

AGUAS MINERALES Y TERMALES

(2005)

1.- PANORAMA NACIONAL

1.1.- AGUAS MINERALES NATURALES

1.1.1 Producción

A nivel nacional, los únicos datos conocidos son los publicados por la *Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE)*, que engloba, junto a las aguas minerales naturales, las de manantial y las potables tratadas, sin que salvo en lo relativo a producción y formas de envasado, se suministre otro tipo de información socio-económica. El Anuario *ALIMARKET*, en el tomo dedicado a bebidas en general, recoge datos económicos, técnicos y de empleo de las principales empresas que centran su actividad en el envasado de aguas, sin que a veces sea posible diferenciar el volumen de negocio correspondiente a agua mineral natural del generado por otro tipo de aguas o por refrescos.

El cuadro siguiente recoge la evolución del sector durante el período 2000-2004. La producción de agua envasada ha venido creciendo sin cesar desde 1970 (178,4 MI), con las únicas excepciones de 1977, año en el que cayó un 9%, y 1996, con un recorte del 9,7%, hasta el 2004, en el que ha alcanzado los 5 202 MI. En el quinquenio considerado el aumento ha sido superior al 34%, lo que significa una desaceleración del crecimiento respecto al período anterior.

AGUAS ENVASADAS: EVOLUCIÓN DEL SECTOR 2000 - 2004

		2000	2001	2002	2003	2004
Producción vendible	mineral natural	3 461,653	sd	4 030,314	4 681,603	4 797,390
	de manantial	274,711	sd	345,749	288,443	279,217
	potable preparada	<u>124,045</u>	sd	<u>137,239</u>	<u>128,750</u>	<u>125,583</u>
Total (Mlitros)		3 860,409	4 263,000	4 513,302	5 098,796	5 202,190

Fuente: ANEABE

Durante los primeros meses de 2002 se produjo la entrada en el mercado nacional de aguas envasadas de *COCA COLA*, que compró *Aguas de Santolín SA* (manantial y planta en Quintana-Urría, Burgos), rebautizando la marca con el nombre de "Bonaqua", y de *PEPSICO*, que introdujo la marca "Aquafina" (potable preparada) con el agua extraída de un pozo practicado en el parque natural de Gorbea (Vitoria).

En la actualidad, el sector está liderado por cuatro grupos y dos empresas principales, que en conjunto acapararon en 2001 el 56% del volumen envasado y el 63,8% de la facturación total. El primer puesto siguió en manos del conglomerado francés *DANONE*, a través de *Font Vella* (182 M€, 625 MI), *Aguas de Lanjarón* (50 M€, 260 MI), *Fuentes de Cutamilla* (4 M€, 30 MI) y *Aguamur* (1,32 M€, 17 MI). La facturación del grupo supuso, pues, el 29,6% de las ventas y el 21,9% del volumen total comercializado.

El segundo lugar fue ocupado por el grupo español *Vichy Catalán* (98,26 M€, 391,62 MI), que aglutina a las sociedades *Vichy Catalán*, *Fontdor*, *Malavella*, *Aguas Les Creus*, *Font de Regás*, *Aguas de Mondariz* y *Manantial de Salud SA*, aportando el último año el 12,3% de las ventas y el 9,2% del

volumen totales. EYCAM-Perrier, filial holandesa de la multinacional NESTLÉ (54 M€ y 250 MI, 6,7% de las ventas y 5,8% del volumen totales), y que en abril de 2002 cambió su nombre por NESTLÉ Waters España SA, desplazó a Aguas Minerales Pascual del tercer puesto, conformándose este grupo (Manantiales del Cardo SA, Ortigosa SA y Aguas del Nacimiento del Zambra SA, más Aguas de Ribagorza en 2002) con el cuarto (50 M€ y 400 MI, 6,2 y 9,4%), ocupando el quinto Balneario y Aguas de Solán de Cabras SA (38,65 M€, 148,34 MI), y el sexto el grupo DAMM (Aguas de S. Martín de Veri, Gestión Fuente Liviana), con 33,3 M€ y 265 MI.

El resto del sector se compuso de 14 empresas con ventas entre 26 y 6 M€, encabezadas por Agua Mineral San Benedetto SA (25,35 M€), grupo Fuensanta (Aguas de Fuensanta SA, Aguas de Orotana SA y Aguas de Font de L'OM SA; 19 M€, 90 MI), Aguas Minerales de Firgas SA (17,1 M€) y Fontaga SA (12,92 M€), y más de 54 con facturación inferior a 6 M€. La diferencia entre el número de empresas contabilizadas por ANEABE y ALIMARKET estriba, fundamentalmente, en que esta última no tiene en cuenta a las sociedades que consolidan su balance en el de la matriz.

El agua mineral natural acapara la mayor parte de la producción de agua envasada, y su peso en el total ha venido creciendo desde el 73% de 1985 al 78% cinco años más tarde, al 83,8% en 1995, al 89,7% en 2000, y al 92 % en 2004, evidenciando la predilección del público por este producto (gráfico 1).

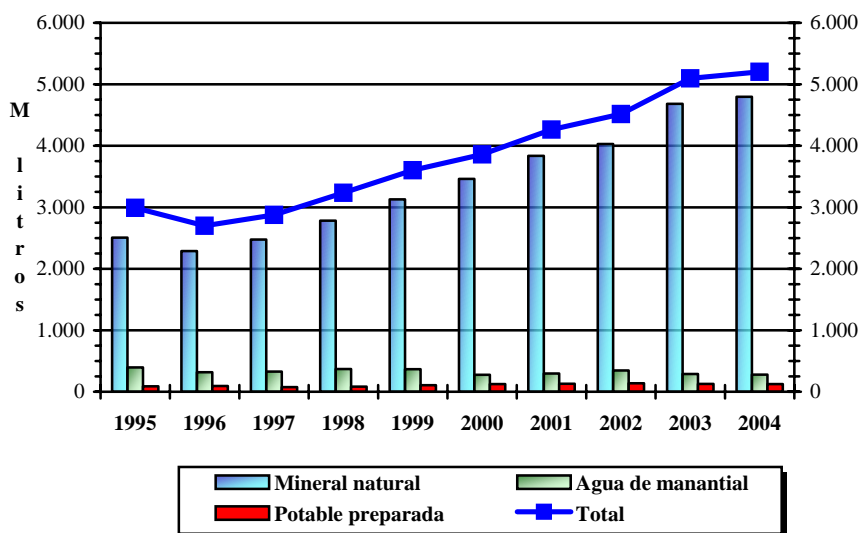


Gráfico 1 - Evolución de la producción de agua envasada

De la producción total de 4 797 MI de aguas minerales naturales en 2004, el 96,6% se envasó sin gas y el 3,4% restante con gas.

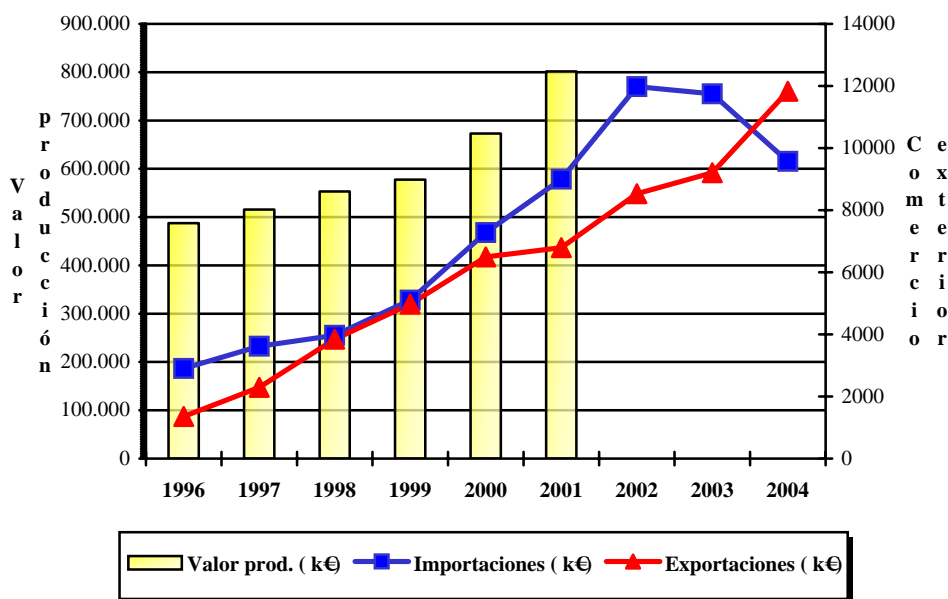


Gráfico 2 - Evolución del valor de la producción y del comercio exterior

1.1.2.- COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de aguas envasadas es insignificante en comparación con los niveles de producción y consumo, representando menos del 1,3% de éstos.

En 2004 las importaciones disminuyeron un 30,5% en tonelaje respecto al año anterior (-30,1% en mineral natural, -70,5% en mineral artificial y +6,7% en las demás aguas envasadas), pero su valor solo cayó en un 18,5%, con recortes del 19,2% en la natural y 1,2% en las demás e incremento del 11,6% en la artificial. En cuanto a las exportaciones, estas crecieron un 33,8% en peso y 28,5% en valor, con incrementos en tonelaje del 42,6% en mineral natural, 173,3% en artificial y 5,9% en las demás, aumentos que en valor fueron del 32,3%, 53,5% y 1,5%, respectivamente (cuadro AMN-I). Tan diferente comportamiento del comercio exterior de aguas envasadas se tradujo en el cambio de signo de la balanza correspondiente, cuyo saldo pasó de ser negativo como en años precedentes (-2,545 M€ en 2003, -2,944 M€ si sólo se cuentan las aguas minerales naturales) a positivo, con superávit de 2,260 M€ (1,706 M€ para mineral natural y 0,554 M€ para las restantes).

El 91% del valor total de las importaciones realizadas en 2004 (92,8% en 2003) y el 88% del de las exportaciones (86,4% en 2003) correspondieron a las aguas minerales naturales, siendo la Unión Europea nuestra abastecedora casi exclusiva (98,6%) y el principal destino (58%).

Es de destacar la desaceleración de las compras de agua mineral artificial y de las demás aguas experimentada en los dos últimos años, que de representar un máximo en 2002 de 4 462,6 t con el 11,8% del valor total importado, bajaron a 3 327,2 t en 2003 y a 2 049 t en 2004. Por el contrario, las exportaciones (6 889,8 t), que descendieron en 2003 a 5 976,7 t, volvieron a subir fuertemente en 2004, alcanzando el máximo histórico de 7 537 t.

La importación de agua mineral natural ascendió en 2003 a 55 891 912 l (+20,8% respecto a 2002), correspondiendo 39 336 386 l a la sin gas y 16 555 526 l a la gasificada. Como ya se ha indicado más arriba, la AEAT no ha facilitado todavía el volumen en litros del comercio exterior habido en 2004, que puede estimarse en unos 39 MI para las compras y 76,5 MI para las ventas. En peso, la

importación en 2004 de agua mineral natural sin gas bajó un 26,5% respecto a 2003, perdiendo un 23,1% del valor alcanzado en dicho año; por su parte, las compras de agua mineral natural gasificada descendieron un 36,9% en peso y 15,8% en valor. En consecuencia, la participación del agua sin gas en la importación total de agua mineral natural pasó del 65% en tonelaje y 59% en valor en 2003 al 68,4 y 56,8%, respectivamente, en 2004. Esta diferencia tan acusada en el peso y en valor de una y otra calidad obedeció en gran medida al comportamiento de los precios medios de importación, cuya evolución en los últimos años puede seguirse en el cuadro siguiente, en €/l.

		2000	2001	2002	2003	2004
IMPORTACIÓN	Mineral nat. sin gas	0,163	0,160	0,240	0,163	0,187
	Min. nat. gasificada	0,381	0,178	0,216	0,270	0,356
EXPORTACIÓN	Mineral nat. sin gas	0,128	0,117	0,142	0,125	0,127
	Min. nat. gasificada	0,168	0,218	0,218	0,200	0,202

Fuente: Elaboración propia con datos de la Estadística de Comercio Exterior

La evolución de la exportación fue similar a la experimentada en 2003: incrementos en peso del 42,6% en la calidad sin gas y del 2,3% en la gasificada, con alzas del valor en un 40,6% para la primera y 5,5% para la segunda.

Las importaciones de agua mineral natural sin gas, que sumaron 32 167 t con el envase, procedieron mayoritariamente de Francia (66,4%), Portugal (16,5%) e Italia (8%), más un 4,1% de Reino Unido, 3,3% de Alemania y 1,7% de otros, en tanto que las de gasificada (14 845 t) se adquirieron preferentemente en Francia (61%), Italia (17,5%), Alemania (14,5%) y Portugal (5,7%), con un 1,3% en otros diez países.

Las exportaciones de agua mineral natural sin gas (66 216 t) se dirigieron a Portugal (55,4%), Francia (15,3%), Andorra (14,9%), Guinea Ecuatorial (3,4%), Gibraltar (2,5%), EEUU (2%) y otros 30 países (6,5%). Las ventas de agua mineral natural con gas (11 826 t) se efectuaron en Andorra (64%), Gibraltar (16,1%), Guinea Ecuatorial (4%), EEUU (3,5%) y otros 22 países (12,4%).

CUADRO AMN-I
COMERCIO EXTERIOR DE AGUAS ENVASADAS (t y 10³ €)

PRODUCTO	IMPORTACIONES					
	2002		2003		2004	
I.- Aguas envasadas	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
-Mineral natural, sin gas	33 253,4	5 633,227	43 744,6	6 440,156	32 940	5 270
-Mineral natural, con gas	<u>30 109,1</u>	<u>4 936,362</u>	<u>23 512,7</u>	<u>4 468,448</u>	<u>14 851</u>	<u>3 773</u>
Total mineral natural	63 362,5	10 569,589	67 257,3	10 908,604		
-Mineral artificial	2 205,4	383,164	1 943,8	226,680	573	253
-Las demás aguas	<u>2 257,2</u>	<u>1 025,250</u>	<u>1 383,4</u>	<u>613,716</u>	<u>1 476</u>	<u>606</u>
Total las demás	4 462,6	1 408,414	3 327,2	840,396	2 049	859
TOTAL	67 825,1	11 978,003	70 584,5	11 749,000	49 061	9 571

PRODUCTO	EXPORTACIONES					
	2002		2003		2004	
I.- Aguas envasadas	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor

-Mineral natural, sin gas	39 211,0	5 491,812	46 438,3	5 766,732	66 216	8 111
-Mineral natural, con gas	<u>9 066,0</u>	<u>1 910,743</u>	<u>11 562,8</u>	<u>2 187,857</u>	<u>11 826</u>	<u>2 308</u>
Total mineral natural	48 277,0	7 402,555	58 001,1	7 954,589	78 042	10 418
-Mineral artificial	468,5	132,272	721,8	277,437	1 973	426
-Las demás aguas	<u>6 421,3</u>	<u>994,063</u>	<u>5 254,9</u>	<u>971,999</u>	<u>5 564</u>	<u>987</u>
Total las demás	6 889,8	1 126,335	5 976,7	1 249,436	7 537	1 413
TOTAL	55 166,8	8 528,890	63 977,8	9 204,025	85 579	11 831

Fuente: Estadística de Comercio Exterior, Agencia Tributaria, Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales

CUADRO AMN-II.- BALANCE DE MATERIAS PRIMAS MINERALES

SUSTANCIA : AGUA MINERAL NATURAL (x10³ litros)

<u>Año</u>	PRODUCCION (P_I) *	COMERCIO EXTERIOR		CONSUMO APARENTE (C = P_I+I-E)
		Importación (I)	Exportación (E)	
1997	2 474 609,000	12 137,135	12 642,390	2 474 104
1998	2 782 301,331	13 130,975	25 574,854	2 769 857
1999	3 129 552,201	19 050,555	38 718,816	3 109 884
2000	3 461 652,929	33 101,910	48 322,746	3 446 432
2001		53 137,902	50 957,838	
2002	4 030 200,000	46 263,517	47 427,851	4 029 036
2003	4 681 603,365	55 891,912	56 904,053	4 680 591
2004	4 797 390,000	38 756,826	67 878,077	4 768 269

<u>Año</u>	VALOR DEL SALDO ** (10³ €)	Autosuficiencia primaria P_I/C	Dependencia técnica (I-E)/C	Dependencia económica I/(C+E)
1997	- 1 321,980	> 100 %	nula	0,5 %
1998	- 128,136	> 100 %	nula	0,5 %
1999	- 127,487	> 100 %	nula	0,6 %
2000	- 854,014	> 100 %	nula	0,9 %
2001	- 2 203,000			
2002	- 3 167,034	> 100 %	nula	
2003	- 2 954,015	> 100 %	nula	< 0,01 %
2004	+ 1 706,000	> 100 %	nula	0,01 %

* Fuente: ANEABE ** Hasta 2000, contravalor en euros del saldo en PTA corrientes al cambio fijo de 166,386 PTA/ €

1.1.3.- CONSUMO

En consonancia con la escasa cuantía del comercio exterior, el consumo aparente (producción + importación - exportación) es casi coincidente con la producción, habiendo tenido, por tanto, una evolución idéntica a la de esta; el cuadro AMN-II recoge el balance del agua mineral natural envasada en España desde 1997, habiéndose excluido por tanto la producción y comercio exterior de las demás aguas envasadas. El crecimiento de la demanda aparente se ha desacelerado, situándose, en 2004, en

4 768 MI, con un aumento de sólo el 2%, frente al 16,8% de incremento entre 2002 y 2003. Según ANEABE, el consumo de agua mineral natural envasada *per capita* ha crecido desde 74 l en 1995 hasta 120 l en 2003.

La dependencia técnica es prácticamente nula, y la dependencia económica (necesidad de importaciones para mantener el esfuerzo exportador) es mínima (0,01% en 2004).

1.1.4.- Perspectivas

Es un hecho comprobado que en años de fuerte sequía se dispara la demanda de aguas envasadas, mientras que en los de abundantes precipitaciones esta se recorta; desgraciadamente, estos fenómenos meteorológicos son impredecibles a medio plazo, por lo que no pueden ser tenidos en cuenta en ninguna previsión de este alcance. El consumo *per cápita* ha crecido muy considerablemente en las últimas décadas, hasta niveles que hacen presagiar que el sector está llegando a la madurez; ciertamente, siempre tendrá disponible el crecimiento vegetativo de la población, pero la tasa de este es muy inferior al ritmo de incremento al que se ha acostumbrado el sector durante los últimos años. En estas circunstancias, las posibilidades de expansión se centran en la conquista del mercado exterior y en el lanzamiento de productos más sofisticados que resulten del agrado del público consumidor.

En relación con la primera medida, es sintomático que las exportaciones de 1998 duplicaran las de 1997, las de 1999 las triplicaran y las de 2001 las hayan cuadruplicado, así como que la compañía *Perrier*, cabecera del grupo de aguas de NESTLÉ, lanzara en 2000 la primera marca paneuropea, *Aquarel*, envasada simultáneamente en Arbucies (Gerona) para el mercado ibérico y sur de Francia y en un manantial belga para el resto de Francia, Alemania, Bélgica y Luxemburgo.

En cuanto a la segunda medida, al lanzamiento en 1995 de Bisolán (agua mineral afrutada y vitaminizada) por *Balneario y Aguas de Solán de Cabras* le sucedió en 1999 el de las aguas aromatizadas *San Benedetto* por la compañía de este nombre, el de *Bio Liviana* por *Gestión Fuente Liviana SA*, también en 1999, o el de *Biosanta* por *Innovación de Bebidas SA*, en 2000.

2.- PANORAMA MUNDIAL

La producción europea de aguas de bebida envasadas ascendió a 45 098 millones de litros en 2003, según la Consultora Canadean especializada en dicho sector. Cabe destacar que la mayor parte de la producción corresponde agua mineral natural, con un total de 38 082 millones de litros. La estadística indica que el primer país productor es Italia con 11 325 millones de litros, seguido de Alemania con 10 230 millones, Francia con 8 507 millones y España con 5 098 millones.

En relación al consumo de estas aguas existen cinco países que superan ampliamente la media de consumo de 100 litros per capita al año. En cabeza se sitúa Italia con 198 litros por persona al año, seguida de Francia con 142 litros, Bélgica 134 litros, y por primera vez, en cuarto lugar se encuentra España con 133 litros superando a Alemania donde se consumen 125 litros por persona al año.

En Estados Unidos el mercado ha crecido un 81% entre 1998 y 2003 y la previsión es que se mantenga esa tendencia durante los próximos años. En el 2003 las ventas alcanzaron los 7 400 millones de dólares y para 2004 se esperaba sobrepasar los 8 000 millones de dólares (6 400 M€). *Aquafina* (Pepsi) y *Dasani* (Coca Cola) se han colocado como las dos marcas más vendidas en Estados Unidos, por delante de *Nestlé Water of América*, y de las famosas *Terrier* y *Evian* (Danone). Tanto

Aquafina como Dasani contienen agua del grifo purificada, un producto que no parece encajar con el gusto del consumidor español.