

## LA SUPRESIÓN DEFINITIVA DE LAS LIMITACIONES AL MERCADO DE LATAS DE BEBIDAS EN CANARIAS, MÁS CERCA

Al retrasar otros seis meses la entrada en vigor del polémico artículo 35 de la Ley de Residuos, el Parlamento de Canarias podrá verificar las alegaciones de la Unión Europea y –a nadie escapa–, detener el procedimiento de infracción iniciado contra el Gobierno español por la adopción de esta Norma, contraria a derecho comunitario.

La decisión es coherente con las reclamaciones europeas y de la industria hostelera local, pero ha descubierto la improvisación con que se adoptó la ley. Canarias, una de las zonas más turísticas de Europa, consume entre 300 y 400 millones de latas de bebidas al año, según nuestra estimación, dato que desconocía el legislador cuando elaboró la Ley. Al ser con diferencia el envase más ligero para este tipo de bebidas y aunque no se recicla ni una lata, la cifra sólo representaría el 0,7% del millón de toneladas de residuos urbanos que se generan en las islas cada año.

La discusión parlamentaria del nuevo retraso puso de manifiesto la preocupación por los bajos precios de las bebidas que llegan a las islas envasadas en lata, llegándose a hablar de "dumping". La Asociación defiende que éste es, precisamente, el modo más eficaz y económico de distribuirlos y lamenta, al igual que la mayor parte de los consumidores, que el "bajo precio" sea un inconveniente en lugar de una ventaja, en una Comunidad que recibe buena parte de sus productos, necesariamente envasados y desde una distancia media de más de 2.000 km. El argumento es tan sorprendente que nos desarma. Aunque cueste creerlo, no nos queda duda que la prohibición obedeció exclusivamente a motivos proteccionistas.

(Sigue en pág. 3)

Nº 7 FEBRERO 2000

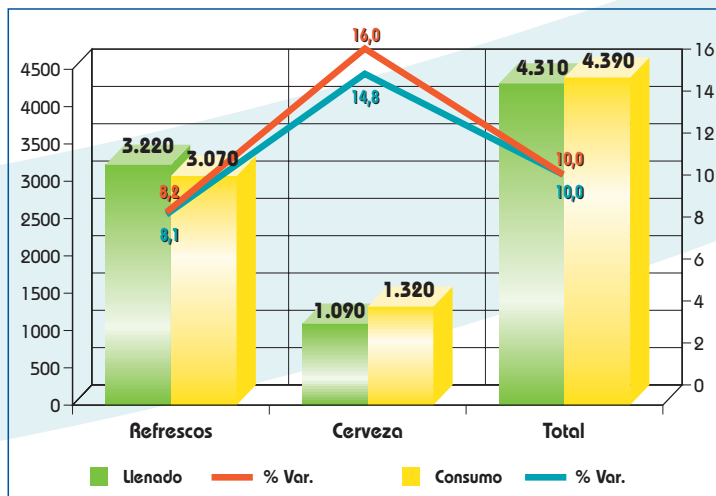
## SUMARIO

- LA SUPRESIÓN DEFINITIVA...
- CONTINÚA EL CRECIMIENTO...
- ENTREVISTA CON J. M. DELGADO...
- LOS ESTUDIANTES HICIERON "LATING"
- LATAS, MEJOR DE SEIS EN SEIS
- WEB DE APERTURA FÁCIL
- ESTUDIO DE CAN MAKERS
- ENTREVISTA J. M. BARRIENTOS...
- AMERICAN NATIONAL...

## CRECIMIENTO SOSTENIDO DEL MERCADO ESPAÑOL

Los datos provisionales de Beverage Can Makers Europe indican que el mercado Español habrá crecido en 1999 un 10% aproximadamente, con un mayor crecimiento en el sector de la cerveza, del orden del 16%, lo que confirmaría la tendencia de los últimos años de crecimiento de la cuota de mercado de las latas entre los envases de cerveza.

MERCADO DE LATAS DE BEBIDAS EN ESPAÑA 1999 (MILLONES DE UNIDADES) - (ESTIMACIÓN PROVISIONAL)



Para más información o suscripción gratuita a esta revista:

[www.latasdebebidass.org](http://www.latasdebebidass.org)

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 [www.latasdebebidass.org](http://www.latasdebebidass.org)

Depósito legal: M-20262-1995



# ENTREVISTA CON JOSÉ MANUEL DELGADO, GERENTE DE TECNORESIDUOS R-3, EMPRESA PREMIO MEDIO AMBIENTE DE MADRID

## ¿CÓMO SURTIÓ LA IDEA DE CREAR UNA EMPRESA DE RECICLADO DE LATAS DE BEBIDAS?

La idea surgió principalmente porque buscábamos un trabajo y descubrimos el sector del reciclado, que nos pareció muy atractivo. Además, descubrimos la inexistencia de este servicio en la comunidad de Madrid, por lo tanto, todos estos factores nos empujaron a ello.

## ¿HABÍAN HECHO ANTES ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD RELACIONADO CON EL MEDIO AMBIENTE?

No, ninguno de nosotros habíamos hecho antes una actividad relacionada con el reciclado. Todos procedemos de sectores diferentes como es la educación física y la informática.

## ¿EN QUÉ CONSISTE EL PROYECTO EMPRESARIAL DE RECICLADO DE BOTES DE BEBIDAS QUE TIENEN PENSADO LLEVAR A CABO JUNTO CON EL AYUNTAMIENTO DE RIVAS?

Consiste principalmente en un acuerdo de colaboración en el que, según éste, durante las fiestas del municipio de Rivas, se procederá a la recogida de los envases de bebidas directamente de los establecimientos para ser depositados en los contenedores amarillos que nosotros hemos facilitado para la recogida de éstos.

## TAMBIÉN TIENEN PREVISTO COLABORAR EN UN PLAN DE EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA LAS ESCUELAS QUE SE INICIARÁ A PARTIR DE SEPTIEMBRE.

Sí, estamos trabajando en este proyecto con mucho entusiasmo. Con la documentación que tenemos, elaboramos un material que será distribuido a los profesores de los colegios, con el fin de que éstos, a su vez, transmitan esta información a los alumnos. Pero esto no

se quedará solamente en "teoría". Además pondremos contenedores amarillos en el colegio con el fin de que los alumnos depositen ahí sus latas, y éstos serán recogidos quince días más tarde para proceder a su separación. Los niños serán invitados a nuestra planta para que vean cómo se realiza el proceso de reciclado.

## ¿ESPERAN UNA RESPUESTA POSITIVA POR PARTE DE LOS COLEGIOS?

Sin duda, porque no existe nada parecido a esto en Madrid. No conocemos ninguna empresa de reciclado de latas que abra sus puertas para dar a conocer su actividad.

## ¿CÓMO INFLUIRÁ EL ACUERDO DE ECOEMBES, AEPAL Y ECORCERO DE INCENTIVAR LA RECOGIDA DE LATAS DE BEBIDAS POR MÉTODOS INDEPENDIENTES EN SU ACTIVIDAD?

Será positivo, puesto que es interesante ver a los fabricantes del producto y suministradores de materia prima, interesados en potenciar el reciclado.

## ¿CREE QUE LES PERMITIRÁ AUMENTAR SUS ACTIVIDADES A MEDIO PLAZO?

Voluntad existe, no obstante estamos hablando de una ayuda de 3 pts./kg., tanto para el aluminio como la hojalata; es un valor simbólico, ya que unido al precio medio del metal recuperado en Madrid y su Comunidad, este incentivo no es suficiente para sufragar un servicio de recogida gratuito, como era nuestra idea original de ofrecerlo en Madrid y su Comunidad. En todo

caso es un complemento interesante que habrá que unir tanto a iniciativas de los fabricantes de materias primas, Ecoembes u otros organismos, a que aparezcan patrocinios adicionales o bien a que exista una concienciación importante en las empresas sobre el reciclado que estén dispuestas a sufragar una parte del coste del reciclado de todos sus envases y, en particular, de las latas de bebidas.

## ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS QUE DESTACARÍA DE LA LATA DE BEBIDAS COMO ENVASE?

De la lata destacaría grandes cualidades como envase, puesto que es ligera, mantiene la bebida fría, no se rompe fácilmente, es fácil de almacenar porque ocupa poco espacio y es fácil de reciclar, en fin, son muchas las características favorables que presenta este envase.

## ¿QUÉ OPINIÓN LE MERECE LA LEY APROBADA POR EL PARLAMENTO CANARIO QUE PROHIBE LA VENTA DE LATAS EN UNA SERIE DE ESTABLECIMIENTOS?

Como empresa que se dedica a reciclar latas, creo que es, sin duda, un claro atentado a la libertad de mercado, puesto que perjudica seriamente a este envase; se trata de un proteccionismo difícil de justificar.



## LOS ESTUDIANTES HICIERON "LATING"

El convenio para la recogida selectiva de botes de bebidas en la Universidad Complutense, firmado en julio de 1996 entre el Ayuntamiento de Madrid, la Asociación de Latas de Bebidas y Coca Cola España, ha logrado buenos resultados. Sólo durante el último curso ha permitido recuperar en el campus cerca de una tonelada de latas de acero y aluminio (en torno a 30.000 latas), cuyo destino inmediato es el reciclado. Tal como se relató ya en Infolata, también ha servido para recoger interesantes datos sobre las motivaciones, hábitos y actitudes del joven consumidor de refrescos.

Los contenedores-compactadores instalados

en 33 puntos repartidos por las distintas facultades, que incorporan un sencillo mecanismo manual para aplastar los envases y reducirlos a un espesor mínimo y retirados una vez concluido el proyecto piloto, gozaron desde un principio de la simpatía de los estudiantes.

La acción de meter la lata vacía en el depósito y compactarla o "hacer lating" no tardó en popularizarse en el campus, como quedó demostrado durante las entrevistas organizadas en el marco de este convenio, para conocer la opinión de los jóvenes acerca de las latas de bebidas. En uno de esos encuentros, los estudiantes hablaron espontáneamente del eslogan

"Haz lating, es lo más natural", impreso en los contenedores, y no encontraron ninguna dificultad para explicar y comentar su significado.

Protección del Medio Ambiente (PMA) ha colaborado con la Asociación en la recogida de las latas compactadas y de su posterior entrega a empresas de reciclado de acero o aluminio (ambos materiales son totalmente reciclables) hasta la terminación del proyecto.

Según estudios del World Watch Institute of Washington, citados por PMA, recuperar un 60% de los desechos reutilizables durante un solo año, ahorra el equivalente energético de 350 millones de barriles de petróleo; y reciclar un millón de toneladas de residuos crearía 1.600 nuevos empleos.

(Viene de pág. 1)

La firma el pasado 26 de noviembre del convenio entre ECOEMBES y el Gobierno Canario, que prevé la implantación de la recogida selectiva de latas de bebidas y el resto de los envases ligeros y garantiza el reciclado de todos los envases usados recogidos, deja sin argumentos a aquéllos que, ignorando que ya hay una estructura de recuperadores de latas de bebidas en Canarias, aducían la falta de plantas de reciclado para justificar la prohibición.

La amenaza persiste para pequeños y grandes comercios, especialmente para los propietarios de locales turísticos y de ocio, como resalta el Presidente Regional de la FECAO en este mismo número de INFOLATA; también para los consumidores, compañías de bebidas y empresas de reciclado. Y persistirá mientras el controvertido artículo 35 no se suprima definitivamente.

## LATAS, MEJOR DE SEIS EN SEIS



Más cómodo, más eficiente, más claro. Las ventajas que ofrece el agrupador multipack en la distribución y comercialización de latas de bebidas son indiscutibles, pero han sido superadas con una innovación reciente: el agrupador *Hi-Cone* que

comunica. Este sistema, además de agrupar en un mismo pack seis o más latas, incorpora la posibilidad de ser etiquetado con textos informativos destinados al consumidor.

El avance, que ya se está utilizando por las principales marcas de refrescos y cervezas, potenciará la imagen y la aceptación de las latas de bebidas. Entre las grandes ventajas del sistema hay que destacar su sencillez, la alta eficacia en la producción y el

embalaje mínimo que se utiliza para facilitar la distribución de las latas agrupadas. Además, elimina las barreras que pudiesen existir entre el envase y el consumidor y, a la vez, permite transmitir toda la atracción de una lata de bebidas.

## www.latasdebebidas.org, UN WEBSITE DE APERTURA FÁCIL

La página web de la Asociación ha recibido la visita de 3.000 internautas durante los últimos doce meses, lo que representa una media de 9 visitantes diarios. Los navegantes han consultado la página web en más de 50.000 ocasiones y han visionado 47.000 archivos.

La mayor afluencia de consultas ha coincidido con los meses de octubre y noviembre debido, probablemente, a la preocupación de los ciudadanos por la aprobación de la Ley de Residuos de Canarias y su polémico artículo 35, que finalmente ha quedado en suspenso por otros seis meses. Como consecuencia, en octubre se registraron más de 6.200 conexiones, que se elevaron a 9.500 en noviembre.

Otro momento de gran afluencia de visitas se produjo durante el verano, en coincidencia con la alarma que afectó a los refrescos en Bélgica y en otros países de la Unión Europea.

La Asociación de Latas de Bebidas ha recibido por esta vía múltiples solicitudes de información de procedencia dispar. Remitentes de países como México, Venezuela, Argentina, Polonia, Alemania, Portugal o España, se muestran interesados en conocer las particularidades de estos envases. Hay una extensa lista de ejemplos: ayuntamientos que preguntan dónde pueden adquirir compactadores de latas, estudiantes que quieren datos para una tesis sobre envases metálicos, diseñadores que necesitan promocionar

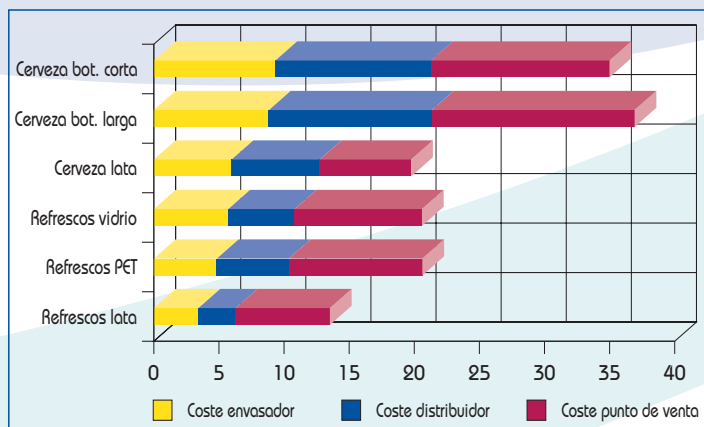


sus "botes futuristas", pequeños empresarios que precisan conocer la regulación del sector, historiadores que buscan algún lugar del mundo al que todavía no hayan llegado las latas, cosmetólogos que proyectan "enlatar" sus productos de tocador; aseguradoras que consultan cuántos paquetes de envases se pueden apilar sin que se chafen los de abajo...

## DISTRIBUIR BEBIDAS EN LATA CUESTA CASI LA MITAD QUE HACERLO EN OTROS ENVASES

Distribuir las bebidas en lata es más barato, a lo largo de la cadena completa de suministro, que hacerlo en cualquier otro envase, según ha puesto de manifiesto un reciente estudio realizado por una entidad independiente, *Profit Ability Partnership*, para *Can Makers*, la asociación inglesa de latas de bebidas.

Los costes de distribución de refrescos en formatos individuales, desde que salen de la línea de llenado hasta que llegan al consumidor final, se sitúan en torno a 13 pesetas por litro si se distribuyen en lata, cantidad sensiblemente inferior a las 20 pesetas que costaría el mismo refresco si se distribuye envasado en vidrio no rellenable o en botella de plástico.



Los datos se refieren a grandes superficies. El estudio, basado en información aportada por los principales envasadores y distribuidores,

también pone de relieve que la cerveza en botella de vidrio tiene un coste de distribución por litro próximo a 36 pesetas, tanto en botella de cuello largo como corto, frente a un coste para la misma cerveza en lata de sólo 19 pesetas.

El punto de venta representa la mayor fracción del total en ambos casos, y es más del doble para cerveza en botella de cuello largo que en lata. Para un refresco en botella de PET la diferencia frente a la lata en esta última etapa es algo superior al 40%.

## JOSÉ MARÍA BARRIENTOS, PRESIDENTE REGIONAL DE FECAO: "LA LEY DE RESIDUOS DE CANARIAS PERJUDICA EN EXCESO AL PEQUEÑO COMERCIO"

El Presidente Regional de la Federación Empresarial Canaria de Ocio y Servicios (FECAO) está convencido de que La Ley de Residuos de Canarias, y en concreto su artículo 35, perjudican gravemente a los pequeños negocios de hostelería, que en el archipiélago son mayoría. José María Barrientos advierte que si no se suprime el controvertido artículo, descenderán drásticamente las ventas de al menos 16.000 Pymes de Canarias.

**¿CUÁL SERÍA LA PRIMERA CONSECUENCIA DE LA APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 35 QUE, COMO SE SABE, PROHIBE LA VENTA DE LATAS DE BEBIDAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOSTELEROS Y DE RESTAURACIÓN DE CANARIAS?**

Creemos que si llega a entrar en vigor (el Parlamento lo ha suspendido hasta dentro de seis meses) se producirá una bajada importante en las ventas de las pequeñas y medianas empresas del archipiélago.

**¿ESO QUIERE DECIR QUE ALGUNOS ESTABLECIMIENTOS TENDRÍA QUE CERRAR?**

No. Pero lo que está claro es que la prohibición perjudicaría excesivamente, sobre todo, a los establecimientos más pequeños.

**IMAGINAMOS QUE EL SECTOR ESTÁ MÁS QUE PREOCUPADO.**

Sí. Es lógico, porque ya se ha producido un descenso en las ventas y claro, esto produce inseguridad en el sector...

**¿POR QUÉ LAS EMPRESAS AGRUPADA ES FECAO PREFEREN UTILIZAR LAS LATAS FRENTE A OTROS ENVASES?**

Porque es el tipo de envase que más demanda el cliente para llevar... entre otros artículos...



sobre todo en los establecimientos cercanos a las playas y en las zonas turísticas...

**¿QUÉ PORCENTAJE DE BEBIDA VENDEN EN LATA LOS ESTABLECIMIENTOS DE LA FEDERACIÓN?**

Estimamos que el 25 por ciento del total de las bebidas, se venden envasadas en lata.

**EL ARTÍCULO 35 DE LA LEY DE RESIDUOS TAMBIÉN PROHIBE LA PUBLICIDAD DE LAS LATAS DE BEBIDAS.**

**¿CÓMO AFECTA A FECAO ESTA PROHIBICIÓN?**

Provoca una reducción de las ventas. Está claro que se trata de una medida discriminatoria... No existe ninguna otra prohibición similar en el sector de bebidas, ni en España ni en Europa.

**¿CONFÍAN USTEDES EN LA SUSPENSIÓN DEFINITIVA DEL ARTÍCULO?**

Sí, porque la razón por la que se restringe la venta de bebidas en lata es supuestamente medioambiental, cuando la verdad es que estos envases se reciclan de una forma muy fácil. Además, la Ley incumple las Directivas de la Unión Europea en la materia y no ha respetado el periodo de audiencia durante su tramitación parlamentaria.

## LA PLANTA DE AMERICAN NATIONAL CAN IBÉRICA EN VALDEMORILLO AMPLIARÁ SU CAPACIDAD EN EL 2000

La planta de fabricación de latas de bebidas de *American National Can Ibérica* en Valdemorillo (Madrid) prevé aumentar su capacidad hasta en un 60% a lo largo del año 2000, según ha manifestado la dirección de *American National Can Group*. Con esta medida, pretende atender la fuerte demanda del mercado español y evitar importaciones.

La fábrica, que ha iniciado el proceso de expansión en el tercer cuatrimestre de 1999, espera mantener un ritmo de crecimiento "especialmente atractivo". Según Edward A. Lapekas, presidente de *American National Can*, "La expansión en España es consistente con nuestros planes de inversión y refuerza nuestra posición de líderes europeos en la región sur del continente".

Al hilo de esta buena noticia para el sector, el Presidente de *American National Can* para latas de bebidas en Europa y Asia, Michael D. Herdman, ha asegurado que el mercado "ha estado creciendo a un ritmo de dos dígitos durante los últimos años" en nuestro país. "Este crecimiento constante merece una capacidad de producción adicional en España, donde hasta ahora hemos apoyado el exceso de demanda con importaciones de otras plantas europeas", ha explicado Herdman.

Durante 1998 la producción de las 34 plantas de *American National Can* distribuidas por los cinco continentes se situó en torno a 40.000 millones de envases.