



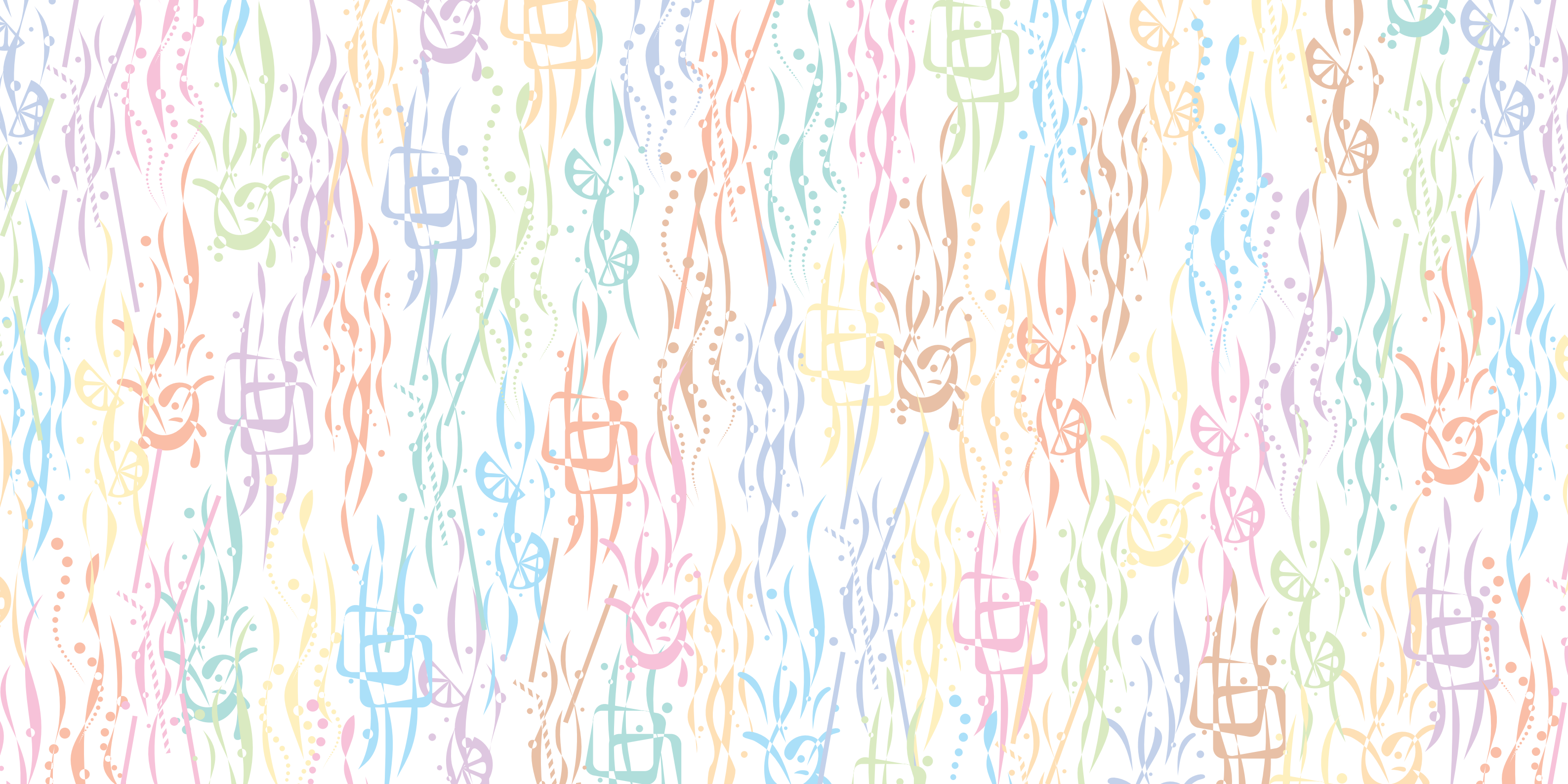
ANFABRA
www.anfabra.es

ANFABRA EL LIBRO BLANCO DE LAS BEBIDAS REFRESCANTES

EL LIBRO BLANCO DE LAS BEBIDAS REFRESCANTES

ANFABRA





El Libro Blanco de las Bebidas Refrescantes.

ANFABRA - Madrid, 2006.

Todos los derechos reservados.

Este libro o cualquiera de sus partes no podrán ser reproducidos ni archivados en sistemas recuperables, ni transmitidos en ninguna forma o por ningún medio, ya sean mecánicos o electrónicos, fotocopiadoras, grabaciones o cualquier otro, sin el permiso previo del titular del copyright.

©2006. ANFABRA

Avda. Menéndez Pelayo, 81

28007 Madrid

España

Tel.: (+34) 91 552 62 75 / (+34) 91 552 64 22

Fax: (+34) 91 551 97 91

www.anfabra.es

Impreso en España, junio 2006

Depósito legal:

EL LIBRO BLANCO DE LAS BEBIDAS REFRESCANTES

ÍNDICE

PRÓLOGO	6
EL FENÓMENO SOCIAL	
1. BEBIDAS REFRESCANTES E HISTORIA	11
1.1 EL AYER: 200 AÑOS DE VIDA	12
1.2 EL HOY: LAS BEBIDAS REFRESCANTES ACTUALMENTE	18
2. BEBIDAS REFRESCANTES Y SOCIEDAD.....	21
2.1 HÁBITOS DE CONSUMO: MEJOR EN COMPAÑÍA.....	22
3. BEBIDAS REFRESCANTES Y VIDA SANA	27
3.1 ALIMENTACIÓN EQUILIBRADA Y EJERCICIO FÍSICO	28
3.2 LA IMPORTANCIA DE LA HIDRATACIÓN	31
4. BEBIDAS REFRESCANTES Y GASTRONOMÍA.....	37
4.1 UN SABOR PARA CADA MOMENTO	38
4.2 CÓMO DISFRUTAR AÚN MÁS DE UNA BEBIDA REFRESCANTE	42
4.3 LAS BEBIDAS REFRESCANTES Y LA GASTRONOMÍA: EL MARIDAJE PERFECTO	48
5. ALGUNAS VERDADES SOBRE LAS BEBIDAS REFRESCANTES.....	53
6. LA INDUSTRIA DE BEBIDAS REFRESCANTES	63
6.1 ¿QUÉ ES UNA BEBIDA REFRESCANTE?.....	64
6.2 EL PROCESO DE FABRICACIÓN: NO ES FÁCIL ELABORAR UNA BEBIDA REFRESCANTE	67
6.3 SEGURIDAD Y CALIDAD ALIMENTARIA, GARANTÍAS DE UNA INDUSTRIA RESPONSABLE...	74
6.4 ENVASES PARA TODOS LOS GUSTOS	77
6.5 EL ETIQUETADO: INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR.....	82
6.6 LA DISTRIBUCIÓN. ¿CÓMO LLEGA EL PRODUCTO AL CONSUMIDOR?	84
6.7 ANFABRA, LA ASOCIACIÓN QUE REPRESENTA AL SECTOR	85
7. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL QUE PROMUEVE LA INDUSTRIA	89
7.1 COMPROMISO SOCIAL	90
7.2 PROMOCIÓN DE LA CULTURA Y EL DEPORTE	94
7.3 EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE	95
8. LA INNOVACIÓN, CLAVE DEL CRECIMIENTO DEL SECTOR	101
8.1 INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN (I + D + i), TRES FACTORES CLAVE	102
8.2 LA INDUSTRIA DE BEBIDAS REFRESCANTES Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA.....	104
8.3 PUBLICIDAD, COMUNICACIÓN Y MARKETING, HERRAMIENTAS EFICACES PARA LLEGAR AL CONSUMIDOR	109
9. BIBLIOGRAFÍA	113
10. ANEXO	117



**EL FENÓMENO
SOCIAL**



BEBIDAS REFRESCANTES E HISTORIA

EL AYER: 200 AÑOS DE VIDA

Desde su nacimiento, hace más de dos siglos en los laboratorios de farmacopea, las bebidas refrescantes han ido evolucionando hasta popularizarse y convertirse en un fenómeno social y económico en todo el mundo.



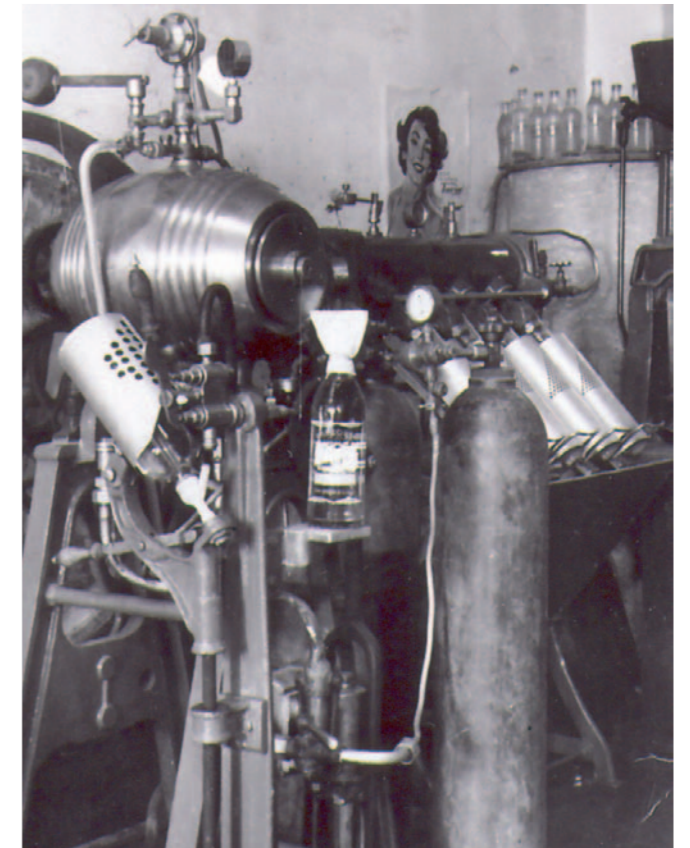
Las bebidas refrescantes nacieron con el fin de saciar la sed de manera placentera y agradable al paladar. Su origen es muy antiguo: los primeros refrescos conocidos se elaboraban a base de agua natural o aguas gaseosas naturales, que se combinaban con frutos y edulcorantes como la miel u otros jugos azucarados.

Las primeras bebidas refrescantes fueron creadas por farmacéuticos. El primer paso que dio lugar a la elaboración de los refrescos modernos se produjo a finales del siglo XVIII, cuando comenzó a utilizarse el término “soda” para denominar a una bebida elaborada a partir de agua, bicarbonato sódico y anhídrido carbónico.

Entre las diferentes clases de soda, el agua ácida solía recomendarse para problemas como la acidez, indigestión o, incluso, la gota. A su vez, la de Seltz se tomaba -por su agradable sabor y sus propiedades médicas- para bajar la fiebre y tratar dolencias estomacales o alteraciones nerviosas.

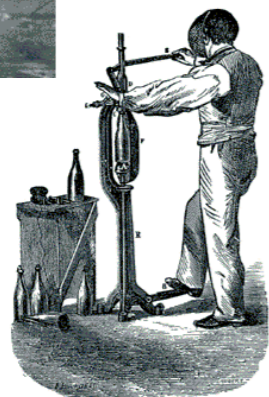
La notoriedad que fueron adquiriendo estas bebidas dio lugar a que en 1783, un joven científico amateur, Jean Jacob Scheppe, perfeccionara las ideas de Priestley y Lavoisier para desarrollar su fabricación industrial y, más tarde, elaborar una bebida carbonatada con sabor y con quinina, conocida como “tónica”.

Pronto se produjeron bebidas refrescantes de gran calidad que consiguieron el reconocimiento por parte de la comunidad médica. De hecho, en algunos hospitales se distribuían gratuitamente a pacientes sin recursos; con el tiempo, la demanda de sus bebidas se amplió a las personas que podían comprarlas.



De la farmacia a los hogares

En la década de 1830, los refrescos trascendieron los usos medicinales y se hicieron habituales en el ámbito familiar, convirtiéndose en la bebida ideal para acompañar las comidas y cenas. Este incremento de la demanda hizo que los fabricantes empezaran a investigar para desarrollar nuevos tipos de bebidas carbonatadas de distintos sabores.



Un ejemplo de su popularidad lo encontramos en 1860 cuando en vísperas de la Guerra de Secesión y ante la previsión de la crisis que se avecinaba, una escritora de recetas para amas de casa de Kentucky incluía en uno de los libros de cocina más exitosos del momento, *The Godey's Lady's Book*, la siguiente receta:

“Ponga en un vaso de lados rectos jarabe concentrado de limón, frambuesa, fresas, piña o cualquier otra fruta, en una cantidad suficiente para que la bebida tenga el sabor deseado. Vierta agua muy fría hasta llenar la mitad del vaso. Añada media cucharadita de bicarbonato sódico (de venta en farmacia) y remueva bien con una cuchara. Este preparado empezará a espumar inmediatamente y deberá tomarse durante la efervescencia.

Con estos ingredientes en casa (...), se podrá preparar en todo momento un vaso de esta bebida deliciosa, muy similar a la que puede comprarse en las tiendas, y de coste infinitamente inferior.”

Mark Kurlansky.
Sal, historia de la única piedra comestible.

La intención de la escritora era ofrecer alternativas caseras ante la previsión de que la recesión económica hiciera imposible consumir lo que ya por aquel entonces era algo común en Estados Unidos: las bebidas refrescantes con burbujas.

En este contexto, también en la farmacia y en Estados Unidos, surgió un nuevo jarabe vigorizante. Su fórmula, basada en agua carbonatada, azúcar, vainilla y nueces de cola, tenía propiedades excitantes y energéticas, por lo que resultaba un buen estimulante de las funciones digestivas. Debido a su agradable y refrescante sabor, estas nuevas bebidas de cola pronto sobrepasaron el ámbito médico para popularizarse entre el gran público que prefería beberlas como refresco, en lugar de darle un uso terapéutico.

Esta generalización fue un factor decisivo que impulsó el desarrollo de la industria de bebidas refrescantes, que comenzó a adoptar unas innovadoras estrategias de marketing y distribución.

Los fabricantes diseñaron botellas cuya forma distinguía su producto del resto y las fabricaron a gran escala. A su vez, los carros de tracción animal para el transporte y distribución de bebidas se reemplazaron por vehículos de motor, se desarrollaron cajas que permitían transportar varias botellas a la vez y se instalaron dispensadores automáticos de refrescos en los comercios.

Alrededor de 1950, las bebidas refrescantes formaban ya parte de los hábitos sociales de millones de personas en todo el mundo.

El impulso definitivo se produjo durante la Segunda Guerra Mundial, cuando los soldados de ambos bandos bebían refrescos para levantar la moral. La capacidad de distribución de los fabricantes hizo que, al terminar el conflicto, el consumo de las bebidas de cola se extendiera a numerosos países.

Así, si algo supo hacer la industria desde sus orígenes fue adaptarse a la sociedad y a la evolución de sus gustos y demandas. Por eso, las distintas empresas innovaron en los procesos de fabricación y en la combinación de ingredientes: añadiendo o no anhídrido carbónico, azúcares, zumo de frutas, vitaminas, minerales, etc. Todo ello dió lugar a la aparición de nuevas categorías de productos y nuevos sabores.

Para todos los gustos: bajos en calorías, sin gas...

Los refrescos bajos en calorías y los que no tienen gas representaron dos de los hitos más significativos dentro de la constante evolución del sector.

Tomar una bebida refrescante forma parte de los hábitos sociales más extendidos en el mundo.

En los años 60, los nuevos cánones sociales y de belleza aumentaron la preocupación por mantener la línea y el cuidado personal. Esto llevó al conjunto de la industria alimentaria a investigar nuevas fórmulas que permitieran reducir las calorías de sus productos. En este sentido, la industria de las bebidas refrescantes fue pionera, al conseguir refrescos de buen sabor sin apenas calorías ya que en ellos se sustituía el azúcar por otros edulcorantes.

Estos cambios sociales también dieron pie a que, con el tiempo, los distintos fabricantes incorporaran a su oferta bebidas no carbonatadas, los populares refrescos sin gas de distintos sabores, las bebidas para deportistas o las bebidas refrescantes de té.

La diversificación se extendió a los envases, que se fueron adaptando a los gustos y necesidades de los consumidores. Se empezaron a utilizar distintos materiales y así surgieron las latas y nuevas botellas de diferentes materiales y tamaños. Todo ello con el objetivo de facilitar el consumo en distintos lugares y situaciones como por ejemplo, en el propio hogar y en familia, fuera de casa, en los establecimientos de hostelería...



La televisión y la publicidad revolucionan el mercado

La sociedad siguió evolucionando hacia nuevos valores, a lo que contribuyó en buena medida la aparición de la televisión. Con el tiempo, este nuevo medio habría de ser el más popular e influyente a la hora de marcar tendencias y condicionar las relaciones sociales.

La industria de las bebidas refrescantes no podía ser ajena a este fenómeno: la revolución que supuso la televisión fue paralela a la de la propia industria que, desde los inicios de este nuevo medio basado en la imagen, supo adaptarse a él para difundir sus valores y sus mensajes.

Cuando en la década de los 60 se produjo la expansión y popularización de la televisión, motivada por el abaratamiento de los receptores y el uso de satélites para las transmisiones de larga distancia, la publicidad adquirió una nueva dimensión. En este nuevo entorno, las compañías de las bebidas refrescantes fueron pioneras a la hora de desarrollar campañas publicitarias de gran repercusión social. Por eso, muchos de los eslóganes que a lo largo de los años han utilizado estas empresas forman parte de la historia de la televisión y la publicidad.

Su vinculación histórica a la sociedad y a sus valores ha llevado al sector a participar en todos los ámbitos sociales como por ejemplo, en la promoción de competiciones deportivas y en todo tipo de eventos culturales.

Esta constante evolución y capacidad de adaptación a lo largo de más de dos siglos de historia, ha convertido a la industria de las bebidas refrescantes en una de las más dinámicas e innovadoras. Gracias a esta capacidad, el consumidor cuenta hoy, a lo largo de todo el planeta, con una gran variedad de refrescos para cada momento y lugar, lo que le permite saciar la sed de forma saludable, divertida y placentera.

Tras 200 años de evolución y adaptación, los refrescos cumplen un importante rol social.

EL HOY: LAS BEBIDAS REFRESCANTES ACTUALMENTE

Gracias a una industria flexible que ha evolucionado con la propia sociedad, las bebidas refrescantes son en la actualidad las más populares en todo el mundo y el centro de todo tipo de acontecimientos sociales

Cada año, se amplía la variedad de productos disponibles en el mercado. A las tradicionales bebidas refrescantes de cola, naranja, limón o gaseosas, se unen nuevas propuestas como las bebidas para deportistas y otros sabores como manzana, melocotón, piña, lima-limón, etc.

En la actualidad, las bebidas refrescantes son, como desde sus orígenes, bebidas analcohólicas. La fórmula es, en apariencia, sencilla: el ingrediente básico de cualquier bebida refrescante es el agua, que puede estar carbonatada o no. A ella se le añade un jarabe o preparado básico que proporciona el sabor y que resulta de mezclar distintos componentes como azúcares, zumos de frutas y aromas. Además, dependiendo del tipo de refresco, pueden contener cafeína, quinina, vitaminas, minerales y edulcorantes sin calorías.

Sabor, hidratación y energía

Esta variedad de sabores hace que la ingesta de líquido sea más placentera, por lo que las bebidas refrescantes constituyen una agradable alternativa para saciar la sed y mantener unos óptimos niveles de hidratación. Además, los refrescos que contienen entre sus ingredientes azúcares contribuyen a aportar energía y ayudan a desarrollar las actividades diarias.

Por eso, en todo el mundo se entiende que cualquier actividad resulta aún más agradable con la compañía de una bebida refrescante, a la vez que éstas hidratan de forma placentera y divertida, añadiendo una nota de sabor a las relaciones sociales.

Ya sea por sus ingredientes, por su sabor o por la oportunidad de compartirlos en compañía, los refrescos se han ido convirtiendo, a lo largo de 200 años de historia, en las bebidas más populares en todo el mundo. Esto ha hecho posible que la industria de las bebidas refrescantes genere un fuerte impacto social y económico.





BEBIDAS REFRESCANTES Y SOCIEDAD

HÁBITOS DE CONSUMO: MEJOR EN COMPAÑÍA

El 73% de los españoles prefiere beber refrescos en compañía de amigos y fuera de casa, en bares, cafeterías o restaurantes.

La celebración en torno a una buena comida o bebida ha sido, desde siempre, una costumbre típica de los distintos grupos sociales: charlas con amigos, fiestas de cumpleaños, comidas y cenas... En la actualidad, las bebidas refrescantes constituyen auténticos nexos de unión en las relaciones sociales y su consumo en compañía es uno de los hábitos más extendidos en todo el mundo. A esta generalización ha contribuido, en gran medida, el amplio abanico de sabores, categorías y formas de presentación disponibles. Desde la soda a las limonadas o las bebidas de cola, la constante innovación de la industria de las bebidas refrescantes ha dado lugar a productos adaptados a todos los gustos.

Por eso, según el estudio sobre "Hábitos de consumo de las bebidas refrescantes en España" elaborado por la Asociación Nacional de Fabricantes de Bebidas Refrescantes Analcohólicas (ANFABRA), a la hora de beber un refresco, la mayoría de los españoles opta por hacerlo con amigos, fuera del hogar y generalmente durante el fin de semana.

Los refrescos, un hábito social

El consumo de bebidas refrescantes fuera del hogar es el que mejor refleja este fin social: hacer más agradables los encuentros con otras personas. Esto explica que se beban en compañía, en un 55,2% de los casos si es entre semana y en un 73% durante los fines de semana.

Consumo en compañía	
Entre semana	55%
Fin de semana	73%

La mayor disponibilidad de tiempo libre para disfrutar del ocio y de la compañía de amigos y familiares, hace que durante el fin de semana se incremente el consumo de estas bebidas, sobre todo en bares, cafeterías y restaurantes, con una intención más social o relacional. En estas situaciones, los refrescos preferidos por los españoles son los que

contienen gas. Al llegar la noche y atendiendo a los distintos sabores, se acentúa el consumo de bebidas de cola y de sabores cítricos que, por sus ingredientes, aportan energía.

Esta relación directa con lo social hace que los gustos, las situaciones y los momentos de consumo de las bebidas refrescantes varíen según la edad, el sexo o la procedencia geográfica de las personas. Por ello, a la hora de beber un refresco fuera del hogar, los jóvenes de entre 12 y 19 años, suelen hacerlo con amigos; entre los 30 y los 55 años se beben indistintamente en compañía de amigos y familiares; a partir de los 56 años, la familia pasa a un primer plano.

Consumo	Edad
Con amigos	12-19
Con familia y amigos	30-55
Con la familia	56

En casa también se beben refrescos

En la comida, para acompañar el aperitivo, con la merienda... Dada la variedad de sabores y presentaciones, el lugar y la situación en los cuales se bebe el refresco determina el tipo o cantidad de bebida que se consume. Por eso, si fuera de casa la bebida refrescante cumple una función social, el consumo entre semana y en el hogar se realiza con una intención más funcional, como saciar la sed o rehidratarse. Por este motivo, entre semana los españoles optan por las bebidas refrescantes light o sin gas, las deportivas y las energéticas, tanto al mediodía como por la tarde. De hecho, a lo largo de la semana, las bebidas bajas en calorías son las preferidas en el hogar para acompañar a la comida, con un porcentaje de consumo de más del 40%.

Si durante la semana los que toman bebidas refrescantes en el hogar lo hacen por sus propiedades saludables e hidratantes, al llegar el fin de semana y por las noches, tal y como ocurre en cafeterías bares y restaurantes, se prefiere optar por bebidas con gas. Esto se asocia al hecho de que, también en casa, durante estos días se aprovecha para encontrarse con



amigos y familiares, por lo que las bebidas refrescantes vuelven a reflejar una intención más social y relacional.

La compra es planificada

A la hora de adquirir bebidas refrescantes para beberlas en casa -lo que suele implicar un consumo en familia- el 63% de los responsables de la compra en el hogar deciden previamente los refrescos que desean adquirir. La compra de bebidas refrescantes para el consumo en el hogar es claramente planificada, aunque factores como la edad influyen a la hora de adquirirlas. Así, los jóvenes y las personas sin hijos son los que, en mayor medida, suelen comprar de forma impulsiva.

Decisión de compra	
Compra planificada	63%
Compra impulsiva	16%

A su vez, con respecto al lugar preferido para comprar refrescos, el 73% de los españoles elige el supermercado y el 36%, en su mayoría de 30 años y con hijos, opta por grandes superficies.

Lugar de compra	
Supermercado	73%
Grandes Superficies	36%

Con respecto a la frecuencia de compra, en el 46% de los casos se suelen adquirir refrescos semanalmente -entre 1 y 3 litros-. Criterios como la marca influyen en la elección, especialmente en el caso de los hombres y los no responsables habituales de la compra en el hogar.

En cuanto al volumen de compra, Levante y Andalucía son las comunidades que compran con mayor frecuencia -algo más de una vez por semana-. Esto se explica porque en climas cálidos y húmedos aumenta la necesidad de hidratación y la sensación de sed, lo que lleva a ingerir más líquido. Además, en las zonas del litoral -tradicionales destinos turísticos-, el buen tiempo invita a salir y a acudir a los distintos establecimientos de hostelería para beber un refresco.

Los nuevos sabores ganan peso

En cuanto a los sabores, los refrescos de cola con gas son los preferidos por la mayoría de los encuestados en el estudio (71%), seguidos de los refrescos de gas cítricos (53%). Estas preferencias varían con la edad. Así, los jóvenes empiezan a elegir nuevos sabores como la

lima-limón o la piña, mientras que entre los mayores de 40 años, tienen más aceptación sabores como la tónica.

Además, como cada año surgen nuevos sabores y categorías de bebidas refrescantes, se está dando paso a bebidas para deportistas, refrescos de té y otros sabores minoritarios como manzana, melocotón o piña, que crecen en mayor proporción. Un claro ejemplo de esta tendencia a diversificar el consumo más allá de las bebidas refrescantes más tradicionales se encuentra en el hecho de que la producción de bebidas sin gas se viene duplicando en los últimos años.

Las mujeres, light; los hombres, sin gas

Además de las diferencias que existen en torno al consumo de refrescos en diferentes situaciones o momentos del día, se pueden establecer preferencias por sexo. Así, las mujeres suelen beber más refrescos bajos en calorías, bebidas funcionales y refrescos de té y café. Por su parte, los hombres optan por bebidas refrescantes de sabor sin gas, bebidas para deportistas y energéticas.

Sexo	Tipos de Refresco
Mujeres	Bajos en calorías, bebidas funcionales, refrescos de té y café
Hombres	Bebidas de sabor sin gas, para deportistas y energéticas

España, dentro de Europa

En el caso concreto de España, la tendencia al consumo social se ve favorecida por las buenas condiciones climáticas y por unos arraigados hábitos de ocio en compañía. Por eso, España es actualmente el tercer productor europeo de bebidas refrescantes, por detrás de Alemania y Reino Unido.

Si se atiende al consumo per cápita, según los datos de UNESDA, la federación que aglutina a las asociaciones sectoriales europeas, los checos son los que más litros consumen, seguidos por los irlandeses, noruegos, belgas y españoles.



BEBIDAS REFRESCANTES Y VIDA SANA

ALIMENTACIÓN EQUILIBRADA Y EJERCICIO FÍSICO

Cada vez más, los arraigados hábitos sedentarios están provocando que los españoles gasten menos energía de la que ingieren lo que, entre otras consecuencias para la salud, aumenta el riesgo de presentar sobrepeso. Por eso, es fundamental educar y concienciar sobre los beneficios de una vida sana basada en una alimentación equilibrada, una buena hidratación y la realización de ejercicio físico.

Las bebidas refrescantes, con su variedad de sabores, ayudan a conseguir este aporte de líquidos con más facilidad.

Una alimentación equilibrada, un óptimo aporte de líquidos y realizar ejercicio físico moderado son los pilares de una vida sana.

Según un principio ampliamente reconocido en nutrición, “no existen alimentos buenos ni malos, sólo buenas y malas dietas”. Es decir, una alimentación es equilibrada cuando aporta las calorías necesarias para que una persona

desarrolle sus actividades cotidianas. Por ello, los especialistas consideran que todos los alimentos y bebidas cumplen un papel dentro de la dieta, siempre y cuando se consuman en una proporción adecuada.

Sin embargo, el informe del Ministerio de Sanidad sobre la “Salud de la Población Española en el Contexto Europeo y del Sistema Nacional de Salud” realizado en 2005, reveló que el 54% de la población de 16 años en adelante (53,7% de los hombres y 62,9% de las mujeres) es sedentaria.

La disminución del ejercicio y la sustitución de las actividades de ocio al aire libre por otras que no requieren actividad física hacen que las personas gasten menos calorías de las que ingieren. Esto, entre otras consecuencias para la salud, puede llevar a un aumento del peso.

El ejercicio físico, asignatura pendiente

Este sedentarismo es especialmente significativo en el caso de los más jóvenes. La infancia y la adolescencia son etapas decisivas para el desarrollo, por lo que las necesidades de energía y de nutrientes son superiores. Además, según los especialistas sanitarios, los hábitos de vida que se adquieren en la infancia tienen repercusión en el estado de salud de la vida adulta.



Para prevenir riesgos para la salud, es necesario educar desde la infancia y fomentar en la población aquellos hábitos que dan lugar a una buena calidad de vida. Éste es un esfuerzo en el que, en los últimos años, están trabajando todas las instituciones y colectivos del área de la salud y la educación: Administraciones Públicas, especialistas sanitarios, docentes, padres y la propia industria alimentaria.

Los refrescos, un buen complemento para una alimentación equilibrada

Una correcta nutrición debe contener los niveles adecuados de líquido. Éstos se obtienen a través de la ingesta de alimentos y de bebidas. Los refrescos, cuyo principal ingrediente es el agua, hacen del instante de beber un momento agradable, por lo que suponen un estímulo que facilita la ingesta del líquido tan necesario para el organismo. Además, existen numerosas alternativas en función de las necesidades: con gas, sin gas, light, para deportistas, etc.

De este modo, el consumo de bebidas refrescantes en el contexto de una alimentación equilibrada se convierte en un acompañamiento adecuado a la hora de la comida, la cena o el aperitivo. Esto, unido a la práctica de actividad física, permite mantener un buen estado de salud, favoreciendo la hidratación de una forma variada y agradable al paladar.

La industria de bebidas refrescantes ofrece al consumidor bebidas de gran calidad y saludables en el contexto de una alimentación variada y equilibrada. Para ello se desarrollan estudios científicos sobre su función nutricional.

Información sobre el contenido calórico de algunas bebidas refrescantes comercializadas en España

Categoría	Sabor	Kcal / 100 ml
Bebidas refrescantes light	Varios	Menos de 1 - 7
Bebidas refrescantes de extractos	Cola	42-45
	Tónica	37-39
	De Té	31-42
Bebidas refrescantes de zumo de frutas	Naranja, Limón,...	45 - 52
Gaseosas (con edulcorantes)	Gaseosa	Menos de 1
Bebidas refrescantes aromatizadas (con edulcorantes)	Naranja, Limón,...	Menos de 1 - 13
Bebidas para deportistas	Varios	26 - 32

NOTA: Estos datos suponen una estimación aproximada efectuada por ANFABRA a partir de las bebidas refrescantes más consumidas y, por lo tanto, sólo son válidos como referencia sectorial, pudiendo encontrarse en el mercado bebidas refrescantes con un contenido calórico distinto

LA IMPORTANCIA DE LA HIDRATACIÓN

La hidratación es fundamental para el buen funcionamiento del organismo. Las bebidas refrescantes constituyen una excelente opción para mantener los niveles adecuados de líquido de forma placentera.

El líquido es esencial para la vida; de hecho, aproximadamente dos tercios del peso de una persona es agua. Así, el líquido cumple una función vital ya que, entre otras cosas:

- Regula el buen funcionamiento de todas las células
- Favorece el transporte de los nutrientes y de las sustancias orgánicas en el sistema circulatorio
- Elimina toxinas
- Mantiene la temperatura corporal
- Previene el estreñimiento

Por todo ello, es necesario estar bien hidratado -de hecho, el ser humano puede pasar varias semanas sin comer, pero únicamente unos pocos días sin beber-. Por eso, el balance hídrico debe ser equilibrado, es decir, la cantidad de líquido que entra en el cuerpo debe ser la misma cantidad que se elimina. De este modo, el contenido de agua de los tejidos se mantiene constante.

Entrada	
Ingesta de bebida	1.300 ml
Agua de los alimentos (Composición)	1.000 ml
Agua de oxidación (Combustión)	300 ml
TOTAL ENTRADA	2.600 ml

Pérdida	
Diuresis (orina de 24h)	1.500 ml
Heces	200 ml
Pérdidas insensibles (la eliminación por la piel distinta del sudor y la expulsada por la respiración). Otras (diarreas, sudor)	900 ml
TOTAL PÉRDIDA	2.600 ml

Cómo afecta la deshidratación al organismo

Como consecuencia de la actividad cotidiana se sufren continuas pérdidas de líquidos; a través de la piel por la sudoración, la orina, los pulmones cuando respiramos, etc. Cuando la cantidad de líquido del organismo disminuye se habla de deshidratación, un estado que genera un aumento de la concentración de sales en el sistema vascular o sanguíneo.

Para evitar este desequilibrio, el organismo envía al cerebro una señal de alerta que informa sobre un déficit de líquido: la sed. Cuando las células pierden agua comienzan a contraerse y se transmite un mensaje al cerebro, activándose esta sensación.

La sed aparece cuando el organismo pierde tan sólo un 1% de líquidos; si esta pérdida es del 2%, se reduce el rendimiento, y a partir del 5% se puede producir una aceleración del ritmo cardíaco, apatía, vómitos, debilidad y calambres musculares.

Niños y personas mayores: dos colectivos de riesgo

Si la deshidratación constituye un riesgo para todos, lo es aún más para los niños y personas mayores, ya que además de presentar sistemas inmunológicos más débiles son, en general, mucho más reacios a beber si no tienen sed.



Los niños presentan un mayor riesgo de deshidratación que los adultos, ya que su sentido de la sed aún no se ha desarrollado lo suficiente. Además, en ambientes de calor o humedad y al realizar una mayor actividad física -deportes, juegos en la calle, etc.- requieren una ingesta de líquidos aún mayor.

En el caso de las personas mayores, su mecanismo de regulación térmica se encuentra deteriorado. Esto reduce la capacidad de sudoración y un deterioro de la respuesta cardiovascular al calor con respecto a personas más jóvenes. Por ello, deben ingerir líquido aunque no tengan sed con el fin de evitar la deshidratación y sus consecuencias.

Hidratación y actividad física

Llevar una vida físicamente activa genera numerosos beneficios para la salud. Además de mantener los músculos y huesos en buen estado, se previenen otras muchas enfermedades. Por otra parte, varios estudios demuestran que la actividad física mejora el bienestar psíquico, las funciones mentales (la toma de decisiones, la planificación y la memoria a corto plazo), reduce la ansiedad y regula el sueño.

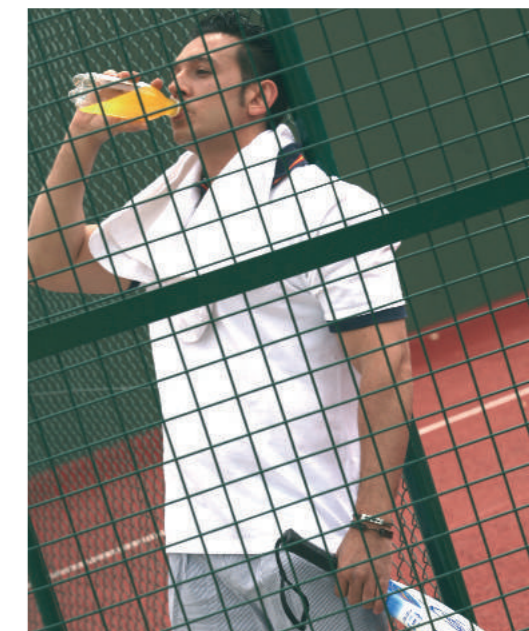
Sin embargo, la realización de ejercicio requiere una adecuada hidratación, y para ello es necesario beber, reponiendo así el líquido perdido con el sudor.

El mecanismo de la sudoración tiene como fin equilibrar la temperatura corporal. Aproximadamente, el 80% de la energía producida para la contracción muscular se libera en forma de calor. El organismo debe eliminar esa gran cantidad de calor, ya que el aumento de la temperatura corporal puede generar consecuencias muy negativas para la salud. Por ello recurre al mecanismo de la sudoración, que “enfriá” el cuerpo al provocar una importante pérdida de líquidos.

En condiciones normales, la sed anuncia la disminución de líquido en el organismo. Sin embargo, cuando se producen grandes pérdidas durante una actividad física puede desaparecer la sensación de sed, lo que no implica que el organismo haya alcanzado aún una correcta hidratación. De hecho, muchas personas que realizan grandes esfuerzos físicos dejan de beber sin haber completado su rehidratación, lo que perjudica la capacidad de realizar esfuerzos de alta intensidad a corto plazo, así como esfuerzos prolongados.

El calor y la pérdida de líquidos

El calor es otro factor que genera la deshidratación del organismo, dado que a medida que suben las temperaturas se incrementa la pérdida de líquido a través del sudor.



El cuerpo humano está preparado para mantener una temperatura casi constante, entre los 36 y 37 grados centígrados. Cuando la temperatura externa es de 21 grados centígrados, una persona se encuentra en equilibrio térmico. No obstante, si el termómetro supera esa cifra, el cuerpo debe poner en marcha una serie de mecanismos para evitar un incremento en la temperatura corporal.

El sistema fundamental de defensa en estas situaciones es la vasodilatación de los capilares cutáneos, que mejora el paso de la sangre por la piel, cediendo calor al aire y volviendo a refrescar al cuerpo. A ello se le suma un incremento de la sudoración, que favorece la pérdida de calor por evaporación. En algunas circunstancias, estas pérdidas de agua pueden llegar a ser cuantiosas, alcanzando alrededor de 1 ó 2 litros al día.

Los refrescos contribuyen a hidratar el cuerpo

En circunstancias normales, el organismo necesita entre 1,5 y 2 litros de líquido al día. Si se pierde líquido a consecuencia del calor, la actividad física u otras circunstancias, esta cantidad se puede elevar hasta 3 litros al día o más.

Los niños y las personas mayores no beben lo suficiente y por ello es necesario vigilar su nivel de hidratación.

Diversos trabajos de investigación han demostrado que se bebe más cuanto mayor sea la diversidad de sabores para elegir.

En su libro “Nutrición en la adolescencia y juventud”, las doctoras Ana Requejo y Rosa Ortega afirman que es tan importante ingerir agua como otros líquidos que complementen la hidratación, sobre todo en situaciones de calor, actividad física elevada o altas necesidades de energía. En este sentido, los refrescos son una buena alternativa para cubrir el nivel de hidratación óptimo.

A su vez, la Dra. Carmen Gómez Candela, autora de “Recomendaciones para mantener tu cuerpo bien hidratado”, sostiene: *“Está claro que el cuerpo necesita líquidos y se ha demostrado que se bebe más cuanto mayor sea la diversidad de sabores a elegir. Las bebidas con sabor son una forma agradable y divertida de hidratarse...”*

Con el fin de satisfacer todas las demandas, cada año se ofrecen a los consumidores nuevas categorías de bebidas refrescantes (con gas, sin gas, sin azúcar, etc.) y nuevas propuestas de sabores (bebidas para deportistas, bebidas refrescantes de té y otros sabores como manzana, melocotón o piña) que se suman a los más tradicionales (como la cola, naranja, limón o gaseosa).

Todas estas alternativas contribuyen a mantener los niveles necesarios de hidratación de las personas, especialmente de los grupos de población con mayor riesgo de sufrir deshidratación: deportistas, niños y personas mayores.

Hidratación y bebidas refrescantes: puntos básicos

- La ingesta de líquidos es muy importante para la salud, se realice o no ejercicio físico.
- Un adulto necesita beber entre 1,5 y 2,5 litros de líquido diarios, incluso más si realiza actividades y esfuerzos físicos o si vive en regiones con clima cálido y húmedo.
- Sin la realización de ninguna actividad física se pierden al día entre 2-3 litros de líquido de nuestro organismo (piel, sudor, orina...).
- Hay que beber antes de tener sed; esta sensación aparece de forma tardía, cuando ya existe cierto grado de deshidratación.
- Se ha demostrado que se bebe más cuanto mayor es la diversidad de sabores.
- Las bebidas refrescantes, compuestas fundamentalmente por agua, son una buena manera de saciar la sed y mantener una buena hidratación.
- Además de saciar la sed, las bebidas refrescantes son las que más facilitan las relaciones sociales sin la necesidad de tomar alcohol.
- Existe una gran variedad de bebidas refrescantes: con gas, sin gas, sin azúcar, con distintos sabores... Gracias a ello, el consumidor puede elegir la que más se adecúa a su gusto y preferencias.
- Los refrescos light no contienen prácticamente ninguna caloría.
- Existe una amplia gama de envases de bebidas refrescantes para elegir según la ocasión.



BEBIDAS REFRESCANTES Y GASTRONOMÍA

UN SABOR PARA CADA MOMENTO

Las bebidas refrescantes cuentan con una amplia variedad de sabores. Con sus diferentes combinaciones de zumos de frutas, aromas y otros ingredientes, los refrescos ofrecen sensaciones para cada momento del día.

En la variedad está el gusto

Con los años se han establecido una serie de criterios de gusto y oportunidad sobre la forma más efectiva de sacar provecho a la infinidad de sabores de las bebidas refrescantes. De hecho, el organismo humano funciona, en gran medida, de acuerdo a las pautas que marcan los hábitos. Por ello, la composición y cualidades organolépticas predominantes en ciertos sabores y aromas, responden mejor en determinadas situaciones o momentos del día.



Cola

Si se llevara a cabo una encuesta mundial preguntando cuál es el sabor más difundido a través de todas las culturas del planeta, una amplia mayoría respondería, probablemente, que ése es el de los refrescos de cola. Nacidos a partir de una fórmula compleja en la que participan todo tipo de ingredientes (vainilla, cafeína, caramelo, nuez moscada, limón, cilantro, etc.), este tipo de refrescos cuenta con un espacio propio entre los sabores del mundo.

Su implantación va más allá del éxito. Los refrescos de cola ocupan en la actualidad la cima de los sabores reconocibles en todo el planeta. Esto se debe, en gran medida, a la indudable potencia y oportunidad con la que se abrieron paso en los distintos mercados mundiales, pero también al equilibrio de su sabor, entre la acidez y el dulzor.

Los refrescos de cola se consumen a cualquier hora del día, pero la intensidad y complejidad de sus aromas los hace apropiados para ser ingeridos a partir de media mañana, cuando toda la capacidad de percepción de las personas se ha despertado.

Naranja

Los refrescos de naranja se asocian inconscientemente con la mañana, dada la costumbre de consumir bebidas derivadas de esta fruta en la primera mitad del día. Esto se corresponde con un equilibrio entre su dulzor predominante y una acidez cítrica de mayor o menor intensidad, dependiendo de cada marca.

Estos refrescos ofrecen una buena dosis de hidratación y de energía al tiempo que sacian las papilas gustativas. Por tanto, son ideales para recargar de energía el organismo por la mañana o tras realizar un ejercicio intenso.

Además, debe tenerse en cuenta que los niños sienten una especial predilección por el sabor dulce, que se transmite desde las papilas ubicadas en la punta de la lengua hasta el cerebro. Los más pequeños sobreponen el dulzor a cualquier otra preferencia y tardan más en saciarse. Por ello, un refresco dulce de naranja siempre estará entre los predilectos de la mayoría de los niños a cualquier hora del día.

Limón

En el caso del limón, prevalecen los toques ácidos y las notas cítricas de la fruta. Este predominio de los sabores ácidos que se perciben en los laterales y en toda la base de la lengua, tiene una repercusión en las sensaciones; si el dulce sacia, el ácido provoca la salivación. Eso hace que estas bebidas dejen una sensación más fresca en la boca y sean apropiadas como aperitivos. Por esta razón, el mejor momento para tomar una bebida refrescante de limón es en las horas previas a la comida o la cena, aunque siempre son una buena opción para saciar la sed.

Lima-Limón

Los refrescos de lima-limón ocupan un espacio propio, ya que combinan la acidez y el dulzor, con resultados siempre refrescantes que permiten su consumo en cualquier situación.



Se trata, a su vez, de un tipo de bebidas que suele apostar por la transparencia en el color, generando una sensación de frescura. El gas carbónico acompaña dicho efecto, lo que convierte a la lima-limón en un eficaz recurso contra la sed en cualquier momento del día. Sin embargo, por su aroma y dulzor, el mejor momento para consumirla se registra en las horas en las que el paladar se encuentra más despierto y con mayor capacidad de asimilar sabores intensos: a media mañana o a media tarde.

Té frío

Dentro de esta misma tipología de bebidas aptas para ser consumidas a cualquier hora del día se encuentra, desde hace milenios, el té. Su nacimiento como refresco es el resultado de la adaptación a la modernidad de una bebida cuyos orígenes y virtudes refrescantes fueron conocidas y explotadas por todas las grandes civilizaciones orientales y popularizadas en Occidente por la Inglaterra colonial.

El té frío es una deliciosa manera de refrescarse a cualquier hora del día. Carece de gas carbónico en todos los casos, por lo que también supone una alternativa ideal para quienes prefieren optar por bebidas no gaseosas.

Además, el té frío ofrece un fondo aromático bastante complejo; su amargor se oculta tras notas dulces y cítricas, lo que facilita saciar la sed y mantener una buena hidratación.

Existe una bebida refrescante para cada momento. Gracias a esta variedad se puede elegir entre una amplia oferta, el sabor más adecuado para cada momento del día y para cada situación.

Tónica

Otro de esos sabores que ha sabido instalarse en el gusto del consumidor actual es la tónica. Tomando el extracto de quinina como base aromática, en la tónica predomina el sabor amargo, matizado por notas cítricas y un leve dulzor. Si bien puede llevar un tiempo acostumbrarse a su sabor, es una bebida sumamente refrescante, apropiada para cualquier hora del día.

Gaseosa

A pesar de ser una de las precursoras de la amplia variedad de bebidas refrescantes, las gaseosas mantienen su vigencia, proporcionando una gran sensación de frescor con sus matices cítricos y ácidos, en los que se percibe un suave sabor a lima. Por eso, la gaseosa ha sido desde sus

orígenes, una de las bebidas preferidas para ser consumida sola o acompañada de otras. Sus propiedades la convierten en una bebida apropiada para cualquier momento del día. Además, su bajo aporte calórico –menos de 1 caloría por 100 ml-, la hacen ideal para aquellos que quieren cuidar la línea.

Bitter

En el terreno de los aperitivos existen otros sabores que siendo dulces, también combinan una cantidad suficiente de notas ácidas bajo el predominio de un fondo amargo. El mejor exponente de este tipo de refrescos es el bitter (sustantivo derivado del adjetivo bitter, amargo, en inglés), uno de los más destacados por su combinación de ácidos y amargos.

Estas bebidas, cuya base aromática se encuentra en una combinación de extractos de plantas, pertenecen al grupo de aquellas que requieren de un período de “adaptación”, ya que en ellas predomina el sabor amargo, que se percibe en la parte posterior de la lengua. Por otro lado, su color rojo intenso impresiona la vista, actuando en unos casos como reclamo y en otros como señal de alarma ante lo desconocido.

Tipo de refresco	Características	Modelo ideal del consumo
Naranja	Dulzor predominante y acidez cítrica.	Por la mañana.
Cola	Intenso y complejo sabor, equilibrio entre acidez y dulzor.	A partir de media mañana.
Lima-Limón	Notas cítricas, sabor ácido y dulce.	A media mañana o media tarde.
Limón	Acidez cítrica.	Antes de la comida o la cena.
Bitter	Color rojo intenso, fuerte sabor amargo.	Antes de la comida o la cena.
Té frío	Matices dulces y cítricos, fondo amargo. No tiene gas.	A cualquier hora del día.
Gaseosa	Notas cítricas y ácidas, suave sabor a lima.	A cualquier hora del día.

CÓMO DISFRUTAR AÚN MÁS DE UNA BEBIDA REFRESCANTE

La presentación, la temperatura o, incluso, la forma, textura y tamaño de los recipientes en los que se sirve; todos ellos son factores importantes a la hora de percibir el sabor de una bebida refrescante. A su vez, cada bebida puede combinarse con frutas o hierbas aromáticas, para generar nuevas y placenteras sensaciones.

Las acciones de comer o beber no son sólo necesarias para saciar la sed o el hambre, sino que además constituyen auténticos momentos de placer. Por eso, a la hora de disfrutar más de los alimentos y bebidas intervienen distintos sentidos como el gusto, la vista o el olfato.

En este sentido, hay detalles que permiten saborear más y mejor cada bebida.

El primer elemento que hay que tener en cuenta en una bebida refrescante es la presencia o no de anhídrido carbónico. En las bebidas que lo contienen, las burbujas transmiten vivacidad y además, potencian su capacidad aromática y su acidez, haciéndolas más agradables y, sobre todo, más refrescantes. Pero sobre todo, tienen una función trascendental a la hora de acompañar sabores, matizándolos y suavizándolos.

Por todo ello, el toque salado de una soda, el amargor de un bitter, el dulzor de un refresco de naranja o el ácido de una limonada se enriquecen

con la capacidad del gas carbónico para aligerar la percepción de las papilas gustativas. Tal es así que al final del trago predomina una sensación fresca, agradable y ligera, así como los aromas del refresco que se ha bebido.



¿Vaso, lata o botella?

Uno de los factores que más influye en las sensaciones que se perciben al consumir una bebida es el recipiente en el que se bebe. Esto ocurre por varias razones, pero hay dos fundamentales:

1. La percepción de los aromas

La abertura del recipiente condiciona la cantidad de aromas que se distinguen a través del olfato. Un vaso permite oler el refresco mientras se bebe, mientras que el espacio que queda libre en una lata hace imposible percibir cualquier aroma.

De hecho, al beber directamente de la lata o la botella se pierde casi un cincuenta por ciento de los aromas; el otro cincuenta por ciento se percibe a través de un conducto que se encuentra en el fondo del paladar, el conducto retronasal. Allí, la bebida que se ingiere entra en contacto con el aire que se respira, dando lugar a aromas que crean sensaciones.

Por estas razones, a la hora de disfrutar realmente de una bebida, es aconsejable servirla en un recipiente abierto, un vaso o una copa. De otro modo, el efecto refrescante será el mismo, aunque se perderá una parte importante de sus cualidades.

2. La fuerza de la burbuja

Al tomar una bebida refrescante directamente desde un recipiente cerrado como la lata o la botella, se percibe el gas carbónico de una forma más agresiva que si se sirve la bebida en un recipiente abierto, lo cual puede anular o limitar la capacidad para distinguir las sensaciones que puede ofrecer la bebida. Por ello, si se desea disfrutar aún más de todos los aromas y sabores de la bebida refrescante, es más recomendable hacerlo en un vaso o una copa.



Tipos de vasos y copas

Aunque la elección del tipo de vaso o copa es muy personal y suele regirse por principios puramente estéticos, hay otros factores que pueden ayudar a disfrutar más de un refresco. Así, algunos recipientes permiten una mejor interacción con la propia bebida al potenciar su percepción sensorial.



El mundo de los vasos es infinito: los hay cortos y anchos, los llamados de chato; o anchos y altos, como los de sidra; también altos y estrechos, los de tubo, o más o menos coloreados, opacos, translúcidos, etc.

El tipo de vaso condiciona la percepción visual subjetiva del refresco –siempre parecerá más ligera una bebida que se ve a través del cristal que una que permanece oculta tras la cerámica-. Además, debe tenerse en cuenta la porosidad de los materiales del recipiente, ya que esto influye en la salida del gas carbónico hacia el exterior. Así, los plásticos y cerámicas ralentizan el ascenso de la burbuja, transmitiendo una sensación de mayor densidad. Por todo ello, suele resultar más viva y natural una bebida servida en cristal transparente que en un recipiente de otro material.

Por otra parte, un vaso de abertura ancha permite percibir los aromas de forma directa, aunque el gas carbónico desaparece rápidamente porque la superficie de líquido en contacto con el aire es mucho mayor que en otro más estrecho.

Así, un vaso de sidra o una gran copa de balón son perfectas para un refresco que va a consumirse rápidamente. Por el contrario, si en este caso se bebe relajada y lentamente, en

pocos minutos se habrá perdido buena parte del gas carbónico.

Otras opciones son las copas de champán, que fueron ideadas para conservar el gas carbónico del vino espumoso y retener su aroma, y por tanto, pueden resultar ideales para los refrescos.

La temperatura ideal

Las temperaturas afectan a los líquidos potenciando sus sabores en dos sentidos diferentes: el calor potencia el dulzor, el frío, la acidez. Por otro lado, el frío contiene y ralentiza la salida del gas carbónico hacia el exterior, mientras que el calor la acelera.

Por ambos motivos, al beber un refresco demasiado caliente, las sensaciones que dominan el paladar son de un dulzor excesivo y de un descontrolado tumulto de burbujas.

Una bebida muy fría, por su parte, limita la percepción de casi todos sus sabores y aromas, pero potencia los ácidos y con ellos, la sensación refrescante de la bebida, siempre y cuando el frío no sea excesivo.

Por tanto, las temperaturas de servicio ideales oscilan entre los 4º y los 8º C; a esa temperatura se percibe todo el sabor y aroma del refresco en sus mejores condiciones.

Esto es especialmente significativo en el caso de las bebidas carbonatadas: son pocas las bebidas que, siendo espumosas, resulten tolerables en caliente. De hecho, las burbujas desaparecen de los líquidos cálidos, pero permanecen en los fríos, potenciando su frescor.

¿Con o sin hielo?

Cada persona tiene sus preferencias sobre la bebida refrescante más apropiada para cada momento, pero casi todos coinciden en que hielo mantiene la temperatura ideal de la bebida.

El hielo en el refresco enfría y mantiene su temperatura. Sin embargo, la acción del hielo también depende de su forma. En cubitos gruesos tarda más tiempo en derretirse, por ello es el que mantiene durante más tiempo la temperatura y altera menos los sabores de la bebida. Los hielos picados, por su parte, enfrían muy rápido el refresco pero se deshacen muy rápidamente, aumentando la proporción de agua que se ingiere en la bebida y diluyendo su sabor.

Cuanto más imaginativa y estética sea la presentación de una bebida refrescante, más sorprenderá y atraerá al consumidor. A su vez, cuanto más agradable sea el sabor obtenido, más se potenciarán sus cualidades, ofreciendo un abanico de nuevas posibilidades para beberla de forma individual o para combinarla con distintos alimentos.

La presentación del refresco

La presentación de una bebida o alimento es un aspecto fundamental, ya que puede transformar el consumo de una gama de productos en una experiencia distinta.

Las personas suelen ser demasiado tradicionales a la hora de servir las bebidas refrescantes, olvidando que la variedad de sus sabores favorece su combinación con una amplia variedad de productos. De hecho, éstos pueden enriquecerlos con matices nuevos y presentaciones mucho más originales, divertidas y atractivas que las habituales.

- Para disfrutar más de una bebida refrescante es aconsejable servirla en vaso, ya que permite percibir su olor mientras se bebe. Además, si el vaso es de cristal transparente, la bebida resulta más viva y natural.
- Es preferible servirla en un recipiente abierto -un vaso o una copa- ya que favorece la percepción visual subjetiva del refresco y potencia la capacidad para disfrutar más de todos los aromas y sensaciones.
- La temperatura ideal para servir una bebida refrescante oscila entre los 4º y los 8º. A esa temperatura se percibe todo el sabor y aroma del refresco en sus mejores condiciones.
- Es recomendable utilizar cubitos de hielo gruesos, ya que tardan más en derretirse y por ello, mantienen durante más tiempo la temperatura y alteran menos los sabores de la bebida.

A continuación, se sugieren una serie de posibilidades de presentación que tratan de conjugar tres aspectos fundamentales. Por un lado, la compatibilidad entre aromas y sabores, por otro, la originalidad de cada una de las combinaciones entre refresco y producto natural. Y, finalmente, el realce de la presentación de cada bebida por medio de la inclusión de frutos, hierbas aromáticas y especias que potencien sus posibilidades gustativas y estéticas.

Bebidas refrescantes: una experiencia diferente

Cola – vainilla – kumquat
Cola – menta – physalis

Naranja – lima – menta
Naranja – cereza – flor de azahar

Limón – hierbabuena – lima
Limón – melón – canela

Gaseosa – menta – mora
Gaseosa – piña – aloe vera

Lima limón – hierbabuena – pomelo
Lima limón – lichis – limón de pica

Té helado – kiwi – fresa
Té helado – canela – lichis

Tónica – pomelo – mora
Tónica – manzana verde – mandarina

LAS BEBIDAS REFRESCANTES Y LA GASTRONOMÍA: EL MARIDAJE PERFECTO

Cuando se habla de armonizar alimentos y bebidas en la mesa, deben considerarse las tres variables según las cuales ambos elementos se relacionan: su similitud, su contraste o su complementariedad. Cada uno de estos factores permite

transmitir un conjunto de sensaciones más o menos originales, creativas o divertidas, pero siempre equilibradas.

En la mesa, los diferentes aromas y sensaciones que transmiten las bebidas refrescantes deben conjugarse con los que se generan en cada plato. Para ello debe tenerse en cuenta el sabor de cada bebida, su textura, la cantidad y calidad de gas carbónico, su persistencia aromática.

El acierto de las combinaciones –que por otra parte será siempre una valoración personal– dependerá del equilibrio que se obtenga en relación con las cualidades del refresco y las del alimento junto al cual se consume. Se trata de que uno resalte al otro, haciéndolo más agradable de lo que sería por sí mismo en solitario.

Así, muchos de los refrescos contienen una proporción de componentes aromáticos cítricos combinados con un sabor predominantemente dulce. Por tanto, no es extraño que una limonada armonice perfectamente con una porción de tarta de limón. Esto es similitud: ambos alimentos no sólo se parecen, sino que la acidez del refresco hará más agradable y ligera la porción de tarta.



Teoría y práctica de las armonías posibles

Sobre la base de los principios de similitud, contraste y complementariedad se puede construir una propuesta diferente, en la que las bebidas refrescantes ocupen un lugar destacado y puedan combinarse libremente para encontrar nuevas experiencias gastronómicas. Cada refresco constituye un universo por descubrir en la cultura alimenticia, lo cual significa que pueden multiplicarse las posibilidades que ofrecen como productos que se integran a la perfección dentro del catálogo gastronómico.

Por ello, a continuación se propone una serie de combinaciones centradas en los principios del sabor que permiten descubrir las posibilidades reales de los refrescos, conocerlos mejor a través de su relación con la gastronomía. Los resultados, además de divertidos, resultan sorprendentemente apropiados.

Cola

La cola remite a una gastronomía de sabores potentes. Su dulzor acaramelado y su capacidad para estimular la percepción a través de su acidez, así como la propiedad del gas carbónico de limpiar las papilas gustativas antes del siguiente bocado, la hacen compatible con:

- Cordero: piernas rellenas de frutos secos, asado
- Carnes rojas a la parrilla
- Cerdo: jamón al horno, cochinito asado
- Aves: foie; patés especiados
- Ahumados de pescado: salmón, arenques

Naranja

Por su predominio del dulce sobre lo ácido, sus fuertes notas cítricas y su capacidad para mostrarse compatible con sabores fuertes, puede ofrecer un buen resultado con:

- Vinagretas con miel
- Elaboraciones con cilantro
- Rábano dulce (Daikon)
- Especies fuertes: curry, páprika, especias chinas
- Ensaladas: hojas de roble, lollo rosso, achicoria
- Postres de frutas

Limón

Posee una fresca acidez, así como toques cítricos de limón que la identifican y la fortalecen a la hora de enfrentarse a sabores intensos. Por todo ello, armoniza con:

- Pescados fuertes: cabracho, cangrejo, etc.
- Vinagres balsámicos, Módena
- Berujas, alfalfa, brotes de apio
- Salsas mahonesa, mostazas
- Dulces consistentes con jengibre: galletas, bizcochos
- Postres de fruta

Lima-Limón

Por su refrescante equilibrio entre la acidez y el dulzor, combina a la perfección con:

- Macedonia de frutos del mar
- Sushi
- Ensaladas de legumbres (lentejas, alubias) con jengibre
- Postres con manzanas verdes ácidas (Granny Smith, Reineta)
- Filetes de pavo (brasa, plancha) con salsa de soja

Tónica

Por su suave amargor, su capacidad refrescante y la intensidad de sus aromas, la tónica puede resultar muy placentera acompañada con:

- Frutos secos, aceitunas aliñadas
- Ahumados: pescados, carnes
- Algunas conservas: huevas de pescado, sardinas picantes, escabeches
- Tomates al horno con queso
- Frituras de pescado: boquerones

Gaseosa

Las gaseosas se caracterizan por sus matices cítricos, una acidez moderada y un suave sabor a lima, todo ello dominado por un fondo dulce. Esto las hace compatibles con:

- Salsas picantes, chiles, guindillas
- Frutos secos salados, almendras, maíz
- Arroces al horno
- Pastas acompañadas de hierbas aromáticas (albahaca, orégano) y frescas (rúcula, canónigos)
- Tempura (de verduras, pescados, mariscos)

Bitter

La combinación de sabores amargos y dulces, así como su original y compleja combinación de aromas herbáceos, podría dar lugar a espléndidas combinaciones, por similitud o por contraste, con:

- Aperitivos de frutos secos
- Alitas de pollo caramelizadas
- Fajitas
- Mojamas, huevas de bacalao
- Reducciones con vinos olorosos

Existe un mundo de armonías posibles en la amplia variedad de sabores y en la forma de presentar los refrescos. Esta diversidad permite complementar y enriquecer cualquier receta innovadora o tradicional.





ALGUNAS VERDADES SOBRE LAS BEBIDAS REFRESCANTES

ALGUNAS VERDADES SOBRE LAS BEBIDAS REFRESCANTES

Los refrescos, como la mayoría de los productos que gozan de una gran popularidad, son víctimas de rumores maliciosos que pretenden perjudicar su imagen. Sin embargo, el riguroso control alimentario al que son sometidos basta para desmentir estos mitos y para situar a las bebidas refrescantes como una alternativa placentera y saludable para saciar la sed.

Los mitos y leyendas han existido desde siempre y afectan a todos los ámbitos de la vida social, la economía, la política e incluso, la historia.

En la actualidad, la amplia variedad e implantación social de los distintos canales de comunicación contribuye a propagar y aumentar estos bulos. Así, por ejemplo, aún hoy pueden encontrarse en Internet referencias que afirman que el subsuelo de Nueva York está plagado de caimanes que viven en sus alcantarillas.

ALGUNAS VERDADES SOBRE LAS BEBIDAS REFRESCANTES

5

A lo largo de sus más de 200 años de historia, las bebidas refrescantes también han sido objeto de falsos mitos. Esto es una consecuencia de su popularidad en todo el mundo y del hecho de que se consumen no sólo para saciar la sed sino que, además, constituyen una buena excusa para las relaciones sociales.

El gas: la burbuja no engorda

El anhídrido carbónico es un gas que todos los seres vivos producen al respirar. En aquellos refrescos que contienen CO₂, este gas tiene un efecto estético y organoléptico, confiriendo a las bebidas su sabor ácido y la particular sensación que provocan en la lengua. Pero además, en los refrescos actúa como conservante y antioxidante para mantener todas sus propiedades.



Uno de los mitos que circulan en torno a las bebidas refrescantes con gas es que engordan. Esta afirmación no tiene fundamento alguno, ya que del anhídrido carbónico no se puede extraer ninguna energía, es decir, ninguna caloría. Por el contrario, algunas personas consideran que la ligera sensación de saciedad que proporciona el gas les ayuda a controlar la cantidad de alimentos que ingieren.

Además, las sensaciones en el paladar y la vivacidad que producen las burbujas en las bebidas refrescantes las han convertido en las más populares del mundo y en protagonistas de los hábitos sociales de ocio.

Por otro lado, y para quien lo prefiera, hoy existe una gran diversidad de refrescos sin gas. De hecho, en el año 2005, el 15% de la producción del sector correspondió a este tipo de bebidas refrescantes*.

Los aditivos son seguros

Como tantos otros alimentos y bebidas, los refrescos incorporan en su composición aditivos autorizados por la legislación alimentaria en dosis específicamente permitidas. Los aditivos cumplen una función esencial, ya que se añaden a los alimentos para que éstos mantengan sus cualidades o recuperen algunas que se han perdido durante su elaboración.

En algunas ocasiones han circulado leyendas urbanas cuestionando la seguridad de algunos aditivos alimentarios. En algún caso, éstas han tenido una difusión considerable, por lo que incluso las autoridades sanitarias se han visto obligadas a intervenir**.

Los aditivos que se emplean en alimentación son los ingredientes que más rigurosamente se controlan. Las autoridades europeas, a través de los comités científicos correspondientes, evalúan periódicamente los avances tecnológicos y científicos en relación con los mismos y determinan la ingesta total que puede realizar un consumidor europeo en su dieta. Esta legislación, que especifica qué aditivo puede emplearse en cada producto alimenticio y en qué cantidad máxima, se actualiza convenientemente para adaptarse a todos los cambios.

Las calorías de las bebidas refrescantes no son significativas

La idea de que todo lo que “está rico” engorda no es cierta. En el caso de las bebidas refrescantes, su sabor resulta muy apetecible al paladar y, sin embargo, las calorías que aportan no son significativas dentro del total de la energía que se ingiere en la dieta. Cualquiera de los tradicionales refrescos de cola o de sabores cítricos sólo contiene alrededor de 40 calorías por 100 ml. Por otro lado, existe una gran cantidad de refrescos light para todos aquellos que tengan una especial preocupación por cuidar la línea.

Los refrescos light, los más ligeros

Existe la creencia de que los productos light, en muchas ocasiones, pueden contener bastantes calorías. De hecho, con solo reducir un 30% de su contenido energético original un alimento se considera light. Sin embargo, las bebidas refrescantes light constituyen un caso excepcional, ya que en ellas se sustituye totalmente el azúcar por otros edulcorantes, lo que permite reducir las calorías en casi el 100%. En consecuencia, muchos refrescos light tienen 0 calorías (kcal) por 100 ml y en cualquier caso, todos se encuentran por debajo de las 7 kcal en 100 ml.



Contenido calórico de algunas bebidas refrescantes bajas en calorías comercializadas en España

Categoría	Sabor	Kcal / 100 ml
Bebidas refrescantes light	Varios	Menos de 1 – 7
Gaseosas con edulcorante	Gaseosa	Menos de 1
Bebidas refrescantes aromatisadas (con edulcorantes)	Naranja, Limón,...	Menos de 1 – 13

Por otro lado, dadas estas especiales características de los productos light, hay quienes piensan que al reducir las calorías, pueden perder sabor y ser más caros. En el caso de los refrescos light, se consigue un excelente sabor sin que ello implique un coste superior, ya que el precio suele ser similar en las dos versiones.

Todas estas características han otorgado a estas bebidas una gran popularidad, gracias a lo cual, el sector de refrescos bajos en calorías cobra cada vez más importancia en la industria de bebidas refrescantes. Así, el 24% de los refrescos fabricados en España son light*.

Las leyendas urbanas: consecuencias de la popularidad

La característica más importante de las leyendas urbanas es su carácter internacional. Una historia cualquiera no es una leyenda urbana hasta que su difusión se generaliza en muchos y distintos lugares alejados entre sí. A su vez, las leyendas urbanas se originan de muy diversas maneras y están presentes en todas las formas de expresión conocidas: tradición oral, medios de comunicación, prensa, televisión, radio, cine, Internet...

Algunas de ellas son producidas deliberadamente por personas que se han encontrado con una historia interesante o graciosa y buscan ganar protagonismo al contarla. También pueden ser generadas por personas que olvidan los detalles de una historia que han oído o leído y la recomponen a su manera.

A lo largo de sus más de 200 años de historia, las bebidas refrescantes han sido objeto de varias de estas leyendas, que carecen de todo fundamento. Una de las más difundidas hace referencia a que con una bebida de cola se puede eliminar la herrumbre de un tornillo. Basta hacer la prueba para comprobar que esto es falso.

Cuando estas historias hacen referencia a alimentos, a veces son contestadas por la Administración, especialmente cuando cuestionan la seguridad de los productos. De hecho, la difusión de estos datos se contradice con los principios de actuación de las autoridades sanitarias en materia de seguridad alimentaria ya que, si fueran veraces, los refrescos y otros muchos alimentos o bebidas tendrían prohibida su comercialización.

El fenómeno es tal que a la vez que aparecen las “leyendas urbanas”, surgen algunas páginas web nacionales e internacionales que se dedican, de manera totalmente independiente, a desmentirlas.

En ocasiones un rumor sin fundamento comienza a difundirse hasta que alcanza la categoría de “leyenda urbana”. Estas leyendas son falsas y suelen hacer referencia a productos de consumo habitual y que resultan populares entre la población, generando alarma entre sus consumidores y buscando desprestigiar su imagen.



A microscopic view of water droplets of various sizes, some showing internal structures and reflections, set against a light background. The droplets are scattered across the frame, with some appearing larger and more detailed than others.

**LA INDUSTRIA,
MOTOR DE
LA ECONOMÍA**



LA INDUSTRIA DE BEBIDAS REFRESCANTES

¿QUÉ ES UNA BEBIDA REFRESCANTE?

Si bien todas presentan características comunes, las bebidas refrescantes se distinguen por la variedad de sus ingredientes, lo que da lugar a un amplio abanico de productos que se adaptan a las exigencias de cada consumidor.

Se denominan *bebidas refrescantes* a las bebidas analcohólicas, carbonatadas o no, preparadas con agua potable o mineral, y que pueden contener azúcares, zumos, purés, disgregados de frutas y vegetales, extractos vegetales, aromas, aditivos autorizados y otros ingredientes alimenticios.

Las bebidas refrescantes pueden contener algunos de los siguientes ingredientes:

- Agua potable o agua mineral
- Jarabe compuesto o preparado básico
- Anhídrido carbónico
- Azúcares
- Zumos, purés y disgregados de frutas y vegetales
- Extractos de frutas y vegetales
- Cafeína y quinina
- Aromas autorizados
- Edulcorantes, colorantes y otros aditivos autorizados
- Vitaminas y minerales
- Coadyuvantes tecnológicos

Distintos tipos de bebidas refrescantes

Gaseosas, agua de soda, bebidas para deportistas... en el mercado podemos encontrar muchas clases de bebidas refrescantes. Sin embargo, la legislación española las distingue en diez categorías, atendiendo a las diversas posibilidades de combinación de los ingredientes:

1. Agua carbonatada

Es la bebida constituida por agua y anhídrido carbónico. Como bebida de consumo, se presenta en dos categorías:

a. Agua carbónica o "seltz"

Es transparente e incolora, constituida exclusivamente por agua y anhídrido carbónico.

b. Agua de soda

También es una bebida transparente e incolora, pero además de estar constituida por agua y anhídrido carbónico, presenta una dosis de bicarbonato sódico.

2. Aguas aromatizadas

Son bebidas incoloras, elaboradas con agua, aromas y cloruro sódico. Éstas pueden presentar anhídrido carbónico o no.

3. Gaseosas

Son aquellas bebidas transparentes e incoloras compuestas de agua, anhídrido carbónico, aromas, azúcares y/o edulcorantes y otros aditivos autorizados.

4. Bebidas refrescantes aromatizadas

Se definen así a las bebidas coloreadas, turbias o no, preparadas con agua, anhídrido carbónico opcional, azúcares y/o edulcorantes artificiales. Éstas presentan aromas y otros aditivos autorizados, pudiendo contener además, zumos de frutas y/o derivados lácteos.



5. Bebidas refrescantes de extractos

Se elaboran a base de agua, gasificada o no con anhídrido carbónico, azúcares, extractos vegetales, agentes aromáticos naturales y aditivos autorizados.

6. Bebidas refrescantes de zumos de frutas

En su composición incluyen agua potable, gasificada o no con anhídrido carbónico, zumo de frutas, azúcares, agentes aromáticos naturales y aditivos autorizados.

7. Bebidas refrescantes de disgregados de frutas

En esta categoría, las bebidas están elaboradas con agua potable, gasificada o no con anhídrido carbónico, disgregados de frutas, azúcares, aromas y otros aditivos autorizados.

8. Bebidas refrescantes mixtas

Mezclan las bebidas refrescantes anteriores con productos alimenticios que cumplan lo dispuesto en su normativa específica.

9. Bebidas refrescantes para diluir

Son aquellos productos de los que, por simple dilución con agua potable, se obtiene alguna de las bebidas anteriores. Una vez reconstituido, el producto deberá ajustarse íntegramente a los requisitos exigidos a cada tipo concreto de bebida refrescante.

10. Productos sólidos (polvo o granulado) para preparación de bebidas refrescantes

Son productos en estado granular o en polvo, destinados a obtener cualquiera de las bebidas anteriores -excepto las bebidas para diluir-, por simple dilución con agua potable. En cada uno de ellos es opcional la adición de azúcares y/o edulcorantes artificiales. Una vez obtenido, el producto deberá ajustarse íntegramente a los requisitos exigidos a cada tipo concreto de bebida refrescante.

El sector de bebidas refrescantes es uno de los más dinámicos de la industria alimentaria. La innovación y el lanzamiento de nuevos productos son constantes en un negocio que si bien ha alcanzado un alto grado de desarrollo, todavía demuestra un gran potencial de crecimiento.

EL PROCESO DE FABRICACIÓN: NO ES FÁCIL ELABORAR UNA BEBIDA REFRESCANTE

La elaboración y distribución de un refresco implica una serie de etapas muy complejas. Éstas incluyen una cuidadosa inspección para conservar todas las propiedades del producto, así como un sistema de almacenamiento, transporte y distribución que cumple con todo lo establecido en la **Reglamentación Técnico-Sanitaria**.

El desarrollo de una bebida refrescante se lleva a cabo a través de las siguientes etapas:

1. Suministro y tratamiento de agua potable

El agua utilizada para la elaboración de las bebidas refrescantes procede, generalmente, de la red de abastecimiento municipal o de un pozo privado. Este agua es ya potable; antes de su entrada a la planta de elaboración, se somete a diversos tratamientos fisicoquímicos autorizados por Sanidad para las aguas de consumo humano (decantación, filtración, cloración, etc.). En ocasiones, también se utiliza agua mineral natural o de manantial.

La potabilidad del agua no es la única cualidad que ésta debe presentar para la elaboración de las bebidas refrescantes. De hecho, las industrias analizan el agua de entrada a la planta y, frecuentemente, la tratan con el fin de adecuar sus características a la fabricación de bebidas.



Los principales tratamientos que experimenta el agua al llegar a la fábrica son la filtración (filtros de arena, filtros de carbón y filtros pulidores) y la desaireación. Esta última permite que la posterior carbonatación sea efectiva y evita que el aire ocluido en el agua deteriore la calidad sensorial de los productos por su oxidación. Otros tratamientos que suelen llevarse a cabo son la reducción de alcalinidad y la desinfección.

2. Preparación del jarabe simple de azúcar

Además del agua, el ingrediente básico de cualquier bebida refrescante es el jarabe o preparado básico que da el sabor al refresco.

La elaboración del jarabe simple se inicia con la dilución del azúcar -en forma cristalina o líquida- en agua. Posteriormente, ese jarabe simple es filtrado, decolorado -dependiendo de la calidad del azúcar- y tratado térmicamente (proceso de pasteurización).

En el caso de las bebidas de bajo contenido calórico, se reemplaza el azúcar del jarabe por edulcorantes intensos.



3. Elaboración del jarabe terminado: mezcla de ingredientes

El jarabe terminado es una mezcla de diversos ingredientes, pudiendo contener jarabe simple, otros azúcares (glucosa, fructosa, y sus jarabes correspondientes), preparados aromáticos e ingredientes como zumos, vitaminas, minerales y aditivos alimenticios.

Los preparados aromáticos son los que otorgan el aroma y sabor característicos a las bebidas. Existen dos tipos: el aceite esencial de la fruta y su zumo, normalmente concentrado. Dependiendo del tipo de bebida a la cual se añadan, se optará por uno u otro.

Por otro lado, entre los distintos aditivos alimenticios que suelen utilizarse se encuentran los acidulantes, colorantes, conservadores y edulcorantes intensos, así como las vitaminas y minerales en el caso de las bebidas enriquecidas.

Una vez elaborado, el almacenamiento del jarabe en los tanques de mezcla no debe superar las 24 horas, con el fin de evitar su alteración microbiológica y sensorial.

4. Preparación de la bebida terminada

La preparación de la bebida terminada se realiza en un mezclador; éste combina el jarabe terminado, el agua tratada - en sus proporciones adecuadas-, y el gas carbónico (en bebidas con gas).

En algunas plantas, el agua tratada es previamente carbonatada antes de mezclarse con el jarabe terminado. Con respecto al gas carbónico (CO₂), éste se almacena en forma líquida en tanques y antes de su utilización, se filtra para garantizar una calidad óptima.

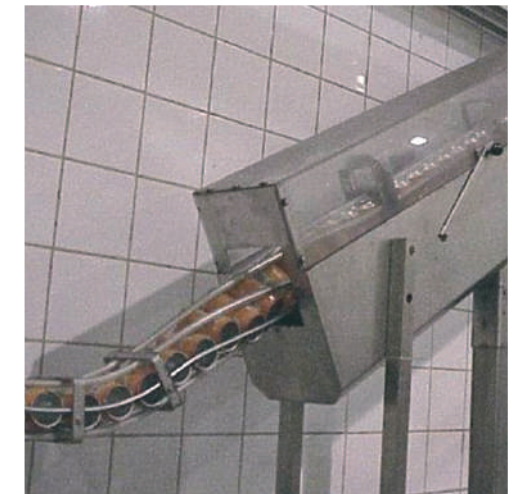
Finalmente, las bebidas sin gas se someten a un tratamiento térmico (pasteurización) antes de su envasado -que es normalmente aséptico- para garantizar su calidad microbiológica, o bien se envasan y posteriormente se les realiza este tratamiento en túneles de pasteurización.

5. Recepción y preparación de envases (lavado e inspección)

Los envases de bebidas reutilizables (botellas de vidrio) llegan a la planta embotelladora a través de los sistemas de retorno establecidos por la industria o las autoridades locales.

Una vez en la planta, las botellas de vidrio reutilizables son seleccionadas y sometidas a un proceso de lavado y desinfección. Esto se realiza mediante un sistema de remojo y pulverización con detergentes y desinfectantes, combinando la temperatura ambiente o altas temperaturas con una acción mecánica (cepillado) que elimina las etiquetas.

Después de su lavado, las botellas son inspeccionadas individualmente para comprobar la eliminación de líquidos residuales y cuerpos extraños y asegurarse de que no existen defectos de ningún tipo. Esta operación se realiza bien mediante inspectores electrónicos o a través de una inspección visual del personal entrenado para ello.



Los envases nuevos que serán reutilizados o aquellos que no son reutilizables, se enjuagan con agua potable antes de llenarlos para eliminar cualquier sustancia o cuerpo extraño. Posteriormente, estos envases también son sometidos a inspección.

6. Llenado y cerrado

El llenado es el proceso mediante el cual las bebidas se dispensan automáticamente desde la máquina llenadora a los envases individuales antes de cerrarlos.

En la máquina de cerrado los envases se cierran mediante los tapones, cápsulas o tapas dependiendo de sus características.

Una vez finalizado este proceso, los envases se inspeccionan para asegurar que el nivel de llenado es el correcto y, en el caso de las bebidas con gas, se atemperan para evitar condensaciones, ya que éstas se envasan a temperatura inferior a la ambiental. Cuando se trata de bebidas sin gas, éstas también se atemperan tras su tratamiento térmico, evitando así el deterioro sensorial del producto por las altas temperaturas.

Los envases ayudan a mantener las bebidas refrescantes en óptimas condiciones, dado que sus materiales de fabricación la protegen de las condiciones externas.

7. Codificado, etiquetado y encajado o empaquetado

Durante la etapa de etiquetado -salvo en el caso de las latas-, los productos se codifican sobre el envase, tapón o sobre la etiqueta. Esto asegura su trazabilidad antes de pasar a las máquinas donde se agruparán (encajado o empaquetado) en cajas, palets u otras presentaciones para su posterior almacenamiento y distribución.

A su vez, los embalajes secundario y terciario (exteriores a la botella o lata) también se codifican para garantizar la trazabilidad del producto.

8. Almacenamiento, transporte y distribución

Tras el envasado y etiquetado de las bebidas refrescantes, éstas pasan al almacén de la fábrica, donde permanecerán hasta su distribución. Allí la temperatura se mantiene fresca para una mejor conservación del producto; además, el almacén debe estar correctamente ventilado.

Normalmente, los envases se guardan en cajas o palets debidamente identificados, apilados en superficie y altura adecuados al movimiento, recepción, manipulación y expedición. Estas existencias se rotan periódicamente para evitar un almacenamiento prolongado. Además se realizan inspecciones, tanto de los productos como de las condiciones del local, para evitar que los envases y las bebidas se deterioren.

Así, tanto el almacenamiento como el transporte de las bebidas refrescantes cumplen con lo establecido en la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, circulación y venta de bebidas refrescantes.

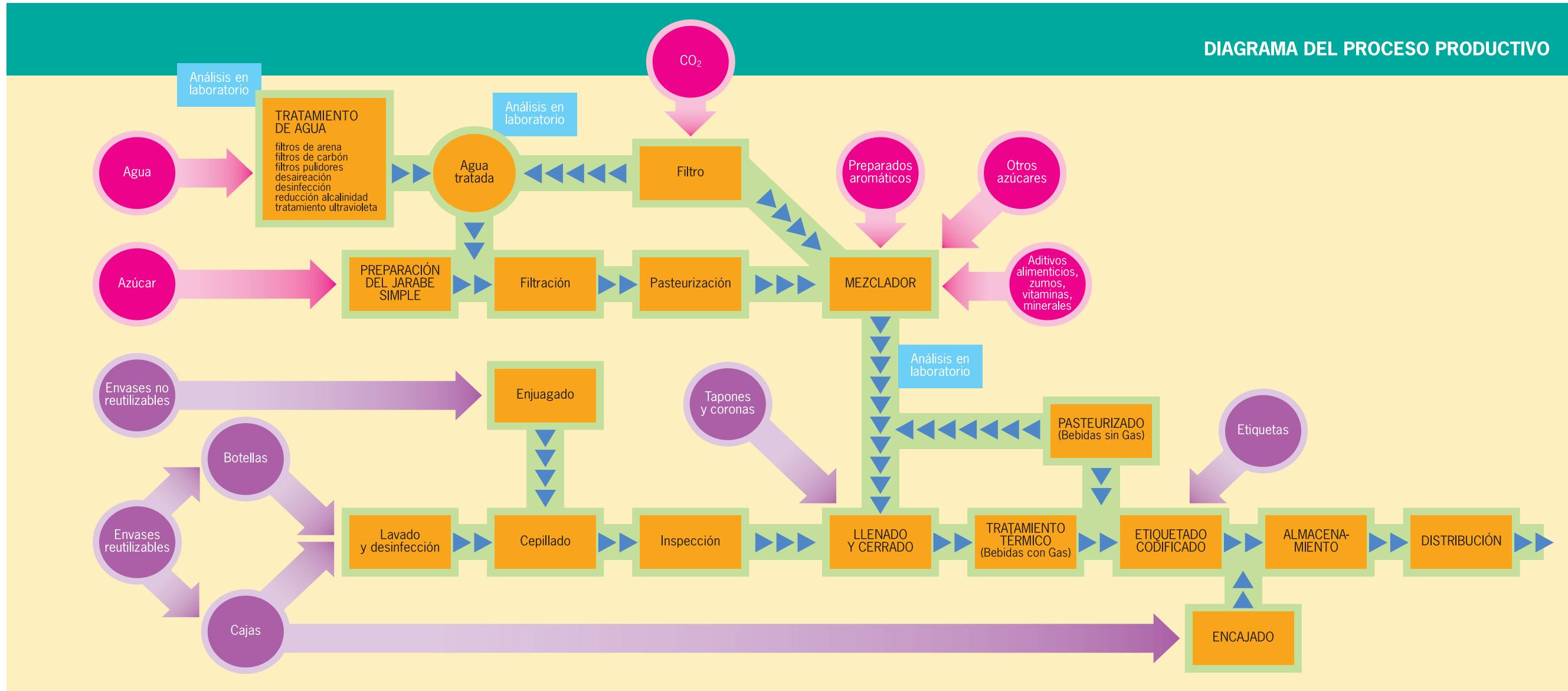
Esto implica que ninguna de estas actividades se realiza en común con alguna sustancia tóxica o cualquier otro producto que pudiera contaminar las bebidas. De hecho, tanto en los almacenes como en los medios de transporte se llevan a cabo desinfecciones, desinsectaciones y desratizaciones periódicas, realizadas por personal experto, según las disposiciones correspondientes.

Con respecto al transporte de las bebidas refrescantes desde la fábrica a los lugares de distribución o locales comerciales, éste se efectúa normalmente por carretera, en camiones de la propia empresa envasadora o contratados por ésta.

Durante esta etapa, los envases suelen mantenerse en las mismas cajas o palets en las que han sido almacenados, para evitar su rotura. A su vez, el transporte y el almacenamiento fuera de las fábricas se realiza con los productos debidamente etiquetados, como especifica la Reglamentación Técnico-Sanitaria del sector.

La industria de bebidas refrescantes ha impulsado el desarrollo de tecnologías cada vez más avanzadas en sus equipos de frío, incluyendo neveras o botelleros, así como la maquinaria para la dispensación automática de bebidas. Gracias a ello, cada persona puede encontrar su bebida favorita en las mejores condiciones para su consumo, en cualquier lugar y en cualquier momento.

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



SEGURIDAD Y CALIDAD ALIMENTARIA, GARANTÍAS DE UNA INDUSTRIA RESPONSABLE

La industria de bebidas refrescantes cumple con todas las exigencias para garantizar su compromiso de ofrecer productos seguros. Para ello, el sector aplica un enfoque preventivo en sus políticas de producción y distribución, gracias a lo cual, muchas de estas compañías han obtenido certificaciones que avalan la calidad de sus productos.



Las garantías sanitarias que se aplican en la elaboración de las bebidas refrescantes son máximas, tanto por las exigencias legales al respecto como por la propia voluntad de la industria. De hecho, las empresas del sector realizan un esfuerzo adicional en una materia que consideran de extrema importancia.

Por un lado, tal y como lo establece la legislación, las industrias y establecimientos de bebidas refrescantes están inscritos en el Registro General Sanitario de Alimentos, un órgano administrativo de carácter nacional y público. En él constan todas las industrias y establecimientos de productos alimenticios y alimentarios destinados al consumo humano, con la finalidad de proteger la salud pública.

A su vez, la legislación marca la línea a seguir en materia de Higiene. En este sentido, se indica cuáles son las manipulaciones permitidas a la hora de elaborar los alimentos y por tanto, las bebidas refrescantes.

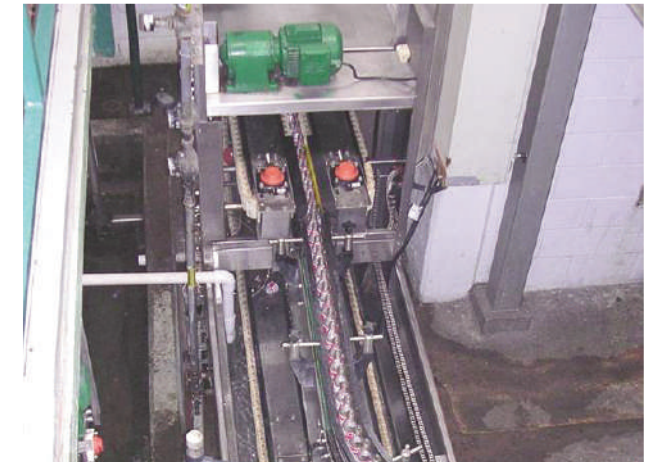
Desde 1995, la industria española tiene el compromiso de aplicar un enfoque preventivo al control higiénico y sanitario de la alimentación. Ese mismo año, la Federación Europea de Bebidas Refrescantes (UNESDA) desarrolló una Guía Voluntaria de las “Buenas Prácticas de Higiene en la Industria de Bebidas Refrescantes”, que se mantiene vigente desde entonces.

Dicha Guía ha servido de base para que la industria de bebidas refrescantes en España haya adaptado a su actividad específica los principios del Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC). Con este fin, y en colaboración con el Ministerio de Sanidad y Consumo, desarrolló y publicó en 1998 una Guía específica para el sector que posteriormente se implantó en las industrias españolas de bebidas refrescantes.

Esta iniciativa española de implantación del sistema APPCC ha sido pionera en el ámbito europeo y ha despertado el interés de muchos otros países de nuestro entorno, hasta quedar plasmada en la normativa europea sobre higiene desde el año 2004.

Trazabilidad y lote: dos herramientas fundamentales

La trazabilidad es la posibilidad de encontrar y seguir el rastro - a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución - de un alimento, un pienso o un animal destinado a la producción de alimentos. Este sistema también se aplica a cualquier sustancia dirigida o con probabilidad de incorporarse en alimentos o piensos. Así define este concepto el Reglamento Europeo, que establece la obligación de que, a partir del 1 de enero de 2005, en todas las etapas de la producción, transformación y distribución, quede asegurada la trazabilidad de los elementos anteriormente citados.



En la práctica, esto supone que el explotador de una empresa de alimentos debe poder identificar a cualquier persona que le ha suministrado un alimento o un ingrediente para su producto, así como a las empresas a las que él haya abastecido con sus productos terminados.

La eficacia de la trazabilidad está determinada por el uso de lotes. Un lote es un conjunto de unidades de venta de una bebida refrescante fabricada y envasada en condiciones homogéneas. Las bebidas refrescantes, al igual que el resto de los alimentos, llevan siempre una indicación del lote en su etiquetado, lo que permite identificar a qué partida pertenece la bebida.

Para facilitar la trazabilidad de todos sus productos, la industria alimentaria ha colaborado con la Administración pública en la preparación de una “Guía Genérica de Trazabilidad” de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria.

Calidad: una condición presente en todos los casos

Más allá de las imprescindibles garantías en cuanto a higiene y seguridad alimentaria, las bebidas refrescantes que se ofrecen al consumidor no sólo han de ser seguras; también deben cumplir con los más elevados niveles de calidad.

Las empresas del sector cuentan con las más exigentes certificaciones de calidad, tanto en relación a sus productos como a los procesos empleados (Normas ISO 9000).



ENVASES PARA TODOS LOS GUSTOS

Los envases de los refrescos han experimentado una continua evolución para asegurar la calidad y seguridad de las bebidas, y facilitar su consumo. En este sentido, la amplia variedad de materiales, formas y tamaños de los envases actuales goza de una gran aceptación entre los consumidores.

Por lo general, no se suele prestar especial atención a los envases y, sin embargo, éstos constituyen un elemento muy importante para las bebidas refrescantes y los alimentos en general.

El envasado es una técnica fundamental que conserva la calidad en las bebidas. Cualquier envase contribuye a proteger los alimentos de la contaminación producida por microorganismos, insectos y otros agentes contaminantes. Además, los envases de las bebidas refrescantes mantienen el sabor del producto y el nivel de gas carbónico óptimo, prolongando el tiempo de almacenamiento.

Por otra parte, los envases utilizados en las bebidas refrescantes son “limpios” desde el punto de vista medioambiental, ya que todos son reutilizables o reciclables.

En este sentido, los envases reutilizables son aquellos que, una vez vacíos, vuelven a la fábrica de envasado para volver a ser usados con la misma función. A su vez, en el caso de los envases reciclables, su material de fabricación se aprovecha de nuevo para la elaboración de otros elementos.

Los envases primarios: diversidad de formas, tamaños y materiales, envases rellenables / no rellenables

Los **envases primarios** son aquellos que están en contacto directo con el producto. Sus características de sellado y composición inciden directamente sobre la calidad y seguridad de las bebidas refrescantes; por ello, sus materiales no deben contener elementos tóxicos que puedan alterar las cualidades de las mismas.

Las principales funciones que cumple el envase son las siguientes:

- Contener y transportar las bebidas refrescantes
- Proteger las bebidas de daños físicos y/o químicos
- Informar al consumidor sobre las características del producto y su composición.

De acuerdo con la Reglamentación Técnico Sanitaria de Bebidas Refrescantes, los aparatos, cierres y demás materiales en contacto con las bebidas no sólo son inoxidables, sino inmunes a los efectos del anhídrido carbónico u otros componentes.

En primer lugar, las **formas** de los envases primarios de las bebidas refrescantes son muy variadas:

- las botellas, que pueden ser de vidrio (reutilizable o no reutilizable) y de plástico
- las latas, de hojalata y de aluminio
- los envases de forma geométrica, hechos de cartón para bebidas
- las tanquetas reutilizables, de acero
- las bag-in-box, que están formadas por una bolsa doble de material plástico (bolsa interior de polietileno y bolsa exterior multicapa) contenida en una caja de cartón, que protege la bolsa y la válvula de descarga que permite vaciar la bolsa

Las tanquetas y las bag-in-box no llegan al consumidor final, sino que se usan para dispensar bebidas refrescantes a través de las máquinas dosificadoras o “dispensing”, para su consumo inmediato en el local donde se sirven.

Por otro lado, no sólo existe una gran variedad en las formas de los envases, sino también en su tamaño, que habitualmente oscila desde los 200 centilitros hasta los 2 litros. Esta diversificación es el resultado de una continua adaptación a los gustos y necesidades de la sociedad. Además, los distintos tipos de envase facilitan el consumo de las bebidas refrescantes en distintos lugares y situaciones: en familia o individual; en casa o fuera de casa...

Y por supuesto, también hay una absoluta diversidad en relación a los **materiales** de fabricación de los envases.

- **Plástico PET** (Polietileno Tereftalato). En la actualidad este es el material más empleado para envasar bebidas refrescantes, con un 50% del volumen total fabricado en 2005*. Dada su gran variedad de formas y tamaños, las botellas realizadas en plástico PET han tenido gran aceptación por el consumidor desde su entrada en el mercado.

Además de las posibilidades de reciclado que ofrece, la ligereza del plástico ahorra costes en transporte y hace más cómodo su consumo. A su vez, el PET aumenta la resistencia de las botellas a la penetración del oxígeno, otorgándoles brillo y transparencia y haciéndolas casi irrompibles.

- **Metal**. Es el segundo material de envase utilizado por la industria española de bebidas refrescantes; alrededor del 30% de las comercializadas se envasan en metal, incluyendo tanto los envases de aluminio como los de hojalata*.

- **Aluminio**. Este envasado ofrece gran resistencia a la corrosión. Proporciona una protección óptima al ofrecer una barrera de metal impermeable a la luz, vapores de agua, grasas y aceites, aire y microorganismos. El aluminio es un envase higiénico, no es tóxico y no retiene el sabor ni olor del producto que contiene. Además, contribuye a mantener el producto inalterable por mucho tiempo.

Otra ventaja de los envases de aluminio es que son los más ligeros, y por tanto, muy cómodos para el consumidor. Sus cualidades como material de envase consiguen que una barrera de pequeño espesor sea suficiente para mantener las mejores cualidades del producto, ahorrándose muchos costes, tanto de materia prima como de energía.

En el sector de bebidas refrescantes existe gran diversidad de envases de tamaños, formas y materiales muy diferentes, que ofrecen al consumidor una gran posibilidad de elección.

* “Estadísticas 2005”. ANFABRA

- **Hojalata.** Es una lámina muy fina de acero recubierta de una capa microscópica de estaño. El **acero** proporciona resistencia, dureza y maleabilidad mientras que el estaño asegura la inocuidad del conjunto frente a los elementos con que deberá entrar en contacto.

• **Vidrio.** Este material alcanza el 15% del volumen total de producto envasado. A su vez, casi el 12% de las bebidas refrescantes se envasan en botellas de vidrio rellenables.*

El envase de vidrio posee una serie de cualidades que le convierten en soporte ideal para todo tipo de alimentos y bebidas: es inerte, aséptico, transparente, versátil, hermético, higiénico, indeformable, impermeable al paso de los gases, conserva aroma y sabor sin ceder nada al producto que contiene, añade prestigio e imagen al producto, es reutilizable y reciclable.

Los materiales de envase más utilizados

Material	Utilización
Plástico PET	50%
Metal	30%
Vidrio	15%
Rellenable	11,85%
No rellenable	3,15%
Envases Dispensadores	4%
Acero rellenable	0,44%
BIB no rellenable	3,56%
Cartón para bebidas	1%

• **Cartón para bebidas.** Se emplea para envasar bebidas refrescantes, aunque en menor medida que los otros materiales citados. El cartón para bebidas es multimaterial, ya que está compuesto de cartón, plástico polietileno y en algunos casos, de una hoja de aluminio.

Este sistema debe su eficacia a su fabricación en capas (laminado). Cada capa está compuesta de un material diferente y apropiado para una función concreta. Esto reduce al mínimo el peso y el volumen del envase en su conjunto, y garantiza la protección del producto, así como la funcionalidad y comodidad para los consumidores.

Los envases secundarios y terciarios: embalajes y agrupaciones, envases reutilizables / no reutilizables

El **envase secundario**, también llamado colectivo, constituye una agrupación de un número determinado de unidades en un punto de venta, lo que permite separar el producto sin afectar sus características.

A su vez, el **envase terciario** o de transporte, facilita la manipulación y el transporte de varias unidades de venta o de varios envases secundarios, evitando su manipulación física y los daños inherentes en el traslado de los productos.

Como envases secundarios se utilizan los film estirables, las cajas o botelleros y las anillas o hi-cone para agrupar latas, todo ello de plástico. Las cajas de plástico tienen la particularidad de que son reutilizadas y sirven como embalaje en el proceso de retorno de las botellas de vidrio.

También podemos encontrar clusters o envases de cartón para agrupar botellas de vidrio y bandejas de cartón con film estirable de plástico para agrupar botellas de plástico.

Por último, el tapón

Los **tapones** son, quizás, la parte del envasado al que el consumidor presta menos atención, si bien su desarrollo es paralelo al del envase y su importancia es también significativa.

Los tapones que se utilizan en las botellas de plástico permiten el cierre del envase, evitando que el producto tenga que ser consumido de una sola vez.

Por otro lado, los tapones de las botellas de vidrio, popularmente conocidas como chapas, se denominan tapón corona. Su diseño mantiene la estanqueidad del producto, aunque no permiten su cierre posterior.



EL ETIQUETADO: INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

A través del etiquetado de los refrescos, el consumidor puede acceder a una completa información sobre los ingredientes y el valor nutricional de las bebidas que consume.

Dado el creciente interés de la población por conocer las propiedades de los alimentos y bebidas que forman parte de su alimentación, el etiquetado de los envases de los refrescos cumple un papel fundamental, ya que facilita abundantes datos útiles de cada bebida. Esto permite elegir aquellas que más se adaptan a los gustos y exigencias de cada persona.

El etiquetado es obligatorio en todos los envases de bebidas refrescantes y debe ser claro y comprensible. En casi todos los envases, a excepción de las latas, la etiqueta consiste en una pegatina en la que se incluye información sobre el producto y el fabricante. En las latas, el etiquetado se inscribe en el propio envase.

En la etiqueta de las bebidas refrescantes figuran de forma visible los siguientes datos:

- El nombre o denominación de venta de la bebida refrescante.
- La lista de ingredientes.
- La cantidad de algunos de sus ingredientes.
- El nombre o razón social y la dirección del fabricante o del envasador, o bien de un vendedor establecido en la Unión Europea.
- La cantidad de bebida que contiene el envase (en litros, centilitros o mililitros).
- La fecha de consumo preferente o de duración mínima (en otros productos, esa fecha es de caducidad).
- El lote.
- Si el producto no procede de la Unión Europea, el lugar de origen o procedencia.
- Un desglose de la información nutricional, aunque ésta sólo es obligatoria cuando en la etiqueta figure una mención a las propiedades nutritivas de la bebida. Entonces, debe indicarse el valor energético del producto y la cantidad de proteínas, hidratos de carbono y grasas que contiene.

En los demás casos, incluir esa información nutricional es opcional. Sin embargo, el sector de bebidas refrescantes ha optado por incorporar voluntariamente a sus productos los datos nutricionales básicos para que el consumidor disponga de la información más completa sobre los refrescos que adquiere.



LA DISTRIBUCIÓN. ¿CÓMO LLEGA EL PRODUCTO AL CONSUMIDOR?

Las bebidas refrescantes se comercializan a través de diversos canales de distribución, siempre cuidando que el producto mantenga sus propiedades a lo largo de todo el proceso.

Habitualmente, las bebidas refrescantes que se comercializan en España llegan hasta el consumidor a través de tres vías o canales diferentes:

1. Las tiendas de alimentación

Más del 67 % de las bebidas refrescantes se distribuye a través este canal*.

2. Los establecimientos de hostelería y restauración

El consumidor adquiere un 32 % de las bebidas fabricadas y comercializadas en España en locales de hostelería, restauración y cafeterías*.

3. Otros canales

Los canales minoritarios, como las tiendas de impulso, máquinas dispensadoras automáticas, etc., canalizan menos del 0,1% de la producción total de bebidas refrescantes*.

Almacenamiento y conservación en el distribuidor

Cuando las bebidas refrescantes se encuentran en las instalaciones del distribuidor, éste debe seguir manteniendo las condiciones idóneas para que el producto se mantenga en buen estado hasta su consumo.

* "Estadísticas 2005". ANFABRA

ANFABRA, LA ASOCIACIÓN QUE REPRESENTA AL SECTOR

Las empresas de bebidas refrescantes en España participan en su Asociación sectorial: la Asociación Nacional de Fabricantes de Bebidas Refrescantes Analcohólicas (ANFABRA). Fundada en 1977, la Asociación representa los intereses de la industria de bebidas refrescantes y promueve estas bebidas como una alternativa agradable y sana para saciar la sed y mantener una buena hidratación.

ANFABRA es la organización profesional empresarial que representa y protege los intereses de la industria de bebidas refrescantes en España. La Asociación agrupa a los fabricantes de bebidas refrescantes y a los titulares o licenciarios de una marca en el territorio nacional. En la actualidad, el número de miembros es de 60, aunque si se les suman otros centros no productivos que también pertenecen a la Asociación, supera los 175 miembros. Esta cifra supone la inmensa mayoría de empresas dedicadas a la elaboración de refrescos en España.

A través de esta Asociación, el sector de bebidas refrescantes también participa en otras organizaciones de interés para la industria, interactúa con la Administración pública, se relaciona con otros interlocutores sociales o busca soluciones a problemas comunes.

Entre las organizaciones en las que participa ANFABRA, en representación de la industria española de bebidas refrescantes, destacan las siguientes:

- **Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).**
ANFABRA ocupa una Vicepresidencia de la Federación y además participa en numerosos grupos de trabajo que funcionan en FIAB.
- **Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE).**
A través de FIAB, ANFABRA tiene una voz dentro de CEOE.

- **Confederación de Industrias Agro-alimentarias de la Unión Europea (CIAA).**
La federación española a la que pertenece ANFABRA es miembro activo de la CIAA.
- **Union of European Soft Drinks Association – Confederation of International Soft Associations (UNESDA-CISDA).**
El Presidente de ANFABRA es miembro del Comité de Directores de las Federaciones Europea e Internacional. Además, ANFABRA cuenta con un representante en cada uno de los Comités en que se estructuran UNESDA y CISDA: Comité Económico, Comité Técnico y Comité de Medio Ambiente.
- **Fundación de la Industria de Alimentación y Bebidas.**
En calidad de Vicepresidente, ANFABRA forma parte del Patronato que lleva las riendas de la Fundación
- **Ecoembalajes España, S.A. (ECOEMBES).**

ANFABRA es accionista de Ecoembes a través de la sociedad holding Participación Ecológica S.A., que aglutina a los envasadores y ostenta un 55% de las acciones de Ecoembes. El representante de la Asociación es, por tanto, miembro del Consejo de Administración de Participación Ecológica, S.A. y de Ecoembalajes España, S.A.

Por otro lado, ANFABRA está representada en tres Comisiones Técnicas de Materiales -creadas en el seno de Ecoembalajes España, S.A.- que afectan al sector de bebidas refrescantes: el vidrio, el plástico PET y el acero, ostentando en las dos primeras la Secretaría de la Comisión.

- **Asociación Nacional del Envase del PET (ANEP).**
ANFABRA es miembro de esta Asociación que representa y defiende los intereses del envase de PET, el material más empleado por el sector de bebidas refrescantes en España.

OBJETIVOS DE ANFABRA

- La fijación, a nivel nacional, de una política empresarial coherente.
- La gestión, representación y defensa de los intereses económicos, sociales, laborales y profesionales colectivos de sus asociados, ante toda clase de entidades públicas o privadas y, en particular, ante la Administración del Estado, Provincia o Municipio y las Organizaciones de trabajadores.

A instancia de sus Asociados, podrá ejercer, asimismo, la gestión, representación y defensa de sus intereses individuales.
- La participación, en su ámbito, en la fijación de las condiciones de trabajo.
- La realización de estudios y formulación de propuestas y recomendaciones sobre la organización de la empresa.
- El fomento de la formación profesional a todos los niveles de la empresa.
- La obtención de independencia económica, mediante las aportaciones de sus Asociados, estableciendo su cuantía y administrándolas adecuadamente.
- El establecimiento de servicios propios de interés común y su coordinación.
- El establecimiento, mantenimiento y fomento de contactos y colaboraciones con las entidades extranjeras de análoga naturaleza y finalidad.
- Cualesquiera otros objetivos que pudieran serle atribuidos o sean convenientes en el futuro.



LA
RESPONSABILIDAD
SOCIAL
QUE PROMUEVE
LA INDUSTRIA

COMPROMISO SOCIAL

A través de su Asociación, ANFABRA, la industria de las bebidas refrescantes mantiene unos valores muy definidos que se aplican en el día a día de sus actuaciones.

Una de las claves del desarrollo de la industria de las bebidas refrescantes es su compromiso con la sociedad. Esto se plasma en ofrecer productos de calidad y seguros –acordes con la legislación vigente- que además, resulten saludables, con buen sabor y completamente inocuos. Para ello se realizan estudios y controles que analizan y avalan las propiedades de los distintos tipos de refrescos.

El concepto de seguridad alimentaria

Como reflejo de la creciente preocupación de la sociedad por la seguridad de todo lo que se consume, la legislación nacional y europea incide cada vez más en el cumplimiento de unos procedimientos de seguridad alimentaria. En el caso de la industria de las bebidas refrescantes, este principio es una máxima que rige todos sus procesos productivos.

Además, como ocurre con el conjunto de la industria alimentaria, las empresas del sector consideran necesario difundir el conocimiento de sus productos y para ello participan en abundantes iniciativas de formación sobre seguridad alimentaria.

Por ejemplo, la industria de alimentación y bebidas ha desarrollado, junto con distintas organizaciones de consumidores, diversas Campañas para la Información en Seguridad Alimentaria. El objetivo de estas iniciativas es concienciar y proporcionar información veraz y útil a los ciudadanos sobre la importancia de la seguridad e higiene en los alimentos.



Como resultado, materiales como la Guía “Mitos y Realidades de la Seguridad Alimentaria”, son herramientas de gran utilidad para el consumidor que desee disponer de una información actualizada sobre seguridad de los alimentos.

Códigos para una comunicación responsable

La publicidad es uno de los recursos de comunicación que distinguen al sector de las bebidas refrescantes. A lo largo de toda su historia, las acciones publicitarias de las compañías de refrescos se han caracterizado no sólo por su originalidad, sino por la adopción de criterios responsables en su creación.

En línea con estos principios, las empresas de bebidas refrescantes que realizan publicidad en España han suscrito voluntariamente el Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (Código PAOS). Mediante este Código, en vigor desde el 15 de septiembre de 2005, las principales compañías españolas de alimentación se han comprometido a cumplir una serie de principios que amplían el alcance de las obligaciones legales exigibles a la publicidad de alimentos y bebidas dirigidas a menores.

A su vez, la industria europea de bebidas refrescantes, a través de su Federación sectorial UNESDA, ha asumido un papel de liderazgo en este campo y ha elaborado un Código de Prácticas para la comunicación y prácticas comerciales responsables en las bebidas refrescantes. Éste incorpora compromisos específicos sobre las comunicaciones dirigidas a niños y las actividades en colegios.

Igualmente, ANFABRA ha suscrito una serie de Principios de la Publicidad de Alimentos y Bebidas, elaborados por la Confederación Europea de Industrias Agro-Alimentarias (CIAA). Entre otras cuestiones, éstos destacan la necesidad de representar con precisión las características de cada producto, así como apoyar el fomento de dietas sanas y equilibradas.





Actividades de formación

La participación de la industria de bebidas refrescantes en campañas que mejoren la formación y la información de los consumidores es clave. No sólo es preciso ofrecer datos sobre los productos, sino también sobre las ventajas de la información nutricional, de una dieta equilibrada y variada, y del ejercicio físico regular.

Así, la industria ha asumido el compromiso de promover hábitos de alimentación saludables, y en este sentido, ANFABRA participa como Vicepresidente Patrono en la Fundación de la Industria de Alimentación y Bebidas (FIAB) en la realización de las siguientes actividades informativas:

- Gestión del portal www.informacionconsumidor.com, cuyo fin es mejorar la información de los consumidores en todo lo relacionado con alimentación y salud. En él participan la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, varias Organizaciones de consumidores y el Departamento de Nutrición de la Universidad San Pablo-CEU.
- Desarrollo de campañas divulgativas en centros escolares de toda España sobre nutrición, actividad física y prevención de la obesidad, en las que también participan las entidades antes mencionadas.
- Colaboración con diversas universidades e instituciones del ámbito de la educación
- Organización de cursos de formación para manipuladores de alimentos, etc.

A su vez, el sector de bebidas refrescantes contribuye a la difusión de folletos informativos sobre los principios básicos para una vida sana, como por ejemplo, el “Decálogo para una vida saludable”, editado por el Foro Complutense (Universidad Complutense de Madrid).

Además, distintas empresas del sector de bebidas refrescantes organizan o participan habitualmente en eventos que fomentan una mejor formación de la población, especialmente la infantil:

- Colaboración con Organizaciones No Gubernamentales, fomentando la importancia de la solidaridad.
- Información directa mediante la organización de visitas a las plantas de fabricación.
- Participación en congresos, jornadas y ferias que contribuyen a difundir los avances científicos que se producen continuamente en torno a la nutrición y la salud.

Otras vías de contacto

Con el fin de ampliar la información sobre sus productos, la industria de bebidas refrescantes lleva a cabo diversas estrategias de comunicación, marketing y publicidad, poniendo a disposición del público teléfonos de atención al consumidor que figuran en las etiquetas y que permiten resolver dudas concretas.

Otros recursos son las páginas web de las empresas responsables de las bebidas refrescantes. Éstas ofrecen una visión más amplia y detallada de la compañía y sus productos, y en algunos casos permiten que el consumidor participe activamente.

La página web de ANFABRA (www.anfabra.es) contiene información sobre la actividad del sector y los productos genéricos que se elaboran y comercializan. Lo mismo ocurre con la página de UNESDA y CISDA (www.unesda-cisda.org), las Federaciones europea e internacional de ANFABRA. Estas webs incluyen apartados específicos para ofrecer una mejor información al consumidor interesado por conocer sus productos.

PROMOCIÓN DE LA CULTURA Y EL DEPORTE

Desde su nacimiento, las bebidas refrescantes han experimentado un continuo crecimiento y adaptación, convirtiéndose en las bebidas más populares en todo mundo. Esta vinculación histórica con la sociedad y sus valores lleva a la industria a promover todo tipo de eventos culturales, sociales o solidarios.

La industria de las bebidas refrescantes ha sido una de las pioneras a la hora de promover el patrocinio y el mecenazgo en el terreno de la cultura, el arte o el deporte. En este sentido el sector de las bebidas refrescantes ha establecido nuevas formas de relacionarse con su público y con la sociedad en general, vinculándose a las múltiples manifestaciones de ocio y cultura.

Así, algunos refrescos se distinguen por ofrecer su apoyo e imagen a eventos de gran popularidad, como los festivales de rock o las obras de teatro musical, así como todo tipo de acontecimientos sociales y solidarios; un fenómeno que se produce tanto a nivel nacional como local.

Por otra parte, no es raro encontrar a las distintas compañías colaborando activamente en la celebración de numerosas competiciones, especialmente en fútbol, tenis, regatas, carreras populares, golf, ciclismo, atletismo, baloncesto, aeróbic, fútbol playa, fútbol sala, etc.

Las actividades deportivas suelen acaparar gran parte de las acciones de patrocinio de las compañías de bebidas refrescantes.

Esta unión entre refrescos y deportes está motivada por el hecho de que estas bebidas son una buena alternativa para saciar la sed e ingerir la cantidad de líquido necesaria para mantener una buena hidratación, aún más cuando se practica ejercicio físico.

EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

La industria española de bebidas refrescantes ha cumplido en tiempo récord con todos los objetivos de reciclaje de la UE para los materiales implicados en la elaboración de sus productos. A ello se le suma una gran colaboración con diversas ONGs, con lo que el sector confirma su compromiso total con la protección del entorno.

El respeto y la defensa del medio ambiente son valores clave para las empresas del sector de las bebidas refrescantes. Por ello, la industria se implica en el tratamiento de los envases vacíos y desarrolla permanentemente nuevas iniciativas medioambientales en sus plantas de fabricación.

En este sentido, el sector trata de mejorar y diversificar continuamente los materiales y las formas de los envases de refrescos, al tiempo que los tradicionales se hacen más prácticos y ligeros. Esto protege el medio ambiente y permite al consumidor disponer de un refresco en cualquier momento y lugar, facilitándole tanto la compra como el consumo de la bebida.

Sin embargo, también existe una preocupación por el tratamiento que se da al envase una vez vacío, cuando pasa a ser un residuo. Y en este ámbito, la industria de bebidas refrescantes española es pionera:

- Es un sector líder en el empleo de envases reutilizables en España.
- Realiza un fuerte impulso y participa en los sistemas creados para gestionar (recoger y reciclar o valorizar) aquellos envases que no son reutilizables.
- Genera medidas de prevención para reducir la cantidad de residuos.



Con respecto a los envases reutilizables, desde hace treinta años existen en España Órdenes Ministeriales que permiten a la industria de bebidas refrescantes recoger, mediante un sistema de depósito, los envases que ha puesto en el mercado para poder reutilizarlos. Este sistema funciona especialmente para las botellas de vidrio reutilizables.

Numerosas empresas de bebidas refrescantes colaboran activamente con organizaciones ecologistas u otras asociaciones a la hora de realizar campañas de concienciación o ayudando económicamente en proyectos relacionados con la naturaleza y el medioambiente.

En cuanto a los envases no reutilizables pero sí reciclables, desde 1997 la legislación de envases establece las pautas básicas para que su impacto en el medio sea el mínimo posible. Como resultado, funcionan en España dos entidades acreditadas como Sistemas Integrados de Gestión de Residuos de Envases (Ecoembes y Ecovidrio), cuyo fin es recoger los envases y residuos de envases en el domicilio del consumidor o en sus proximidades. Esto se lleva a cabo mediante un sistema de separación de materiales para su posterior reciclado o valorización.

A su vez, la industria española de bebidas refrescantes, tanto a través de compañías individuales como de ANFABRA, su organización profesional, ha participado desde el principio en la organización de estos Sistemas, siendo accionista y gran impulsora de Ecoembalajes España, S.A. (Ecoembes).

Por otro lado, a la hora de mejorar la gestión de los residuos de envases también es importante poner el acento en la prevención, evitando que éstos lleguen a generarse. En este sentido, las empresas de bebidas refrescantes que comercializan una determinada cantidad de envases presentan anualmente a la Administración los denominados Planes Empresariales de Prevención de Residuos de Envases.

Estos Planes son un mecanismo esencial a la hora de potenciar el cumplimiento de los objetivos de prevención y reducción de residuos de envases. Así, permiten a las compañías mejorar la prevención en torno a la generación de residuos de envases, minimizando su impacto medioambiental.

Habitualmente, las empresas presentan estos Planes de forma conjunta, a través de los Sistemas Integrados de Gestión en los que participan, Ecoembes o Ecovidrio.

Envases que respetan el medio ambiente

La industria de bebidas refrescantes aplica la innovación al cuidado del medio ambiente. Por ello, son muchas las mejoras que se han ido realizando para adaptarse a un mundo cada vez más industrializado y desarrollado. El sector procura desde hace años que los envases se adapten cada vez más a las exigencias de los consumidores y a su forma de vida, protegiendo a su vez al medio ambiente. Para ello, ofrecen al consumidor una gran cantidad de formatos que evitan, en muchos casos, residuos innecesarios.

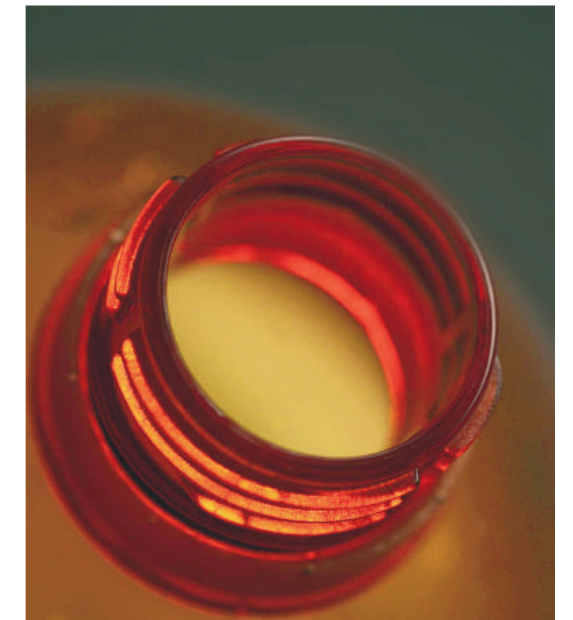
Los cambios realizados, tanto en la forma como en el peso o material del envase, se han encaminado a que éstos respeten el entorno una vez se convierten en residuo. De hecho, el espesor de latas y botellas es menor, sin variar su seguridad.

A su vez, se han realizado muchas modificaciones en la forma de las botellas de plástico, con vistas a ahorrar este material. Una de ellas ha sido la sustitución de las bases de las botellas -inicialmente de PVC- por PET, además de variar la forma de la base; ésta es actualmente en forma de pétalo, lo que permite menor gasto de material y mayor equilibrio de la botella.

También es significativa la evolución experimentada por las latas: la disminución de su peso en los últimos diez años, ha sido del 21%. Por otro lado, su forma actual permite que el material utilizado sea menor, sin variar su capacidad volumétrica.

En cuanto al vidrio, la industria de bebidas refrescantes lleva muchos años rellenando las botellas que provienen, sobre todo, del sector hostelero. A su vez, las botellas de vidrio no rellenable, son fácilmente reciclables. Este tipo de envases también ha disminuido considerablemente su peso.

Finalmente, los envases secundarios también han experimentado avances; en muchos casos son reutilizables y ahorran gran cantidad de material de fabricación.



El agua, una molécula indispensable

El agua es una materia prima indispensable en el sector de bebidas refrescantes, pero también es importante para otros procesos auxiliares a la fabricación, como el lavado de botellas o la limpieza de la industria.

Gracias a unas buenas prácticas de ahorro, en los últimos años el consumo de agua ha disminuido notablemente en las industrias embotelladoras. La mayoría de estas plantas tienen depuradora de aguas residuales, por lo que el impacto ambiental es mucho menor.

Por otra parte, la limpieza de las máquinas de la fábrica se realiza con sistemas cerrados que permiten que el agua pueda reutilizarse. Además, al limpiar o enjuagar los envases rellenables o reutilizables se utilizan sistemas de aire a presión, que dan lugar a grandes niveles de ahorro.

Los vertidos también se han minimizado. En los últimos años, la utilización de detergentes para el lavado o limpieza ha disminuido gracias a los nuevos sistemas de limpieza por aire y a la recuperación de detergentes.

Impacto en la atmósfera y consumo de energía

El impacto que presentan las industrias de bebidas refrescantes sobre la atmósfera es mínimo, ya que la mayoría de las fábricas utilizan como fuente de energía el gas natural o la electricidad, que generan pocas emisiones contaminantes a la atmósfera.

A su vez, los gases organoclorados (FCC) emitidos a la atmósfera son casi nulos debido a que el equipamiento de las fábricas se ha ido sustituyendo poco a poco con maquinaria más moderna. Y, por otro lado, las empresas realizan estudios de nuevas tecnologías para la sustitución de los hidrofluoroclorados.

La reutilización del agua cobra cada vez mayor importancia en las estrategias de gestión integrada de los recursos hídricos.

En este sentido, en las máquinas vending o los refrigeradores para el comercio de las bebidas refrescantes se emplean refrigerantes no contaminantes.

Finalmente, en el proceso de distribución de los productos también se intenta que la emisión de compuestos contaminantes a la atmósfera sea mínima, con la implantación de programas que maximicen la eficiencia del combustible (optimización de rutas de reparto, entrenando a los conductores, etc.) y el mantenimiento y la compra de nuevos vehículos.

Gestión medioambiental de las industrias: certificaciones

Muchas de las industrias cuentan con la certificación AENOR en materia de gestión medioambiental, dado su compromiso con los procesos de fabricación del producto y el funcionamiento general de la empresa (formación de los trabajadores, objetivos medioambientales, ahorro de materiales, manuales de buenas prácticas etc.).

Este certificado se renueva cada cierto tiempo, por lo que las compañías deben seguir desarrollando nuevas acciones encaminadas a disminuir el efecto que su actividad pueda generar en el medio ambiente.

La mayoría de las empresas de bebidas refrescantes poseen políticas medioambientales que constituyen una declaración de principios en materia medioambiental.



LA INNOVACIÓN, CLAVE DEL CRECIMIENTO DEL SECTOR

INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN (I+D+i), TRES FACTORES CLAVE

La evolución tecnológica de la industria es una cuestión fundamental; por esta razón, el sector de bebidas refrescantes concede una enorme importancia al área de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i). De este modo, y mediante la aplicación de los últimos avances a sus procesos productivos, las empresas diversifican su oferta con refrescos para todos los gustos.

Las necesidades y gustos de las personas van cambiando con el paso del tiempo. La incorporación de nuevos estilos de vida lleva a la industria a adaptarse, invirtiendo en el desarrollo tecnológico más avanzado que le permita innovar al ritmo de esos cambios.

Esto implica que las empresas deben diversificar su producción para dirigirse a cada grupo específico de consumidores. Esta tendencia es una característica generalizada a lo largo de la evolución del sector.

Por eso, los departamentos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) son pilares fundamentales en las distintas compañías y, a su vez, son una de áreas en las que más recursos económicos se invierten.

Esta apuesta por la investigación permite combinar diversas posibilidades de fabricación e ingredientes, añadiendo o no anhídrido carbónico, vitaminas, azúcares, zumos de frutas, etc. El objetivo es conseguir una variada oferta de productos de calidad, seguros y altamente saludables.

De este modo, el consumidor puede elegir libremente entre bebidas refrescantes con o sin gas, con o sin azúcares, con o sin zumo de frutas, vitaminas, etc., de uno u otro sabor, envasadas en formatos de muy diversos tamaños, en envases fabricados con distintos materiales...

Las combinaciones pueden ser casi infinitas, siempre con vistas a satisfacer las necesidades de todas las personas. De hecho, en los últimos años, la industria ha incrementado la producción de bebidas para deportistas, refrescos de té y otros sabores como manzana, melocotón o piña; a su vez, ha aumentado considerablemente el consumo de refrescos sin gas y sin azúcar.



LA INDUSTRIA DE BEBIDAS REFRESCANTES Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA

El sector de las bebidas refrescantes ocupa un lugar destacado en el conjunto de la industria alimentaria. En este sector, la investigación, la fabricación, el embotellado, la distribución, la comercialización, la publicidad, la comunicación comercial, etc. son áreas en constante evolución que generan, de forma directa o indirecta, más de 25.000 empleos en España.

La industria de bebidas refrescantes emplea de forma directa a más de 9.000 trabajadores y a más de 25.000, contando puestos indirectos. Alrededor de un 40% está centrado en la venta del producto y más del 36%, en tareas de producción, mientras que el resto se ocupa de la distribución, administración y otras actividades.

En la Unión Europea, la industria de alimentación y bebidas es la rama de actividad más importante de la industria manufacturera en términos de valor de producción y empleo, por delante de la industria de automoción y la química. En este sentido, la producción de la industria alimentaria española ocupa un puesto destacado, con más del 10% del total de la U.E., posicionándose en el quinto puesto del ranking en ventas.

Por su parte, en España, la industria de alimentación y bebidas es el primer sector de la industria manufacturera ya que genera más del 15% del empleo industrial y representa más del 7% del Producto Interior Bruto. Los siguientes parámetros ponen de manifiesto la importancia de este sector:

Número de personas ocupadas	14,02%
Ventas netas de producto	16,8%
Valor añadido	12,8%
Consumo de materias primas	19,5%
Consumo de otros aprovisionamientos	16%
Consumo y trabajos de otras empresas	17,3%
Gastos de personal	11,7%
Inversiones en activos materiales	11,7%
Inversión extranjera directa en la industria	4,96%
Inversión de la industria en el exterior	12,14%

En este marco, la industria de bebidas sin alcohol supone alrededor del 7% de la producción alimentaria total.

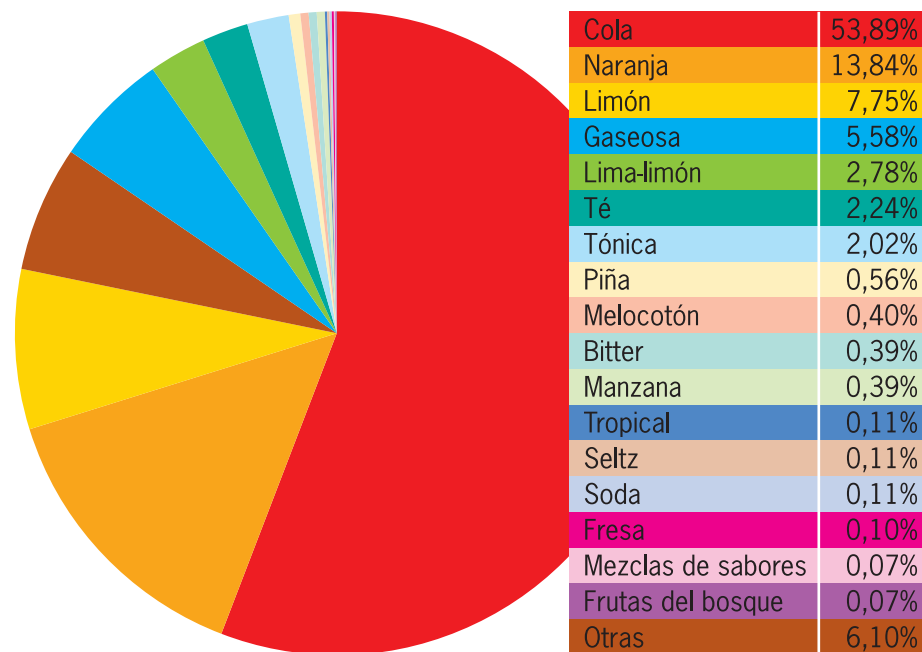
La producción de bebidas refrescantes

La industria de bebidas refrescantes se encuentra en constante crecimiento; en 2005, el volumen total de refrescos producidos superó los 4.800 millones de litros, un 2,5% más que el año anterior.

Producción de bebidas refrescantes por sabores

La innovación afecta especialmente a los sabores. En este sentido, aunque los porcentajes más significativos de producción siguen correspondiendo a los tradicionales refrescos de cola o de sabores cítricos, cada año se lanzan nuevos sabores que, aún siendo más minoritarios, crecen a un ritmo mayor. Así, hoy se pueden encontrar bebidas refrescantes de manzana, piña, melocotón, lima-limón, etc.

En la actualidad, los porcentajes más significativos de producción de bebidas refrescantes son los siguientes: cola, con casi un 54%, naranja, con un 14% y limón, con un 8%*. A continuación aparece la gaseosa, la lima-limón, las bebidas para deportistas, las bebidas de té y la tónica.



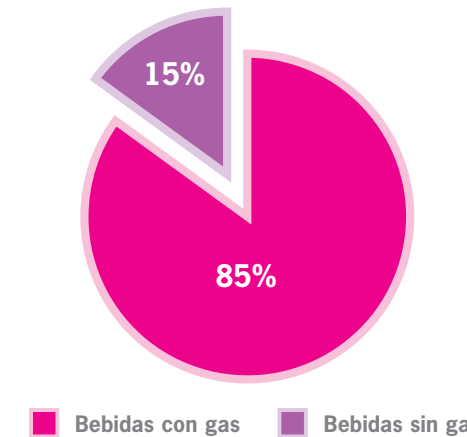
* "Estadísticas 2005". ANFABRA

Producción por tipo de bebida refrescante

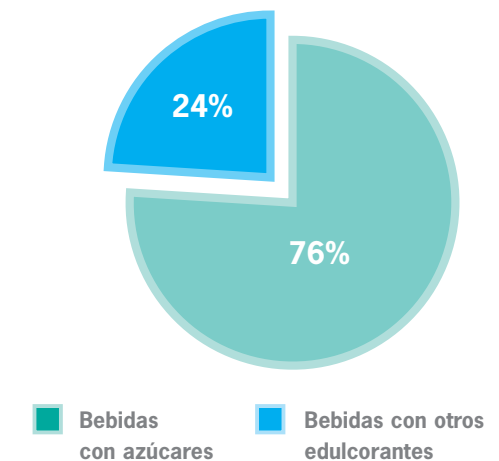
En cuanto a la producción de bebidas refrescantes por su combinación de ingredientes, los refrescos con gas supusieron en 2005 casi un 85% del total. Sin embargo, son las bebidas sin gas las que experimentaron un gran impulso, alcanzando el 15% de la producción. Este dato pone de manifiesto un incremento del volumen de estas bebidas con respecto al año anterior.

Por otra parte, el 76% de bebidas refrescantes que se fabricaron en España contienen azúcares, mientras que el 24% restante correspondió a bebidas con otro tipo de edulcorantes*.

Producción de bebidas refrescantes con y sin gas



Producción de bebidas refrescantes con azúcares y edulcorantes



* "Estadísticas 2005". ANFABRA

La industria de bebidas refrescantes como generadora de otras actividades: el “efecto multiplicador”

La industria de bebidas refrescantes cuenta con un valor añadido: un “efecto multiplicador”, es decir, el impacto económico de sus actividades, que se extiende más allá de la mera elaboración de refrescos.

Una empresa embotelladora de bebidas refrescantes puede desarrollar tareas de fabricación de los envases para su producto, distribución y venta de las bebidas, etc. Pero además, esta industria requiere de múltiples actividades externas: la fabricación de sus variadísimos ingredientes, o de etiquetas, tapones, envases y embalajes...

Existe, por tanto, un claro efecto multiplicador en las diferentes industrias: la agricultura, el acero, el aluminio, la fabricación de envases, la maquinaria, química y refinado de azúcar.

El sector de bebidas refrescantes también da lugar a una gran corriente socio-económica a través del uso de medios de transporte, con su actividad de investigación y comercial (marketing, publicidad) y en su calidad de proveedor para el comercio y establecimientos de hostelería y restauración. Por ello, esta industria genera 25.000 empleos, tanto directa como indirectamente.



PUBLICIDAD, COMUNICACIÓN Y MARKETING, HERRAMIENTAS EFICACES PARA LLEGAR AL CONSUMIDOR

A lo largo de toda su historia, la industria de bebidas refrescantes ha dado una gran importancia a las acciones de comunicación dirigidas al público. Muchas de ellas se han instalado en la memoria popular y han sido merecedoras de premios por su calidad y originalidad.

El contacto tanto afectivo como racional con los consumidores ha sido desde siempre un reto fundamental en la industria mundial de bebidas refrescantes. En este sentido, las distintas compañías del sector llevan a cabo campañas de publicidad, comunicación y marketing que se distinguen por transmitir valores positivos de manera creativa e innovadora.

La publicidad

Desde sus comienzos, buena parte de las campañas publicitarias de refrescos se han destacado por su calidad, originalidad y emotividad. Este intenso trabajo a lo largo del tiempo ha dado como resultado un reconocimiento público que no conoce fronteras, así como la obtención de los más importantes premios en publicidad.

La industria de las bebidas refrescantes ha sido pionera a la hora de apostar por la publicidad e innovar en la forma de desarrollarla. Por eso, muchos de sus anuncios forman parte de la historia de los distintos medios de comunicación.

Pero su gran logro ha sido la adaptación a las propias modas y tendencias de la sociedad. Mensajes como la cercanía, la unión familiar, la alegría, el humor, la amistad o la vida sana, pronto pasaron a ser habituales en la publicidad y en la comunicación del sector de las bebidas refrescantes.

Esta filosofía basada en la creatividad y la innovación ha hecho posible que desde su surgimiento hasta nuestros días, muchos de los eslóganes utilizados por las distintas compañías del sector sean reconocibles y permanezcan en la memoria de millones de personas en todo el mundo.

Acciones con medios de comunicación

Los medios de comunicación cumplen un importante papel a la hora de generalizar el conocimiento racional sobre las bebidas refrescantes. Así, a través de artículos o entrevistas en prensa, radio o TV, las compañías transmiten a la sociedad información sobre las diversas categorías de bebidas, su contenido y propiedades.

En este marco y desde 1989, ANFABRA concede bienalmente el Premio Burbuja de Periodismo, destinado a reconocer la labor de los medios de comunicación social en relación con el sector de bebidas refrescantes. A lo largo de estos años, nueve destacados periodistas y medios de comunicación han recibido ya este galardón.

Promociones y otras formas de contacto con el consumidor

Las promociones constituyen otra opción habitual para contactar con las personas; mediante este recurso las compañías buscan que el consumidor perciba su presencia y su marca, interactuando con ella.

Con este fin, las marcas de refrescos organizan promociones, concursos, sorteos, etc., siempre de acuerdo con los estrictos requisitos que establece la legislación vigente y con los compromisos voluntariamente adquiridos por la industria al respecto.

De forma complementaria, muchas empresas disponen de otros servicios como los teléfonos de atención al consumidor o páginas web donde los ciudadanos pueden obtener una mayor información y contactar directamente con la compañía.





BIBLIOGRAFÍA

- Guía de Aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC) en bebidas refrescantes, ANFABRA - MISACO
- Estadística 2005, ANFABRA
- Estudio Ernst & Young sobre “La industria de las bebidas refrescantes en España”
- Informe FIAB sobre la industria de alimentación y bebidas
- Decálogo para una vida saludable, Foro Complutense
- Nutrición en la adolescencia y juventud, Prof. Requejo y Ortega
- Guía Mitos y Realidades de la Seguridad Alimentaria, Consorcio para la Seguridad Alimentaria
- Folleto sobre etiquetado nutricional, Consorcio para la Seguridad Alimentaria
- Recomendaciones para mantener tu cuerpo bien hidratado, Dra. Gómez Candela y ANFABRA
- Estrategia NAOS para la Nutrición, Actividad Física, prevención de la Obesidad y Salud, del Ministerio de Sanidad y Consumo
- Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos destinada a niños, prevención de la obesidad y salud (Código PAOS)
- Código de UNESDA para una comunicación y unas prácticas comerciales responsables en bebidas refrescantes
- Conocimientos y lagunas sobre la implicación de la nutrición y actividad física en el desarrollo de la obesidad infantil y juvenil, Comité de Nutrición y Obesidad Infantil de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria, publicado en Medicina Clínica (Barc) 2004
- Guía Genérica de Trazabilidad, AESA
- Plan Empresarial de Prevención de Residuos de Envases, sector de alimentación y bebidas, Ecoembes
- Informe UNESDA sobre el efecto multiplicador
- Estudio de Synovate para ANFABRA sobre “Hábitos de consumo de las bebidas refrescantes en España”
- Encuesta Nacional de Salud 2003, Instituto Nacional de Estadística y Ministerio de Sanidad y Consumo
- Informe del Ministerio de Sanidad y Consumo sobre la “Salud de la Población Española en el Contexto Europeo y del Sistema Nacional de Salud” realizado en 2005
- Comparación de la prevalencia de sobrepeso y obesidad en la juventud en edad escolar de 34 países y su relación con la actividad física y los hábitos en la dieta, publicado en Obesity Reviews 2005
- Relación entre los cambios en la actividad física y el índice de masa corporal durante la adolescencia: un estudio longitudinal y multicentro, publicado en The Lancet 2005
- Legislación alimentaria

ANEXO

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE BEBIDAS REFRESCANTES ANALCOHÓLICAS

Nº	EMPRESA	DIRECCIÓN	POBLACIÓN	PROVINCIA	COMUNIDAD AUTÓNOMA
01.	AGUA MINERAL S. BENEDETTO, S.A.	CAMINO DEL PINAREJO, S/N	46390 S. ANTONIO REQUENA	VALENCIA	COMUNIDAD VALENCIANA
02.	AGUAS MINERALES DE FIRGAS, S.L.	AUTOVÍA GRAN CANARIA 2, KM. 3	35010 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	LAS PALMAS	CANARIAS
03.	ANTONIO JESÚS CARRETERO RUÍZ	BARRIADA DE LA ESTACION, 15	06370 BURGUILLOS DEL CERRO	BADAJOS	EXTREMADURA
04.	ASTURBEGA, S.A.	CARRETERA GENERAL DE SANTANDER, S/N	33010 COLLOTO (OVIEDO)	ASTURIAS	PRINCIPADO DE ASTURIAS
05.	BALNEARIO Y AGUAS SOLAN DE CABRAS, S.L.	C/ COLÓN, 53	16002 CUENCA	CUENCA	CASTILLA-LA MANCHA
06.	BEBIDAS TOSCA, S.A.	PLAÇA REGNE D'ESPAÑA, 7	43527 REGUERS-TORTOSA	TARRAGONA	CATALUÑA
07.	BEGANO, S.A.	AVDA. ALFONSO MOLINA, S/N	15008 A CORUÑA	A CORUÑA	GALICIA
08.	SCHWEPPE, S.A.	POL. IND. SABÓN, PARC. 76	15142 ARTEIJO	A CORUÑA	GALICIA
09.	SCHWEPPE, S.A.	PROVENSALS, 24-38	08019 BARCELONA	BARCELONA	CATALUÑA
10.	SCHWEPPE, S.A.	AVDA. DEL PARTENÓN, N. 4	28042 MADRID	MADRID	MADRID
11.	SCHWEPPE, S.A.	C/ ANTONIO LÓPEZ, 241	28041 MADRID	MADRID	MADRID
12.	CARBÓNICA AVILESINA, S.A.	TRAVESÍA DE LA INDUSTRIA S/N POL. DE LAS AROBIAS	33400 AVILES	ASTURIAS	PRINCIPADO DE ASTURIAS
13.	CARBÓNICA MOLINA, S.A.	CRTA. DE LA ESTACIÓN, N. 10	37700 BEJAR	SALAMANCA	CASTILLA Y LEÓN
14.	CARBÓNICAS ALAVESAS, S.A.	BARRATXI, 19	01013 VITORIA	ÁLAVA	PAIS VASCO
15.	CARBÓNICAS LANDEIRA, S.A.	AVDA. DAS FARIÑAS, 1	15841 SANTA COMBA	A CORUÑA	GALICIA
16.	CASA GARCÍA, S.A.	FONTCUBERTA, 40	08560 MANLLEU	BARCELONA	CATALUÑA
17.	CASBEGA, S.A.	P. IND. NIÑO DEL REMEDIO – C/ Sauce, 20	28942 FUENLABRADA	MADRID	MADRID
18.	CEMEBECA PEPSICO - MALLORCA	CAMI DE SANT LLADZET, 12	07009 PONT D'INCA	BALEARES	ISLAS BALEARES
19.	CÍA BEB. PEPSICO - SEVILLA	CRTA. NACIONAL IV, KM. 530	41309 S. JOSÉ DE LA RINCONADA	SEVILLA	ANDALUCÍA
20.	CÍA BEB. PEPSICO, S.L. - TAFALLA	CR. ESTELLA, S/N	31300 TAFALLA	NAVARRA	NAVARRA
21.	CÍA. DE BEBIDAS PEPSICO, S.L.-VITORIA	AVDA. DE LOS OLMOS, 2	01013 VITORIA	ÁLAVA	PAIS VASCO
22.	CÍA. DE SERVICIOS DE BEBIDAS REFRESCANTES, S.L.	JOSEFA VALCÁRCEL, 36	28027 MADRID	MADRID	MADRID
23.	COBEGA, S.A.	CTRA VIEJA DE LLUCMAJOR, KM. 2,500	07007 PALMA DE MALLORCA	BALEARES	ISLAS BALEARES
24.	COBEGA, S.A.	AV. DE GUIPUZCOA, 163 - 175	08020 BARCELONA	BARCELONA	CATALUÑA
25.	COBEGA, S.A.	POL. IND. CASBLANCA C/ VALLES ESQ. CERDANYA	08192 SANT QUIRZE DEL VALLÉS	BARCELONA	CATALUÑA
26.	COBEGA, S.A.	C/ NÚMERO 4, PARCELA I LAS MAJORERAS INDUSTRIAL EL CARRIZAL	35250 INGENIO	GRAN CANARIA	CANARIAS
27.	COBEGA, S.A.	POL. PIEDRAS TORRES C/ GUIMARAES, 1 (LOS NARANJOS)	38350 TACORONTE	STA CRUZ DE TENERIFE	CANARIAS
28.	COLEBEGA, S.A.	CTRA. DE ALICANTE, KM. 407	03006 ALICANTE	ALICANTE	COMUNIDAD VALENCIANA
29.	COLEBEGA, S.A.	AVDA. REAL MONASTERIO STA. Mª POBLET	46930 QUART DE POBLET	VALENCIA	COMUNIDAD VALENCIANA
30.	COM. CORTIELLA (MANUEL BARROBES MORELLO)	LA PALLA, 11	43785 BOT	TARRAGONA	CATALUÑA

Nº	EMPRESA	DIRECCIÓN	POBLACIÓN	PROVINCIA	COMUNIDAD AUTÓNOMA
31.	DESTILERÍAS FUENTES, S.L.	C/ LAS NAVAS, 8	03690 S. VICENTE DEL RASPEIG	ALICANTE	COMUNIDAD VALENCIANA
32.	DESTILERÍAS ROJO, S.L.	CTRA. MADRID ALICANTE, KM.124 POL. IND., PARCELA 31	45800 QUINTANAR DE LA ORDEN	TOLEDO	CASTILLA-LA MANCHA
33.	DISTRIB. SABATE - LAFARGA, C.B.	VÍA ARAGÓN, 12 (FÁBRICA)	43780 GANDESA	TARRAGONA	CATALUÑA
34.	EMBOT. DEL SUR LA PALMA, S.L.	CTRA. GRAL. TAJUYA, 22	38760 EL PASO - LA PALMA	STA. CRUZ DE TENERIFE	CANARIAS
35.	EMBOTELLADORA DEL SUDESTE, S.L.	TARAZONA, 54	02230 MADRIGUERAS	ALBACETE	CASTILLA LA MANCHA
36.	ENYCAR DISTRIBUCIONES C.B.	ALAMAR, 21	47430 PEDRAJAS DE SAN ESTEBAN	VALLADOLID	CASTILLA Y LEÓN
37.	FONT SALEM, S.A.	PARTIDA EL FRONTÓ, S/N POL.2	46843 SALEM	VALENCIA	COMUNIDAD VALENCIANA
38.	GIL GIL AGUSTIN Y OTROS	RUA ALCALDE MAILLATA, S/N	31390 OLITE	NAVARRA	NAVARRA
39.	HELADOS Y PAST. ROBENOVE, C.B.	C/ MERCAT, 3	03550 S. JUAN DE ALICANTE	ALICANTE	COMUNIDAD VALENCIANA
40.	INDUSTRIAS ESPADAFOR, S.A.	AVDA. ANDALUCIA, S/N	18015 GRANADA	GRANADA	ANDALUCÍA
41.	INNOVACIÓN DE BEBIDAS, S.A. -INBESA-	C.N. 634 KM 397,7 MERES	33199 MERES/ SIERO	ASTURIAS	ASTURIAS
42.	INT. DE COMERCIO Y DET. J. BORRAJO, S.A.	FRANCISCO REDONDO, 10 Y CTRA. CALERA, 40	45600 TALAVERA DE LA REINA	TOLEDO	CASTILLA-LA MANCHA
43.	JOAQUINA SAUCH CASADEMONT	ALBERES, 14	17600 FIGUERAS	GIRONA	CATALUÑA
44.	JOSÉ LUIS JIMÉNEZ VARELA	Pº DE LOS OLIVOS, 82	28011 MADRID	MADRID	MADRID
45.	LA CASERA, S.A.	CTRA. SEVILLA-MÁLAGA, KM. 4	41500 ALCALÁ DE GUADAIRA	SEVILLA	ANDALUCÍA
46.	LA CASERA, S.A.	AVDA. VENTALOMAR, 3 - POL. IND.	45007 TOLEDO	TOLEDO	CASTILLA-LA MANCHA
47.	LA CASERA, S.A.	AVDA. DE BURGOS, 78	47009 VALLADOLID	VALLADOLID	CASTILLA Y LEÓN
48.	LA FLOR DE JULIO, S.L.	CARRETERA GENERAL, S/N	33126 SOTO DEL BARCO	ASTURIAS	PRINCIPADO DE ASTURIAS
49.	LA INESPERADA, S.A.	POL. LOS JARALES-CTRA. BAILÉN LINARES, S/N	23700 LINARES	JAÉN	ANDALUCÍA
50.	NORBEGA, S.A.	IBAIZABAL KALEA, 57	48960 GALDACANO	VIZCAYA	PAÍS VASCO
51.	PEPSI-COLA DE ESPAÑA, S.A.	C/ AREQUIPA. 1 - 4º	28043 MADRID	MADRID	MADRID
52.	REFRESCOS EUROPEOS, S.L.	AV. DE MANOTERAS, 24	28050 MADRID	MADRID	MADRID
53.	RENDELSUR, S.A.	CAMINO A LOMA SAN JULIÁN, S/N - APDO. 366	29004 MÁLAGA	MÁLAGA	ANDALUCÍA
54.	RENDELSUR, S.A.	CTRA. NACIONAL IV, KM. 528	41300 LA RINCONADA	SEVILLA	ANDALUCÍA
55.	RENDELSUR, S.A.	CTRA. DE PORTUGAL, KM. 408,6	06080 BADAJOZ	BADAJOZ	EXTREMADURA
56.	RIVES- PITMAN, S.A.	C/ AURORA, N. 4	11500 EL PUERTO DE STA. MARÍA	CÁDIZ	ANDALUCÍA
57.	SANMY, S.A.	CTRA. DE CASTELLAR, KM. 19,5	08227 TARRASA	BARCELONA	CATALUÑA
58.	SECUNDINO GARCÍA, S.L.	C/ HOSPICIO, 12	09400 ARANDA DE DUERO	BURGOS	CASTILLA Y LEÓN
59.	SUNNY DELIGHT ESPAÑA, S.L.	POL. IND. EL RENGLE - C/ VILASSAR, 5	08302 MATARÓ	BARCELONA	CATALUÑA
60.	UNIÓN DE FABRI. DE GASEOSAS, S.L.	AV. DEL MAR, S/N	46410 SUECA	VALENCIA	COMUNIDAD VALENCIANA
61.	VICENTE CERVERA MAMPEL	PZA. DE LA CONSTITUCION, 14	12330 TRAIQUERA	CASTELLÓN	COMUNIDAD VALENCIANA

