



## Análisis sectoriales

# Aguas envasadas, zumos, refrescos y cervezas

## Una demanda en crecimiento

■ SYLVIA RESA

Periodista

**E**l agua envasada se ha convertido en el motor del sector de bebidas refrescantes en España, donde el consumidor se inclina cada vez más hacia los refrescos sin gas; mientras tanto, la cerveza va recuperando mercado aunque todavía sigue lejos del consumo medio europeo, cifrado en 76,5 litros per cápita.

Según el último estudio sobre bebidas comerciales publicado por Canadean, consultora especializada en dicho sector, el consumo medio por persona y año de bebidas refrescantes es de 244 litros, lo que supone situarse por encima de la media europea en 21,3 litros.

El total de bebidas comerciales, donde se incluyen leche y batidos, espirituosos, sidra y cerveza, además del agua envasada y los refrescos propiamente dichos, suman un consumo anual per cápita de 528 litros, 12 más que en el ejercicio correspondiente a 2000.

La proyección de la consultora para el actual ejercicio se concreta en que los españoles eleven en 20 litros su consumo medio de bebidas comerciales. En la actualidad el consumo diario es de 2 litros por persona, de los que el 30% es agua del grifo. En este nicho de mercado se situaría el objetivo de las compañías del sector, tendentes a sustituir tal consumo por el de sus respectivas marcas.

### AGUAS QUE MUEVEN MOLINOS

El consumo de agua de bebida envasada enlaza de forma directa con las tendencias de consumo alimentario en España, más cercanas a la dieta mediterránea y huyendo de los alimentos ricos en grasas y azúcares. La preocupación por el cuidado del cuerpo y de la salud ha sido determinante en la evolución de este segmento incluido entre las bebidas refrescantes. Según el informe Consumos en España. Año 2001 elaborado por el Ministe-

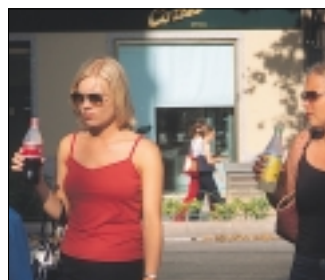
rio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el volumen de agua de bebida envasada consumida en los hogares españoles entre enero y diciembre de 2001 fue de 1.614 millones de litros, con un crecimiento del 11,08% sobre el realizado durante el ejercicio anterior. En valor el crecimiento ha sido del 12,56%, alcanzando los 260 millones de euros.

Canadean recoge en su informe que el agua se posiciona en el primer lugar del ranking de bebidas refrescantes en los países del sur de Europa; tal es el caso de Francia, Italia, Alemania y España; en este último mercado constituye un segmento por el que las grandes compañías están apostando, como lo demuestran las operaciones registradas durante el último año, cuando Damm adquirió el 50% de Fuente Liviana; Osborne hizo lo propio con el 40% de Solán de Cabras; Cervezas Alambra compró el 80% de Sierras de Jaén; Font Vella, del grupo Danone, con-

CUADRO Nº 1

**CUOTA DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES FABRICANTES DE REFRESCOS**  
DATOS DE 2001. % S/TOTAL MERCADO

COMPAÑÍA	CUOTA
COCA-COLA	61,1
PEPSI-COLA	13,9
CADBURY SCHWEPES	12,5
MARCAS DE DISTRIBUCIÓN	9,8
OTROS	2,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>



FUENTE: ALIMARKET.

104,3 litros en 2000 y de 113,2 en 2001; para el ejercicio en curso se prevé un crecimiento del 9%, por lo que se alcanzarán los 123,5 litros por persona y año. Y es que el consumo de aguas envasadas sigue creciendo, como lo demuestra la evolución comparativa de los periodos comprendidos entre los años 1992/2001 y 1997/2001; si durante el primero el crecimiento per cápita fue del 7,9%, durante los cinco últimos años alcanzó el 9,7%.

**REFRESCANTES CON Y SIN GAS**

El segmento de refrescos con y sin gas alcanzó en 2001 un volumen global de 4.281 millones de litros, según los datos de la patronal ANFABRA, de los que sólo 55 millones de litros se destinaron a la exportación. ANFABRA estratifica la producción en un 58% para las bebidas refrescantes de extractos, un 21% de bebidas refrescantes de zumos de frutas, un 10% de bebidas refrescantes aromatizadas y un 6,85% de gaseosas.

Por su parte, el informe de Canadean cifra el volumen en 4.178 millones de litros, mientras que la participación de los refrescos en el total de bebidas comerciales es del 18,6% y del 14,4% en el extra de volumen producido en 2001. Alimarket sitúa el volumen total en 3.892,9 millones de litros, aunque cifra un crecimiento del 3,2% en 2001.

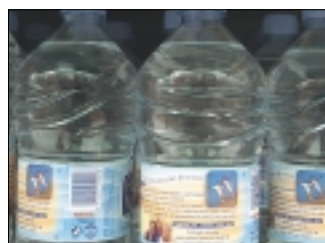
Los con gas son mayoritarios, pues constituyen el 93% del mercado que se reparte, según Alimarket entre tres grandes compañías: Coca-Cola, con el 61,1%; Pepsi-Cola, con el 14% y Cadbury Schweppes, con el 12,5%. Las marcas de distribución rozan el 10%, mientras que el resto de empresas tienen el 2,7% restante de cuota. En valor, el mercado de refrescos en España asciende a 4.744 millones de euros y creció el 11,5% con respecto a 2000.

Empresarialmente el sector se ha caracterizado por dos novedades, tales como la compra de La Casera por parte de Cadbury Schweppes, líder en el segmento de gaseosas, o la entrada de Grupo

CUADRO Nº 2

**EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE AGUAS ENVASADAS**

AÑO	MILLONES DE LITROS
1997	2.877
1998	3.235
1999	3.602
2000	3.860
2001	4.263



FUENTE: Elaboración propia con datos de ANEABE.

virtió en filial a Fuentes de Cutanilla y Grupo Pascual hizo lo mismo con Aguas de Ribagorza, convirtiéndose en el segundo envasador de aguas de bebida en España, con una cuota que en datos de Alimarket se sitúa en el 8%. Como sector la característica más destacada es la atomización y el escaso marquismo que eleva la participación de las marcas de la distribución hasta una cuota del 17%. Sin embargo esto es algo que el propio sector parece que se está encargando de suavizar; según Infoadex, en 2000 las compañías invirtieron 25 millones de euros en publicidad, siendo la marca Font Vella la más anunciada.

En producción, España se sitúa en cuarto lugar en Europa, por detrás de Alemania, Italia y Francia. Según la Asociación de Empresas de Agua de Bebida En-

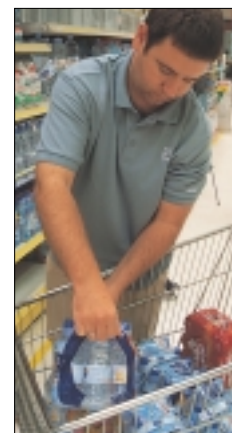
vasada (Aneabe) un total de 101 marcas aglutinaron una producción de 4.263 millones de litros en 2001, lo que representa un crecimiento del 9,4%. El ejercicio anterior el crecimiento había sido del 7,2%. Dentro del total, el segmento de aguas sin gas, que representa el 95% del total, creció el 11%.

Canadean recoge en su informe un volumen de producción de 4.481 millones de litros en 2001; el agua envasada se situaría en segundo lugar en el sector de bebidas comerciales, con un peso del 21,46%. Su participación se eleva en el caso del volumen extra, es decir, los 533 millones de litros más producidos en 2001 y donde sólo este segmento ha tenido un peso del 58,7%. Esta misma consultora analiza el consumo per cápita de aguas de bebida envasadas, que fue de

CUADRO Nº 3

### RANKING EMPRESARIAL DE AGUAS ENVASADAS

EMPRESA	MILLONES DE LITROS	MARCAS COMERCIALIZADAS
FONT VELLA	625,0	FONT VELLA, FONTER, FONT PICANT
AGUAS MINERALES PASCUAL	400,0	BEZOYA, ZAMBRA, CARDÓ
GRUPO VICHY CATALÁN	391,6	VICHY CATALÁN, FONTDOR
AGUA MINERAL SAN BENEDETTO	277,9	FUENTE PRIMAVERA
AGUAS DE LANJARON	260,0	LANJARÓN, FONTEFORTE, SAN VICENTE
NESTLÉ WATERS ESPAÑA	250,0	VILADRAU, PEÑACLARA
GESTIÓN FUENTE LIVIANA	185,0	FUENTE LIVIANA, FUENTE DEL MARQUESADO
SOLÁN DE CABRAS	148,3	SOLÁN DE CABRAS
AGUAS MINERALES DE FIRGAS	105,3	LA IDEAL II, SAN ANTÓN
MANANTIAL DE FUENCALIENTE	98,5	SOLARES



FUENTE: Elaboración propia con datos de ALIMARKET.

CUADRO Nº 4

### RANKING EMPRESARIAL DE FABRICANTES DE ZUMOS

EMPRESA	CUOTA (%)	VOLUMEN (MILLONES DE LITROS)	MARCAS COMERCIALIZADAS
JUVER ALIMENTACIÓN	16,6	159,0	JUVER/DISFRUTA
J. GARCÍA CARRIÓN	13,3	127,4	DON SIMÓN
ZUMOS PASCUAL	7,9	76,0	ZUMOSOL/PMI
AGROTRANSFORMADOS	6,8	65,0	MOCITOS/ALISOL
COFRUTOS	5,8	55,6	COFRUTOS/MOLINERA
AGRUMEXPORT	5,7	55,0	BORJA/JO SABOR
GRUPO PEPSICO	5,0	48,0	KASFRUIT
ECKES GRANINI IBÉRICA	3,4	32,2	GRANINI
INTERFRUIT VITAL	3,3	31,4	VITAL/JOKER/INTERFRUIT
ANTONIO MUÑOZ Y CÍA.	3,1	30,0	READY

FUENTE: Elaboración propia con datos de ALIMARKET.

Pascual en los segmentos de refrescos de cola y gaseosas a través de las marcas Eurocola y Tafira. La compañía pretende captar una cuota de mercado del 2,5%.

El panel de consumo del Mapa con datos de 2001 recoge un consumo de gaseosas y bebidas refrescantes en el canal hogares de 1.603 millones de litros, con un crecimiento del 3,1%. Esto se tradujo en un valor de 940 millones de eu-

ros, el 7,8% más que en 2000.

El consumo per cápita de los refrescos con gas creció el 2,3%, hasta los 98,2 litros por persona y año; para 2002 Canadean prevé que se establezca en los 101,2 litros. El consumo per cápita de los refrescos sin gas fue de 7,4 litros en 2001, esperándose un crecimiento del 12,1%, hasta los 8,3 litros por persona y año.

Dentro del segmento de refrescos con

gas, el sabor con mayor peso es el de cola, con el 57,8% del volumen total y sin variación con respecto al pasado ejercicio, según recoge Alimarket en su último informe sobre el sector. El volumen total fue de 2.251 millones de litros en 2001.

En el análisis de Canadean este segmento está perdiendo terreno a manos de las aguas envasadas, de los refrescos sin gas o de las bebidas deportivas. El subsegmento de colas pierde participa-



CUADRO Nº 5

**EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE BEBIDAS REFRESCANTES EN ESPAÑA**

ESTADÍSTICAS	1997	1998	1999	2000	2001
<b>VOLÚMENES (MILLONES DE LITROS)</b>					
PRODUCCIÓN	3.329	3.483	3.782	4.075	4.281
EXPORTACIÓN	32	31	35	45	55
IMPORTACIÓN	70	73	73	80	90
<b>CONSUMO</b>					
TOTAL (MILLONES DE LITROS)	3.360	3.525	3.820	4.110	4.316
PER CÁPITA (LITROS)	78	82	93	100	104
<b>DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍAS (% S/ TOTAL)</b>					
BEBIDAS DE ZUMOS DE FRUTAS	26,4	26,6	27,0	25,5	26,0
BEBIDAS DE EXTRACTOS	61,4	61,6	68,0	63,5	63,5
COLAS	53,4	54,1	61,0	57,0	57,0
LIMA&LIMÓN	3,7	3,7	3,5	3,5	3,5
OTRAS (TÓNICA, BITTER)	4,3	3,8	3,5	3,0	3,0
BEBIDAS REFRESCANTES AROMATIZADAS Y GASEOSAS	12,7	12,1	12,0	11,0	10,5
<b>DISTRIBUCIÓN POR ENVASES (% S/ TOTAL)</b>					
VIDRIO REUTILIZABLE	17,0	16,7	16,0	16,0	15,5
PLÁSTICO	52,2	51,3	52,0	50,0	50,0
METAL (ACERO Y ALUMINIO)	23,8	25,0	25,0	27,0	27,5
VIDRIO NO REUTILIZABLE	3,2	2,9	3,0	3,0	3,0
MÁQUINAS DISPENSADORAS	3,8	4,1	4,0	4,0	4,0

FUENTE: ANFABRA.

ción desde hace dos años, debido a hábitos de consumo tendentes hacia los segmentos anteriormente apuntados. Sólo el subsegmento de gaseosas experimentó una caída del 0,1%.

Por lo que se refiere a los canales de distribución, según datos de la empresa de investigación de mercados AC Nielsen, el canal de hostelería representa el 30,5% del total, mientras el canal de alimentación es mayoritario, con el 69,5% restante.

**LOS QUE EXPRIMEN EL SECTOR**

Zumos y néctares han consolidado las tendencias novedosas producidas en este mercado en 2000, cuando las empresas se orientaron a la adición de vitaminas y calcio. Tal y como recoge Alimarket



en su último informe, durante el pasado ejercicio las empresas variaron algunas de estas fórmulas y se decantaron por las bebidas con mezcla de refresco y zumo.

Desde el punto de vista empresarial, el segmento se caracteriza por la atomización, dado que entre 10 compañías se reparten el 70% del mercado pero con

cuotas que no superan el 16,6% del líder, Juver. El 30% restante queda en manos de otras 28 empresas. Entre las operaciones destacables, de nuevo tenemos al grupo Pascual, que adquirió Naransur; García Carrión llevó a cabo diversos proyectos de inversión y Grupo Solís Avilés consiguió levantar la suspensión de pagos.

Canadean recoge un volumen de producción para este segmento de 832,5 millones de litros en 2001, lo que representa una participación del 3,98% en el total de bebidas refrescantes. Los 41,10 millones de litros producidos de más durante el pasado ejercicio otorga a zumos y néctares una participación del 6,9% en el crecimiento del sector de bebidas refrescantes. Como segmento, el de zumos



y néctares experimentó un aumento del 5,2%, que se tradujo en un incremento del 11,4% en valor, que ascendió a 1.270 millones de euros.

El consumo per cápita se incrementó en el 5%, hasta los 21 litros y se espera que alcance los 22,2 en el presente ejercicio, según cita Canadean en su informe. En cuanto a la evolución del segmento en consumo per cápita para los periodos 1992/2001 y 1997/2001, el crecimiento para el primero fue del 3,5%, mientras que durante los cinco últimos años creció el 6,1%.

#### REFRESCANTE CON ALCOHOL

Dentro de las bebidas comerciales, la cerveza constituye el segmento con mayor peso dentro de las alcohólicas. No en vano, España continúa como tercer productor de cerveza en la Unión Europea, por detrás de Alemania y Reino Unido y es noveno en el ránking mundial. Desde



Cerveceros de España, la patronal con una representatividad cercana al 100%, se cifra una producción en volumen de 27,7 millones de hectolitros, con un incremento cercano al 5%. En facturación el segmento alcanzó los 2.112 millones de euros, el 4,6% más que en 2000. La inversión fue de 264 millones de euros, destinada fundamentalmente a proyectos de mejora en la producción y a otros

de I&D&I (Investigación, Desarrollo e Innovación).

Las cuotas de producción se reparten entre el 38,7% de Heineken España; el 33,4% de Mahou-San Miguel y el 17,3% de Grupo Damm. El resto se asigna a otras cuatro compañías ninguna de las cuales superan el 4% del volumen de producción total.

Uno de los factores que asimilan este segmento al del resto de bebidas refrescantes es su marcada estacionalidad; no es de extrañar entonces que turismo y climatología encuadren la marcha del sector.

De hecho, el consumo per cápita, estimado por el Mapa en 54,4 litros al año se eleva hasta los 75,1 al tener en cuenta el consumo de los 76 millones de extranjeros que visitan cada año España. Canadean recoge en su informe sobre bebidas comerciales un aumento en este tipo de consumo del 3,1% y prevé que al finalizar





CUADRO N° 6

**RANKING EMPRESARIAL DE FABRICANTES DE CERVEZA**  
DATOS DE 2001

COMPAÑÍA	VOLUMEN (MILLONES DE HECTOLITROS)	CUOTA (%)	VARIACIÓN 2000/2001 (%)
HEINEKEN ESPAÑA	10,5	38,1	1,6
GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL	9,2	33,4	5,1
GRUPO DAMM	4,8	17,3	9,6
CÍA. CERVECERA DE CANARIAS	1,02	3,7	3,6
GRUPO CERVEZAS ALHAMBRA	0,9	3,3	33,9
HIJOS DE RIVERA	0,7	2,6	6,9
LA ZARAGOZANA	0,4	1,5	4,7



FUENTE: Elaboración propia con datos de Cerveceros de España, 2001.

CUADRO N° 7

**CONSUMO DE CERVEZA EN EUROPA**  
DATOS DE 2001

PAÍS	CONSUMO PER CÁPITA (LITROS)
ALEMANIA	125,5
IRLANDA	125,0
LUXEMBURGO	108,2
AUSTRIA	107,7
DINAMARCA	102,2
BÉLGICA	99,0
REINO UNIDO	95,4
HOLANDA	82,8
FINLANDIA	78,4
<b>ESPAÑA</b>	<b>75,0</b>
PORTUGAL	64,6
SUECIA	56,4
GRECIA	40,0
FRANCIA	36,2
ITALIA	28,1

FUENTE: Cerveceros de España. Datos de 2000, a excepción de España, que son de 2001.

gués (108,2 litros); el austriaco (107,7 litros) o el danés (102,2 litros). Por debajo están Portugal (64,6 litros); Suecia (56,4 litros); Grecia (40); Francia (36,2 litros) e Italia (28,1 litros).

Cerveceros de España sitúan el consumo de cerveza en 30,8 millones de hectolitros, el 6,5% más que en 2000; del total, el 87% es cerveza de producción nacional. Por zonas geográficas, el mayor consumo se produce en la zona sur, con 84,3 litros per cápita; le sigue Levante, con 76,8 litros; Canarias (72,4); Cataluña, Aragón y Baleares (69,6 litros) y en último lugar el área Cantábrica (37,7 litros).

Por lo que respecta a los canales de distribución, el 67,7% se vende en hostelería y el 32,3% a través del canal minorista. Según un informe de PWC (Price Waterhouse Coopers) la cerveza constituye, con el café, la principal fuente de ingresos en un bar; otro informe, esta vez a cargo de la consultora KPMG y recogido por Cerveceros de España, apunta que el 60% de la cerveza consumida en este mercado se acompaña de tapas o aperitivos.

Por tipos de cerveza, las más consumidas son la normal, especial y extra, que representan el 81% del total de ventas. La cerveza 'sin' ha visto incrementado su consumo en España en el 9% durante

el año el consumo per cápita en este mercado sea de 77,3 litros.

Aún con tal crecimiento, quedaría lejos de los consumos en países líderes, como Alemania o Irlanda, con 126 y 125 litros

per cápita, respectivamente. Esto convierte a España en el décimo lugar dentro del ranking de consumo de la UE.

Por encima se encuentran, además de los dos mercados citados, el luxembur-



2001, de lo que se deduce que el 7,4% del consumo en este mercado corresponde a este tipo de cerveza. Pero además hay un elemento diferenciador, como es que España es el primer país de la UE en consumo de cerveza sin alcohol.

El comercio exterior, aunque deficitario por superar con mucho las importaciones el volumen de las exportaciones (4 millones de hectolitros traídos de mercado foráneos, frente a 0,6 millones enviados a otros destinos) ha experimentado una

mejora en las exportaciones del 75% durante los últimos seis años, tal y como recoge en su informe de actividades Cerveceros de España.

Los destinos de las exportaciones españolas son un total de 60 países entre los que destacan Portugal, con el 24% del total y Reino Unido, con el 21%; el 13% va a Italia y el 10% a Francia; otros mercados minoritarios son Andorra, Guinea Ecuatorial, Hong Kong, Países Bajos y Alemania, con porcentajes situados en-

tre el 5,5% para el primero y del 2,4% para el último.

La procedencia de la cerveza que se importa desde España es alemana, mercado que representa el 63% del total; Países Bajos, con el 20% y México, con el 5%. Las importaciones tienen su origen en un total de 34 mercados. ■

**SYLVIA RESA**  
Periodista