

# infolata

## RELEVO EN LA PRESIDENCIA

Nº 4 JULIO 1998



José Manuel Fernández asumió el pasado mes de enero el reto de ser el nuevo Presidente de la Asociación. En esta nueva etapa, José Manuel Fernández afirma...

**TRAS SU NOMBRAMIENTO, ¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS INMEDIATOS DE LA ASOCIACIÓN?**

Después de un periodo en que había que asegurar la presencia de la lata de bebidas en la ley de envases y entidades en formación, la Asociación quiere centrar su actividad en mostrar las ventajas de la lata de bebidas como envase moderno y tecnológicamente avanzado.

**“Nuestro objetivo es consolidar una presencia más activa de cara a nuestros clientes y continuar colaborando en la consecución de los objetivos de la ley de envases”**

**¿QUÉ OPINIÓN LE MERECE LA ACTUAL SITUACIÓN DE LA LEY DE ENVASES? ¿QUÉ POSTURA TIENE LA ASOCIACIÓN?**

Tenemos la oportunidad de mostrar que la lata de bebidas puede cumplir perfectamente los objetivos de la ley; tanto de prevención a través de la constante disminución de peso, como en el reciclado, ya que ambos materiales (hojalata y aluminio) se han reciclado tradicionalmente. Su reciclado se verá favorecido por las nuevas medidas que se tomen a partir de ahora.

**¿CUÁLES SON LAS ÚLTIMAS ACTIVIDADES DE LA ASOCIACIÓN?**

La Asociación ha concluido varios estudios recientemente. Por ejemplo, el Proyecto Piloto de Reciclado realizado con la Universidad Complutense y el Ayuntamiento de Madrid, muestran que la lata está muy bien situada en el mercado.

**HÁBLENOS DEL MERCADO DE LATAS DE BEBIDAS DURANTE EL AÑO 1997.**

Se ha experimentado un importante aumento en el consumo, que supera el bache de 1996, y además la proporción de cerveza envasada en lata ha crecido considerablemente hasta un 12% o más si se cuentan importaciones, tendencia que esperamos se consolide durante 1998.

**¿QUÉ ACTIVIDADES TIENEN PENSADO REALIZAR EN 1998?**

Fundamentalmente, consolidar una presencia más activa de cara a nuestros clientes, con un mayor esfuerzo de comunicación; reanudamos con este

## SUMARIO

- **RELEVO EN LA PRESIDENCIA**
- **1997: AÑO DE CRECIMIENTO**
- **LAS LATAS: OBJETO DE ESTUDIO**
- **INNOVACIONES Y FORMAS...**
- **LAS LATAS DE BEBIDAS ANTE LA PUESTA EN MARCHA DEL PUNTO VERDE**

Para más información o suscripción gratuita a esta revista: ୧୩୫୦୧୩୫

**Centro de Información al consumidor:**  
Núñez de Balboa, 83-28006 Madrid  
Tel.: 91 577 07 54

**Dirección:** Miguel Aballe  
**Redacción:** Silvia Aranz  
**Diseño y Producción:** CONORG, S.A.

Prohibida la reproducción total o parcial de textos, ilustraciones y fotografías de esta publicación, cualquiera que sea el medio de reproducción a utilizar, sin la autorización previa de ୧୩୫୦୧୩୫

**Depósito legal:** M-20262-1995



número la publicación de Infolata con un nuevo diseño, ponemos en marcha un website y esperamos colaborar aún más estrechamente con los sectores de los materiales en la consecución de los objetivos de la ley de envases.

#### ¿QUÉ SECTOR DE POBLACIÓN COOPERA MÁS CON LAS ACTIVIDADES DE LA ASOCIACIÓN?

Tradicionalmente, el sector de población joven, que continúa considerando la lata como su envase favorito, ha respondido muy favorablemente a toda iniciativa medioambiental.

#### ¿A QUÉ SE DEBE EL ÉXITO DE CAMPAÑAS COMO LA DE UNICEF, "SER SOLIDARIO ES UNA LATA"?

Cualquier iniciativa que ligue la defensa del medioambiente con causas solidarias suele tener una participación entusiasta. En este caso, unir el reciclado, donde la población está muy sensibilizada, a la ayuda a la construcción de pozos en un país que lo necesita tanto y ver los resultados tangibles, ha movilizó a miles de educadores, escolares y voluntarios con unos resultados absolutamente espectaculares.

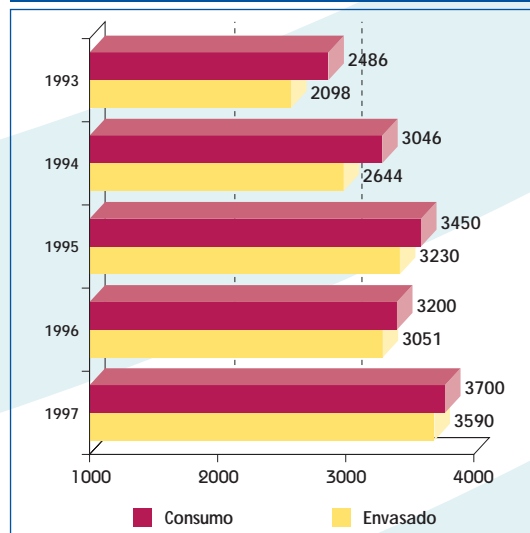
#### ¿QUÉ OPINA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y EQUIPOS PARA EL RECICLADO?

Con el uso de contenedores de latas por los ciudadanos, y con los equipos de nueva tecnología introducidos en los centros de selección, aumentará espectacularmente el reciclado de latas; en un periodo breve, todas se podrán separar automáticamente del resto de envases, y su menor coste de separación supondrá una ventaja competitiva para este envase, desde el punto de vista del reciclado.

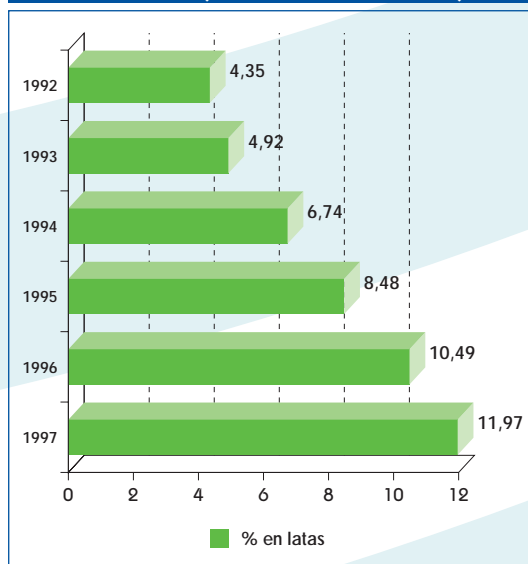
## 1997: AÑO DE CRECIMIENTO

El consumo de latas de bebidas ha experimentado un importante crecimiento durante 1997 de 3.200 a 3.700 millones de unidades, con lo que consolida su importante papel en el sector del envase. Producida a partir de una tecnología tan sofisticada como la utilizada en la industria aeroespacial, es un envase técnicamente perfecto que ha reducido su peso en un 20% y el espesor a razón de un 1% anual. Envase cada vez mejor aceptado, ha experimentado un importante crecimiento en la última década, y la capacidad de producción de las líneas más avanzadas se aproxima a dos millones de latas diarios.

#### MERCADO DE LAS LATAS DE BEBIDAS EN ESPAÑA DURANTE LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS



#### PROPORCIÓN DE CERVEZA ENVASADA EN LATAS EN ESPAÑA (CERVECEROS DE ESPAÑA)



En el sector de la cerveza, también se ha producido un importante crecimiento en la proporción envasada en lata, pasando del 4,3% en 1992, al 12% en 1997.

Contando el consumo total, que incluye no sólo la cerveza envasada en España sino la importada, la Asociación estima que el 14% de la cerveza consumida en España, se consume en latas.

## LAS LATAS: OBJETO DE ESTUDIO

La Asociación ha realizado diversos estudios de investigación de mercado y de hábitos de consumo, que han proporcionado importante información sobre los aspectos de interés para distintos sectores de consumidores.

Entre éstos se encuentra el Proyecto Piloto de Reciclado iniciado en 1996 con la colaboración del ayuntamiento de Madrid, la Universidad Complutense y Coca-Cola España, y centrado en los hábitos de consumo en general y actitudes ante las latas de bebidas de los universitarios. Con la

participación de varias facultades y a título experimental de una empresa de venta automática, se instalaron 30 equipos para la recogida y reciclado de latas de bebidas. Los contenedores, fabricados por la empresa DINAMIC de Madrid, fueron muy bien aceptados por los estudiantes,

que los utilizan habitualmente, y han servido de ejemplo para otras actuaciones en el mismo sentido. Recientemente la Asociación ha revisado los equipos instalados en diversas facultades de la Comunidad de Madrid y está llevando a cabo una nueva fase de evaluación de resultados.

En el marco del mismo proyecto, el departamento de Psicología de la Universidad Complutense, con la colaboración de la Asociación, realizó el pasado año el estudio "Las latas de bebidas, objetos y contextos". Esta investigación, coordinada por el profesor Marinas, analiza los hábitos, motivaciones y actitudes en la población joven con respecto a este envase en el contexto del cuidado del entorno y el reciclado. El estudio atribuye el crecimiento de las latas a que las últimas innovaciones tecnológicas de este

envase, son cada vez más apreciadas por el público consumidor.

Otro importante objetivo ha sido conocer la aceptación de la lata entre los consumidores españoles de cervezas y refrescos en general y averiguar las razones por las que se prefieren las latas como tipo de envase. Para ello, la Asociación en colaboración con Research International elaboró un estudio basado en los hábitos de consumo de cervezas y bebidas refrescantes. Los encuestados destacan como ventajas:

- ❑ Comodidad para el consumo individual
- ❑ Menor peso
- ❑ Manejabilidad de la lata
- ❑ Facilidad de almacenamiento y transporte
- ❑ Resistencia

Aparte de estos estudios propios, la Asociación ha participado en otras iniciativas internacionales en colaboración con BCME (Beverage Can Makers Europe).

## INNOVACIONES Y FORMAS...

La innovación reciente más importante de la lata fue la creación de un diámetro más reducido en el cuello de la lata y por tanto en el tamaño de la tapa, pasando del modelo 206 (57 mm) al 202 (52 mm), con el consiguiente ahorro de materias primas y energía. Las latas tienen asegurada la reutilización de la materia prima que constituye las latas usadas,

ya que la industria de fabricación metálica de los dos principales materiales, hojalata y aluminio, es una industria recicladora.



Últimamente han aparecido nuevas formas de latas. Para realizar este proceso, se introduce un molde en el interior de la lata, a la vez que por el exterior se acopla una matriz. De esta manera, la lata toma la forma que se ha predeterminado previamente.



## LAS LATAS DE BEBIDAS ANTE LA PUESTA EN MARCHA DEL PUNTO VERDE

**El 100% de las latas de bebidas destinadas al envasado en España, están adheridas a alguno de los Sistemas Integrados de Gestión (Ecoembes-Ecovidrio).**

La puesta en marcha del punto verde a principios de mayo, inicia un periodo muy importante para el sector de las latas de bebidas. Las inversiones en infraestructura por parte de las administraciones y la industria de la recuperación de productos de acero y de aluminio usados, garantizarán la reutilización de la materia prima. En el resto de Europa ya se han alcanzado altas tasas de reciclado de latas, especialmente donde ya se habían establecido sistemas de gestión antes de la aprobación de la Directiva Europea. En Suecia, por ejemplo, la lata de bebidas sigue una trayectoria diferente a la de otros envases metálicos; se devuelve a través de Returpack, que contempla un depósito sobre el envase, y los demás se integran en un sistema integrado de gestión (Metallkretsen) que recupera conjuntamente envases de aluminio y hojalata (excepto los de bebidas) y su posterior separación magnética. En Francia, con el sistema Eco-Emballages, se recupera una parte importante de los envases metálicos por separación magnética post-incineración.


En España, las perspectivas para las latas de bebidas son muy positivas, pues ya se superan los porcentajes mí-

nimos de reciclado que indica la ley para mitad del año 2001. Son los envases que poseen el punto verde de partida más bajo, puesto que el valor de los materiales recuperados y el menor coste de la selección automática suponen una mayor eficacia y menor coste total.


La hojalata básicamente ha potenciado los sistemas de separación magnética de residuos procedentes de recogida en masa y de recogida selectiva, y el aluminio tanto la recuperación económica (valor del mercado) y por tanto recogida monomaterial como la selección automatizada mediante corrientes de Foucault, de reciente implantación en España.


El esfuerzo realizado por las latas de bebidas ha favorecido iniciativas y proyectos y la implantación gradual de la recogida selectiva mediante el tercer contenedor (contenedor amarillo o bolsa amarilla). Para el sector y para ECOEMBES, se deben complementar sistemas genéricos con sistemas específicos, a veces independientes, manteniendo las soluciones eficaces que ya venían funcionando sin coste.

# BREVES


 Crown Cork Company Ibérica (antes Envases de Bebidas), ha invertido 3.175 millones de pesetas en la instalación de una nueva línea de fabricación para latas de bebidas en su fábrica ubicada en Agoncillo (La Rioja). El proyecto recibió una subvención de 270 millones de pesetas por parte del Gobierno autonómico.

 Cerveceros de España en colaboración con CELCE (Coleccionistas Españoles de Latas de Cerveza) ha publicado un interesante catálogo de latas de cerveza, cuidadosamente elaborado por Pascual Merita Trénor y Josep María Millán Joaquín, "La Lata de Cerveza en España" sigue su evolución en el mercado español, desde su introducción en 1966, y llena una antigua aspiración del público coleccionista español.


 El pasado mes de febrero, tuvo lugar en el centro comercial Burgo Centro II de Las Rozas (Madrid), la exposición "Ecología de andar por casa" patrocinada por Caja Madrid. Con paneles explicativos y distintas muestras acerca del reciclado de materiales, incluía material aportado por la Asociación. El público asistente tuvo además la oportunidad de utilizar una máquina prensadora de latas, patrocinada por Caja Madrid y visible en diferentes puntos de la comunidad.

 La Asociación ha puesto en marcha un website, cuya dirección es [www.latasdebebidas.org](http://www.latasdebebidas.org), donde se podrán consultar las noticias más recientes, recibir información y mantener correspondencia a través de correo electrónico.



 Miguel Aballe, director de la Asociación, intervino en las jornadas técnicas ECONATURA 98 que se celebraron en Orense los pasados días 6 y 7 de febrero. En su ponencia

destacó el importante crecimiento de la lata de bebidas en España en los últimos años y las grandes ventajas que representa para un número cada vez mayor de consumidores. También destacó las ventajas desde el punto de vista medioambiental, como envase íntegramente reciclable y de los esfuerzos de los fabricantes de hojalata, aluminio y materiales auxiliares como las anillas multipack para impulsar el reciclado de los materiales.

 La campaña de recogida de latas realizada por Iveco Pegaso a favor de Unicef "Ser solidario es una lata" ha sido un completo éxito. Consiguió recaudar nada menos que 1.100.000 pesetas. El pasado 6 de febrero se hizo entrega del talón a UNICEF en el transcurso de la cena ofrecida para agradecer a todos los colaboradores su solidaria ayuda. La recogida se realizó en diferentes puntos de España, el pasado 23 de noviembre, el llamado día Daily de la Solidaridad. Participaron 1.200 colegios, 600 gasolineras donde se instalaron puntos de recogida, 854 transportistas voluntarios de Iveco Pegaso y 203 empresas colaboradoras.

