones, que alcanzaron un valor de 351,6 millones de euros.

Por su lado, la Asociación Española del Café (AECafé) estimó que la producción nacional de café tostado y soluble rondó las 190.000 toneladas. Según esta asociación, la producción de café en los últimos años ha crecido a un ritmo del 4% anual y España ha pasado a ser el segundo país productor de Europa, por detrás de Alemania.

A este respecto, según AECafé, en los 247.000 establecimientos que sirven café en España se preparan cada día unos 21 millones de tazas de café. Por ello, España es junto al Reino Unido los países de Europa con las cuotas más altas de ventas en el canal HORECA. Asimismo, de cada diez cafés que se sirven en España en el canal HORECA, nueve son sin descafeinar y uno es descafeinado, según las mismas fuentes.

Por su lado, el canal alimentación acapara el 60% de las ventas totales del sector, según los datos de AECafé. En los últimos años, este canal crece en ven-

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAFÉ

EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. Grupo ( *)	2.217,69
Jacobs Douwe Egberts ES, S.L.U.	269,3
Grupo UCC Coffee	85
Seda Outspan Iberia, S.L.	126
Productos Solubles, S.A.	104
Grupo Cafento	49,93
Cafés Candelas, S.L.	42
Grupo Nabeiro (Delta Cafés)	33
Grupo Calidad Pascual. Div Café	25,28
Global Coffee Industries, S.A (Grupo)	15

FUENTE: ALIMARKET. Año 2020. \* Estimación del sector café.

tas, por encima del canal HORECA, que también es importante, pero en 2020 debido a la pandemia y al cierre de la hostelería la diferencia entre un canal y otro se ha disparado. En cualquier caso, en 2019 el mercado en el canal HORECA creció muy por encima del canal alimentación y se espera que cuando se supere la pandemia totalmente se mantenga ese ritmo de crecimiento.

De cada diez cafés que se consumen en casa, aproximadamente ocho son sin descafeinar y dos son descafeinados.

### CÁPSULAS DE SEGUNDA GENERACIÓN

Dentro del canal alimentación, las ventas de cápsulas de café continuaron en 2020 su imparable crecimiento y representan ya casi el 25% de todo el mercado en el hogar.

El mercado del café lleva varios años muy dinámico como consecuencia del impulso que le ha dado la aparición de las cápsulas, las referencias gourmet y las variedades "Premium" y ecológicas, así como también algunas presentaciones listas para ser consumidas.

Una tendencia que se mantuvo en 2020 fue la de las llamadas cápsulas de segunda generación, que son los envases sostenibles y biodegradables. Estas cápsulas se imponen cada vez más en los lineales de supermercados e hipermercados.

Además, el sector de las cápsulas es el que está absorbiendo el grueso de las inversiones en el sector y están atrayendo nuevos competidores en el lineal.

## ACHICORIA Y SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ

Hay algunas bebidas que se emplean como sucedáneos del café. A mediados del pasado siglo XX, esas bebidas eran muy apreciadas por ser más baratas que el propio café, pero hoy en día su consumo es minoritario.

Entre esas bebidas destaca la achicoria, que es la infusión de las hojas de la planta del mismo nombre, una vez tostadas.

La Encuesta Industrial de Productos del INE correspondiente al año 2020 registró una producción de achicoria tostada y otros sucedáneos del café tostado próxima a 1.198.724 kilogramos, por un valor de 3,5 millones de euros.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado nacional del café aparece claramente controlado por unos pocos y grandes grupos multinacionales que, normalmente, tienen un papel protagonista en diversos sectores alimentarios.

Sin embargo, en el año 2020 y debido a la situación provocada por la pandemia (cierres parciales en hostelería, ausencia de turistas, etc.), nuevos operadores han entrado en este mercado, muchos de ellos con importantes negocios en otros sectores agroalimentarios.

La principal empresa productora y comercializadora de café en España es filial de una de esas grandes compañías multinacionales con producciones en varios sectores agroalimentarios. En el último ejercicio computado, la empresa tuvo una producción de 36.000 toneladas, superior a la del ejercicio anterior, con unas ventas en el conjunto de sus negocios que superaron los 2.217 millones de euros (el porcentaje que corresponde al café sería inferior a los 1.000 millones de euros).

La segunda empresa por facturación en el segmento del café llegó a alcanzar un valor de 269 millones de euros; la tercera rondó los 126 millones de euros; la cuarta, especializada en productos solubles para las marcas de distribución, se situó en cerca de 104 millones de euros, mientras que la quinta llegó a 85 millones de euros.

Como organización empresarial representativa en el sector está la Asociación Española del Café (AECafé), que está formada por 115 compañías de 16 comunidades autónomas, que operan en alguna de las diversas facetas de la actividad cafetera: importación de café



verde, café en grano tostado y molido, fabricación de café soluble, comercialización, distribución, venta y exportaciones.

Esta asociación, que nació en 2018, es heredera de la Federación Española del Café, que fue creada en 1985. Defiende los intereses del 90% del sector cafetero español en todas sus vertientes (importación, distribución y comercialización, tostado y soluble), pues representa a las empresas del café verde, el café soluble y el café tostado. Por lo tanto, la Asociación representa toda la cadena de valor del café en España.

A nivel nacional, AECafé es miembro de la Federación de industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y a nivel europeo, de la European Coffee Federation (ECF), que reúne a las asociaciones nacionales de la industria del café de los distintos estados miembro de la Unión Europea.

En el mercado del café las marcas de distribución (MDD) son muy importantes. Según datos de la consultora IRI, en 2020 representaron el 27% de todo el valor de las ventas en la distribución organizada y el 33% del volumen vendido, un porcentaje inferior al del año 2019, que es consecuencia directa de los cambios que se han producido por la pandemia.

La primera marca de fabricante (MDF) representó en este mismo mercado de la distribución organizada el 37% en volumen y el 35,5% en valor, unos porcentajes muy superiores a los del año precedente.

En el caso de las cápsulas, las marcas blancas resultan menos hegemónicas tanto en valor como en volumen.

## COMERCIO EXTERIOR

Dado que en España casi no hay cultivo de café (sólo existe una muy pequeña producción en el Valle de

Agate, Gran Canaria), la totalidad de la materia prima con la que se elaboran las diferentes ofertas debe ser importada.

En 2020 se importaron 344.300 toneladas de los distintos tipos de café, por un valor de 887 millones de euros, según datos de Comercio. Con relación al año precedente, las compras aumentaron un 2% en volumen y un 4% en valor.

Mientras, las exportaciones en 2020 aumentaron un 31% en volumen, al superar las 59.147 toneladas, según las mismas fuentes. Dentro de las exportaciones, destacaron las ventas de café sin tostar (descafeinado o no) y tostado.

En 2020 Vietnam fue de nuevo el principal proveedor de café para el mercado español, con el 39% del total. Bastante por debajo se encuentran Brasil, Alemania, Colombia, Francia, Uganda, Costa de Marfil y Honduras.

El sector del café está haciendo grandes esfuerzos para incrementar los volúmenes de exportación, pues estiman que las perspectivas de futuro pasan por posicionarse adecuadamente en los mercados internacionales.

Por su lado, el destino de las exportaciones españolas de café, en volumen, lo encabezó en 2020 Portugal (13%), seguido de Reino Unido que hasta ese año ocupaba el primer puesto como destino. También fueron importantes las ventas a Francia, Suiza, Grecia, Alemania e Italia. ■

## TÉ Y OTRAS INFUSIONES

**E**l sector de los té y las infusiones en España lleva años viviendo un buen momento debido a que su industria ha sido capaz de adaptarse a las necesidades y demandas de los consumidores.

Especialmente relevante es el crecimiento el consumo doméstico, que en 2020 se incrementó por los efectos de la pandemia (confinamiento) y el cierre intermitente de la hostelería.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2020 la producción de té e infusiones (manzanilla, tila, hierba mate y extractos de té) superó las 4.910 toneladas, un volumen superior en un 1,5% al del año precedente. Asimismo, el valor de estas producciones sumado rondaría los 99,7 millones de euros, un 8,7% más que en el año anterior.

De la producción total, 4.118 toneladas correspondieron a infusiones (manzanilla, tila, etc.), un volumen superior en un 3% al producido un año antes. El valor de estas producciones rondó los 88 millones de euros (un 12% más que en 2019).

Por su lado, la producción industrial de té (verde y negro en envases) se estimó en 767 toneladas (5% menos), por un valor de 11,2 millones de euros (8% menos), mientras que los extractos y elaboraciones de té sumaron 24,9 toneladas, por un valor de 543.000 euros, muy por encima del alcanzado un año antes.

Además de estas producciones, también hay dentro de la industria de las bebidas refrescantes una línea de productos que usan té o café.

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS INFUSIONES

EMPRESA	Mill. Euros
Pompadur Ibérica	45
Martínez y Cantó, S.L	30,86
Jacobs Douwe Egberts Es, S.L.U (1)	32
Plantafarm, S.A	27,7
Expressate, S-L*	18
Azaconsa, S.L (*)	16,23
Herbes del Molí, S.L (*)	10,5
Unilever S.A. (1)	10
Nectarán, S.L	4,28
Infusiones Susaron, S.L	2,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2020. \*Incluye la facturación de otras producciones.(1) Estimación sector infusiones

Según los datos del Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura, el consumo per cápita de infusiones dentro del hogar aumentó en 2020, pasando 0,13 kilogramos a 0,15 kilogramos.

Entre estos productos, el té es la bebida más consumida en los hogares, seguido de la manzanilla y del poleo, que es por otro lado el que ha experimentado un mayor crecimiento en cuanto a consumo doméstico en 2020.

A nivel general, el consumo de infusiones funcionales y de productos más naturales tiene un buen comportamiento. La incorporación de los hombres al consumo de estos productos en los últimos años ha roto con la tradicional feminización de este mercado.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de empresas con una elevada participación de capitales internacionales son los dos rasgos más característicos del sector industrial de productoras y comercializadoras de té e infusiones en España.

Como en el caso del café, en el sector de las infusiones las empresas también se han volcado en la innovación como forma de ampliar su mercado. Propuestas de nuevos sabores y la actualización de ingredientes clásicos como el romero o la lavanda, son algunas de las propuestas junto con la producción biológica u orgánica.

También se están produciendo en consonancia con lo que se hace en el sector del café, innovaciones en el envasado de las infusiones, en las que prima la eliminación de los plásticos.

El principal grupo del sector registró en 2020 unas ventas superiores a los 45 millones de euros anuales, con un gran crecimiento gracias a su irrupción en el segmento de la marca de distribución y su clara hegemonía marquista. El segundo operador superó los 30,8 millones de euros anuales y el tercero alcanzó los 27,7 millones de euros.

Hay varios grandes grupos que operan en el sector y que tienen facturaciones mucho mayores procedentes de sus otras actividades.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, ya que suponen más de la mitad de todas las ventas en volumen de té, así como también en valor. La presencia de MDD es más intensa en el mercado del té que en el de las infusiones.

## COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial de las infusiones y el té tiene un marcado carácter negativo que se acrecentó en el año 2020. Según los datos de Comercio, las importaciones de té ascendieron a 6.860 toneladas (un 25% menos que en el año anterior) y las exportaciones sumaron 1.100 toneladas, un 8,6% menos.

El valor de las compras superó los 40,8 millones de euros y el de las ventas, los 9,2 millones de euros.

A estos volúmenes habría que sumar otras 2.084 toneladas importadas de yerba mate (por encima del año anterior) y unas exportaciones de 62,5 toneladas, según datos de Comercio.

En nuestro país no hay prácticamente cultivo de té, aunque sí existen algunas producciones selectas (como por ejemplo en Canarias). El mercado español se abastece de té, principalmente de China, India y Alemania.

La producción mundial de té ronda los 5,5 millones de toneladas, mientras que las cifras de exportación se sitúan en torno a los 1,73 millones de toneladas. Los principales productores de té en el mundo son China (2,1 millones de toneladas), India (1,2 millones de toneladas), Kenia (445.000 toneladas), Sri Lanka (338.000 toneladas) y Vietnam y Turquía, con cifras en torno a las 228.000 toneladas.

En el caso de las infusiones, los mayores proveedores son algunos países de la Europa del Este y los Balcanes, seguidos por Reino Unido y Holanda.

Destacan en los últimos años las importaciones de yerba mate, procedentes de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, que cubren la demanda fundamentalmente de los consumidores migrantes y que cada año se incrementa frente al té que desciende.

En cuanto a las exportaciones, el grueso son de empresas envasadoras de té y yerba mate, si bien hay algunas ventas exteriores de manzanilla que se recoge en zonas de Castilla-La Mancha, Andalucía, Castilla y León y Navarra. ■



## CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES

Durante el año 2020, los hogares españoles consumieron 91,4 millones de kilos de café e infusiones y gastaron unos 1.417,9 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 2,0 kilos de consumo y 30,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al café natural (0,7 kilos por persona y año), seguido del café mezcla (0,4 kilos per cápita), del café soluble (0,3 kilos per cápita),

y del café descafeinado (0,3 kilos per cápita). En términos de gasto, el café natural concentra el 38,8% del gasto, con un total de 11,9 euros por persona, seguido por el café soluble, con un porcentaje del 23,1% y un total de 7,1 euros por persona al año. A continuación, se encuentra el café mezcla, con el 9,1% y 2,8 euros por persona. Por su parte, las infusiones alcanzan el 15,3% del total del gasto en este tipo de productos, con 4,7 euros por persona al año.

### CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2020

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
CAFÉS E INFUSIONES	91,4	2,0	1.417,9	30,7
CAFE TORREFACTO	1,1	0,0	7,9	0,2
CAFE NATURAL	33,5	0,7	551,9	11,9
CAFE MEZCLA	20,7	0,4	130,0	2,8
CAFE DESCAFEINADO	12,1	0,3	168,0	3,6
CAFE SOLUBLE	15,5	0,3	326,0	7,1
SUCEDANEOS DE CAFE	1,6	0,0	17,8	0,4
CAFÉ EN CAPSULAS	18,8	0,4	649,9	14,1
INFUSIONES	7,0	0,2	216,4	4,7
INFUSIONES ENVASADAS	6,5	0,1	209,3	4,5
INFUSIONES GRANUL	0,4	0,0	7,1	0,2
TE	1,9	0,0	68,5	1,5
MANZANILLA	0,8	0,0	20,0	0,4
POLEO	0,3	0,0	7,1	0,2
OTRAS INFUSIONES	3,9	0,1	120,8	2,6



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

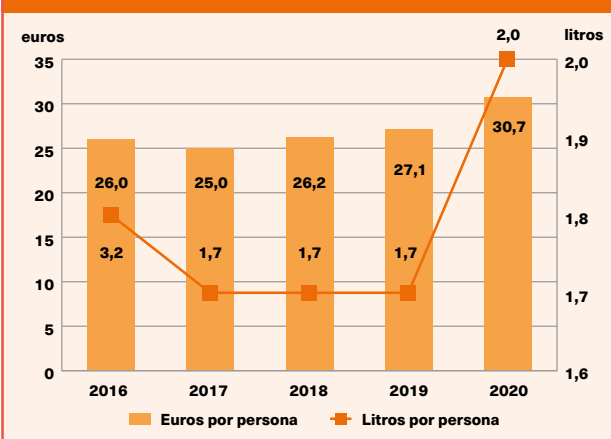
En términos per cápita, el consumo de café e infusiones durante el año 2020 presenta distintas particularidades:

- 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 sin niños consumen más cantidad de café e infusiones, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de café e infusiones es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de café e infusiones es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de café e infusiones, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de personas que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de café e infusiones, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas Canarias, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia y Castilla-La Mancha.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

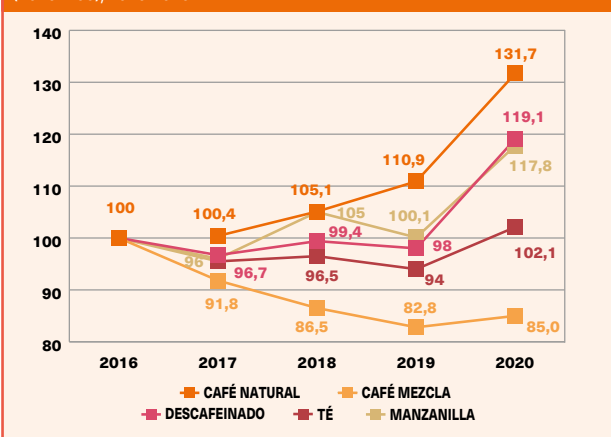
Durante los últimos cinco años, el consumo de café e infusiones se había mantenido estable pero en el año 2020 se ha producido un ascenso motivado por los efectos de la COVID-19, mientras que el gasto ha experimentado igualmente un incremento (0,2 kilos y 4,7 euros per cápita). En el periodo 2016-2020, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,0 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (30,7 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES, 2016-2020

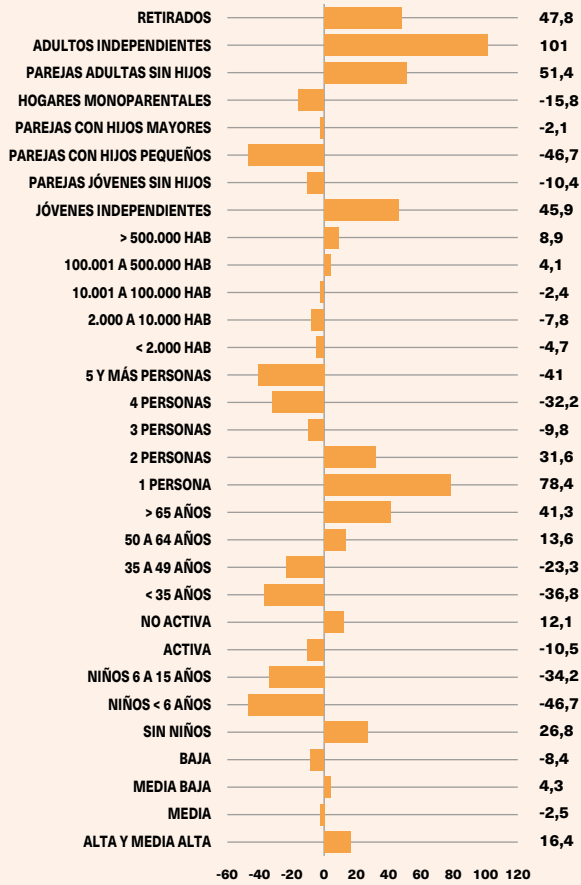


En la familia de café e infusiones, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2016-2020 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2016, todos los niveles de demanda son superiores a excepción del café mezcla.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CAFÉ E INFUSIONES (2016=100, 2016-2020)



**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CAFÉ E INFUSIONES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***

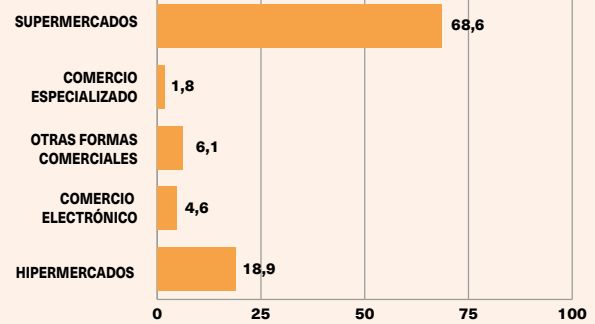


\* Media nacional = 2,0 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2020 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de café e infusiones a los supermercados (68,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 18,9% y los establecimientos especializados llegan al 1,8%. Comercio electrónico con 4,6% y otras formas comerciales con 6,1% cubren el resto del mercado. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ E INFUSIONES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2020**



# ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2021

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO

mercasa







## **ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA**

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

24ª EDICIÓN. 2021/2022

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y RR II: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

REDACCIÓN: ATAÚLFO SANZ DE LA TORRE, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ ANGULO

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

*Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro.*

*La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por hipermercados, supermercados, mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, bares y restaurantes de toda España.*