



Bebidas sin alcohol

La variedad de bebidas sin alcohol que ofrece el mercado es cada vez más variada y su consumo tiende a crecer en todos los países y en España, en concreto, el consumo se ha duplicado en los últimos diez años. El agua mineral comenzó teniendo casi la consideración de una medicina, pero hoy su consumo se ha generalizado, de tal forma que ha pasado a ser bebida habitual de muchas personas.

Hay diferentes clases de aguas minerales en función de su riqueza en sales, que es lo que las hace diferentes, por las distintas composiciones que condicionan las indicaciones de consumo en cada caso. Las aguas tradicionales, fuertemente mineralizadas han dejado paso a las aguas de bajo contenido en minerales, que se consumen especialmente en hostelería. Los batidos pueden ser muy variados, aunque en su composición entra generalmente la leche, los componentes que la acompañan son de muy diferente procedencia. Los más frecuentes son el chocolate y los zumos de frutas. El mundo de las bebidas refrescantes es muy variado y bastante indeterminado. Generalmente son carbonatados, a veces con extractos de plantas, de fórmula secreta, y otras con zumo de frutas en baja proporción (entre el 4 y el 8%). Generalmente la elaboración es industrial, por grandes empresas de ámbito internacional y con factorías en diferentes países.

Los zumos son la consecuencia de la separación de la parte líquida de las frutas. Hay muchos y variados aunque el más generalizado y de mayor consumo es el de naranja, que puede presentarse fresco, pasteurizado o conservado. También se elaboran zumos concentrados, generalmente con destino a industrias transformadoras y desecados, casi siempre por proceso de liofilización. El néctar es el producto de la licuación de la fruta, por lo que contiene partes sólidas, aunque más o menos finas en función del proceso de filtración seguido, al que se añade agua potable y azúcar y los smoothies, son bebidas cremosas preparadas a base de zumos y trozos de frutas mezclados tradicionalmente con productos lácteos o helados. Su producción es creciente y con buenas perspectivas de incremento sustancial de consumo. Con zumos principalmente, pero también con infusiones, se hacen los granizados, que es el resultado de su congelación y fractura en trozos pequeños helados. La horchata es el zumo de la chufa una vez rebajado, con adición de agua potable y azúcar. Es un producto típico valenciano con Denominación de Origen.

La cantidad de infusiones que pueden encontrarse en el mercado son muy variadas. En general se elaboran por suspensión en agua caliente de diferentes

semillas o frutos, que tienen la particularidad de ceder principios sápidos y aromáticos intensos.

Pueden hacerse con bases muy diferentes, aunque sobre todo té, manzanilla y poleo son las que predominan en el mercado español, pero hay muchas más presentaciones. Mención especial merece el café que es la infusión más conocida en España. Se presenta en grano, tostado o torrefactado, liofilizado, con o sin cafeína y en los últimos años ha irrumpido una nueva presentación, en cápsulas, que está incrementando sus ventas de forma impresionante. La producción del sector de bebidas refrescantes, se estima en torno a los 7.400 millones de euros. Los refrescos de cola suponen casi el 50% de la demanda aunque con tendencia a disminuir.

Se ha producido un importante aumento del consumo de bebidas sin gas que llega a ser del 17% del total, cuando hace diez años apenas suponía el 8%. También han tenido incremento de ventas las bebidas light y las energéticas. El sector, en España y en el resto del mundo, está controlado por un reducido número de grandes compañías. Nuestras exportaciones son mínimas, muy limitadas, de apenas 80 millones de euros porque cada multinacional tiende a vender en el interior del país en el que elabora. La vitalidad de este sector se puede valorar teniendo en cuenta, que hay más de 2.000 nuevas referencias en el mercado y que cada año se realizan unos 150 lanzamientos de nuevas bebidas.

[Ver expositores](#)

Más información:
salondegourmets.com

Comunicación:
comunicacionsg@gourmets.net
prensa@gourmets.net

Organiza / Medio corporativo:



CLUB
DE
GOURMETS

Patrocinadores principales:



Patrocinadores:



Copatrocinadores:



Colaboradores:

SG coopera con:

