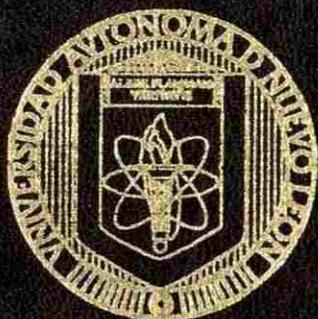


UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA
Y ADMINISTRACION
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



INVESTIGACION DEL MERCADO DE LA INDUSTRIA
REFRESQUERA EN MEXICO Y SUS FACTORES
DE EXITO

TESINA

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRIA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CON ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA

PRESENTADO POR:

Q.F.B. CESAR MEZA CAMACHO

CD. UNIVERSITARIA

AGOSTO DEL 2002

TM

Z7164

.C8

FCPYA

2002

M4



1020148191



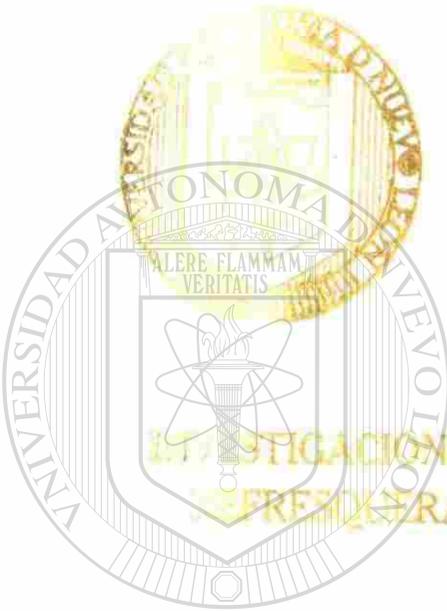
UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA
Y ADMINISTRACION
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



INVESTIGACION DEL MERCADO DE LA INDUSTRIA
REFRESQUERA EN MEXICO Y SUS FACTORES
DE EXITO

UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

TESINA

®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CON ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA

PRESENTADO POR:

Q.F.B. CESAR MEZA CAMACHO

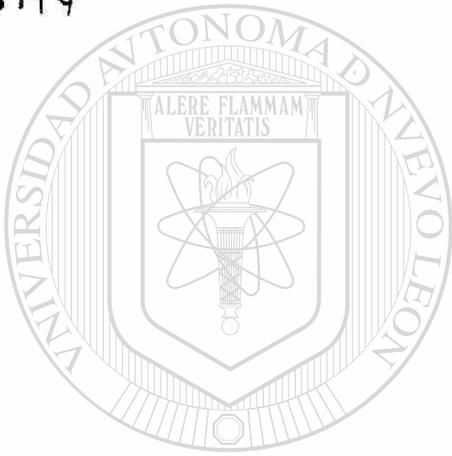
CLUB UNIVERSITARIA

AGOSTO DEL 2002



970 622

TM
276
.93
CPYA
2002
.M4



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

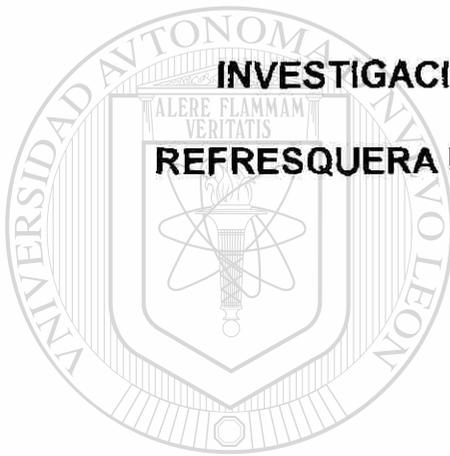


FONDO
TESIS

Universidad Autónoma de Nuevo León

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



**INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE LA INDUSTRIA
REFRESQUERA EN MÉXICO Y SUS FACTORES DE ÉXITO.**

UANL
TESINA

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS CON ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA**

PRESENTADA POR:

Q.F.B. CESAR MEZA CAMACHO

CIUDAD UNIVERSITARIA

AGOSTO DEL 2002

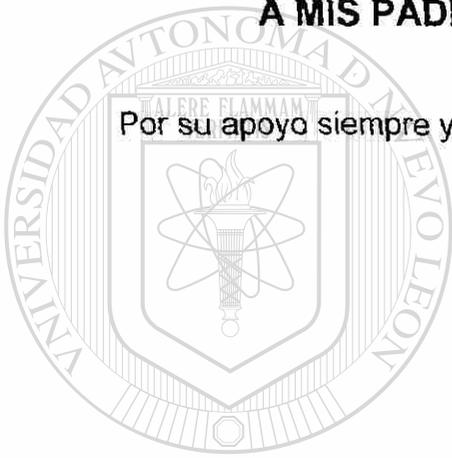
AGRADECIMIENTOS

A MI DIOS:

Por brindarme la paz necesaria para el estudio.

A MIS PADRES:

Por su apoyo siempre y en todo momento.



A MIS MAESTROS:

Por su dedicación a la enseñanza.

UANL

A MIS HERMANOS Y

FAMILIARES:

Por su interés en mi desarrollo académico.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS



A MIS COMPAÑEROS:

Por los gratos momentos que pasamos juntos, especialmente al apoyo de Jorge Leal Alanis.

DEDICATORIA

A CESAR III:

In memoriam.



A DIEGO, DAFNE, LUPITA Y WENDY:

Quienes animan mi existencia.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

A SONY & DANIEL:

Con amor y admiración.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
HIPÓTESIS	6
OBJETIVOS	6
CAPITULO 1.	
MERCADO DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA EN MÉXICO	
1.1. ANTECEDENTES	7
1.2. VENTAS	11
1.3. COMPOSICIÓN DE LAS VENTAS	12
1.4. CONSUMO PER CAPITA	14
1.5. LA DISTRIBUCIÓN	14
CAPITULO 2.	
EMPLEO Y FINANZAS DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA EN MÉXICO	
2.1. EMPLEO	16
2.2. ACTIVOS FIJOS	17
2.3. LA FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL EN LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA	18
CAPITULO 3.	
CASOS ACTUALES DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA	
3.1. FORMACIÓN DEL GRUPO ARCA	19
3.2. GRUPO CONTINENTAL	22
3.3. COCA COLA FEMSA ADQUIERE MUNDET	25
3.4. HEB Y SU MARCA PROPIA DE REFRESCOS	27
3.5. REFRESCOS COMERCIAL MEXICANA	29
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	31
BIBLIOGRAFÍA	34
ANEXOS	35

INTRODUCCIÓN

La presente tesina tiene como objetivos principales, la verificación de la hipótesis expuesta y el objetivo determinado, mediante un análisis general del mercado de la industria refresquera de México a través de la exposición de casos concretos y actuales que se han dado en esta industria.

Con la presente investigación se proporciona un marco teórico práctico para la resolución de la hipótesis y los objetivos que aporta un resultado real al campo de la mercadotecnia de la industria analizada.

El primer capítulo comprende un panorama general del crecimiento y las ventas en la industria refresquera.

En el capítulo dos se expone el impacto en el empleo y las finanzas de la industria en mención.

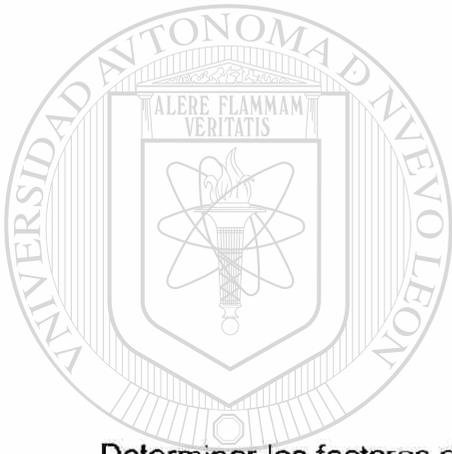
En el tercer capítulo se adentra la investigación en casos de actualidad en el mercado de la industria refresquera en México.

Por último se exponen las conclusiones y recomendaciones derivadas del presente trabajo de investigación.

Pretendiendo que esta tesina sea de interés y valor académico para quien la consulte en el futuro.

HIPÓTESIS

La industria refresquera crece año tras año sin experimentar crisis severas por los cambios económicos del país.



OBJETIVO

Determinar los factores de éxito que logran el crecimiento sostenido de la industria

refresquera en México.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

CAPITULO 1.

MERCADO DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA EN MÉXICO

1.1. ANTECEDENTES

En el contexto nacional, la industria embotelladora de refrescos y aguas carbonatadas aparece como una de las actividades de mayor importancia económica y social.

Por el valor de su producción, esta industria represento en el 2000, el 1.3% de la Producción Nacional y casi el 2% del Producto Interno Bruto Total.

En ese mismo año la producción de refrescos en México representó el 8.4% de la producción mundial.

Esta magnitud de producción y ventas, ubica a la industria embotelladora de México como la segunda en le mundo, sólo precedida de la importante industria embotelladora de los Estados Unidos. El consumo per capita se ubica también en el segundo lugar mundial, después del de los Estados Unidos.

Por las características de nuestro país el proceso de distribución se torna sumamente complejo lo que conlleva la asignación de importantes recursos humanos y materiales para atender a la gran cantidad de puntos de venta en todo

el territorio nacional.

La industria embotelladora de México es una alta generadora de empleos además de ser una importante fuente de empleos directos, por las múltiples relaciones con su cadena productiva.

Estimamos que en el 2000, más de 230,000 familias dependieron económicamente de la actividad de esta industria.

Por las características de su actividad, la industria embotelladora de refrescos y aguas carbonatadas se encuentra dentro de las actividades que se denominan de capital intensivo, es decir que requieren grandes cantidades de capital por persona ocupada. Así, en el 2000 los activos fijos de esta industria, representaron una inversión fija promedio de 160,500 pesos por persona ocupada.

Esta característica de la industria embotelladora, aunada a que, en esta actividad el consumo de capital fijo para llevar a cabo la producción es muy alto, hace que se requieran grandes cantidades de inversión para poder atender a los requerimientos de la demanda y del proceso de modernización y cambio tecnológico.

Durante el 2000, la industria embotelladora mexicana prosiguió con su dinámico proceso de inversión.

Uno de los factores que determinaron el desempeño de la industria refresquera durante el 2000 fue el contexto macroeconómico, el cual se caracterizó por la presencia de dos elementos básicos: estabilidad y recuperación.

Respecto al primero, durante ese año, la actividad económica se desarrolló en un marco de relativa estabilidad de precios, ya que con una tasa de inflación de 9.4 % que es elevada, representó una disminución importante respecto a 1999.

A su vez, la menor tasa de inflación contribuyó a mantener la estabilidad en el tipo de cambio y en los mercados financieros, con algunos periodos transitorios de volatilidad, particularmente en las tasas de interés.

Con respecto al segundo elemento, el inicio de la recuperación económica se expresó en el crecimiento de 6.9 % real registrado por el Producto Interno Bruto.

No obstante, esta cifra no debe generalizarse, ya que la recuperación no se manifestó con la misma magnitud en todos los sectores de actividad. Debido a las características de este proceso, las ramas más beneficiadas fueron las relacionadas directamente con el sector exportador, en tanto que aquellas vinculadas al mercado doméstico no experimentaron el mismo grado de reactivación.

Si desglosamos los componentes de la demanda global, observamos que el crecimiento, como se indicó, estuvo comandado principalmente por las

exportaciones, las cuales se incrementaron 18.7%, así como la inversión fija bruta que creció 17.7% en términos reales.

En contraste, el consumo tuvo un comportamiento menos dinámico, de manera que el gasto de consumo público aumentó 3.7% y el gasto de consumo privado únicamente creció 2.3%, es decir, ambos rubros prácticamente se mantuvieron en los mismos niveles.

Específicamente el consumo de bienes no duraderos, dentro de los cuales se encuentra este producto embotellado, apenas aumentó 1.0%.

Las características de la recuperación económica y el bajo nivel registrado en el consumo privado, en particular del consumo de bienes no duraderos, determinaron un muy modesto incremento de las ventas de refrescos en el 2000 con relación a 1999.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

Para el presente año, las perspectivas macroeconómicas generan un cauto optimismo en el sentido de la continuidad de la recuperación de la economía nacional, que se inició el año pasado.

Las proyecciones de la ANPRAC indican una expansión del volumen de ventas de refrescos y aguas carbonatadas del 4.5%, con base en un crecimiento real esperado del 5% en el PIB y del 3% en el Consumo Privado y la continuidad de la política de precios de la industria, en el sentido de aumentos similares a los

índices inflacionarios nacionales.

El comportamiento de la industria en estos años ha ratificado la actitud que los empresarios refresqueros han tenido siempre: están en México y trabajan por México.

La continuidad del proceso de inversión, a pesa de la contracción de las ventas en los dos últimos años, la actitud de responsabilidad social, de afectar en lo menos posible los niveles de empleos, la continuidad de los procesos de modernización y cambios tecnológicos, en beneficio de los consumidores y una visión clara, optimista y realista del futuro, ratifican el compromiso como empresarios conscientes de la importancia de su aporte al bienestar de la gran familia mexicana.

1.2. VENTAS

En el año 2000 el volumen de ventas de refrescos en México fue de 15,100 millones de litros, por lo que registró un crecimiento del 1.6%

Debe destacarse que durante el 2000, el comportamiento del precio de los refrescos en México fue similar al de la inflación, por lo que los precios relativos de estos productos no aumentaron. Lo anterior permite precisar que el bajo crecimiento de las ventas de refrescos registrado en el 2000, se debió al bajo nivel

de consumo de la población en relación al año 2000 y al año 1999.

También debe destacarse que el *precio de los refrescos en México se encuentra considerablemente más bajo que en otros países, como lo muestra la siguiente relación:*

- 32% más caro en los Estados Unidos
- 84 % más caro en Costa Rica
- 109% más caro en Brasil
- 159% más caro en Argentina
- 193% más caro en Chile
- 348% más caro en Uruguay

1.3. COMPOSICIÓN DE VENTAS

El proceso de modernización y cambios tecnológicos se inició en esta industria en 1989 y continúa provocando cambios substanciales en el perfil de la demanda de estos productos que obedecen a la adopción de nuevos patrones de consumo por parte de los consumidores y han estado impulsadas por la gran diversificación de tipos, presentaciones y tamaños que viene caracterizando a la oferta de refrescos.

La tendencia del cambio nos acerca a los patrones de consumos de los mercados más desarrollados, al crecer la participación de las presentaciones en envases no retornables, las que de una participación total del 34.3% en 1998, representaron

en el 2000 el 48.7% de las ventas. Consecuentemente, las presentaciones en envases retornables disminuyeron su participación del 64.4% al 50.1% en el mencionado período.

Dentro de las retornables destaca el crecimiento de las presentaciones de dos litros, las que aumentan de 12.4% en 1993 al 24.6% en el 2000.

En contrapartida, las presentaciones más tradicionales, que durante años fueron las que dominaron el mercado, tales como los tamaños mediano y familiar, han perdido considerable participación, al pasar de 36.7% en 1998 al 25.5% en el 2000, en el caso del mediano y de 10.7% al 1.5% en el caso del tamaño familiar.

Creo importante destacar algunos aspectos de este proceso:

- La orientación del mercado hacia las presentaciones no retornables,

obedece a un abaratamiento relativo de las mismas, lo que permite el acceso a su compra a un número creciente de consumidores, así como a

su comodidad.

- La orientación del mercado hacia los tamaños de mayor contenido evidencia la percepción del consumidor del menor precio por mililitro de líquido.
- Esto es posible debido a que la industria ha venido incorporando un

proceso de modernización y cambios tecnológicos como consecuencia de su desregulación.

1.4. CONSUMO PER CAPITA

En el 2000, el consumo de refrescos por persona en México fue de 155.0 litros por habitante, ubicándose a nivel mundial en el segundo lugar, después de Estados Unidos.

Con base en información de 1999, el consumo por habitante en México fue superior al de Canadá en un 23%, al de Chile en 55%, al de Argentina en 96%, al de Colombia en 122% y al de Brasil en 137%.

Dentro del territorio nacional, la Zona Norte registró un consumo per capita de 159.3 litros, la Zona Centro de 120.6 litros y la Zona Sur de 99.3 litros.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

1.5. LA DISTRIBUCIÓN

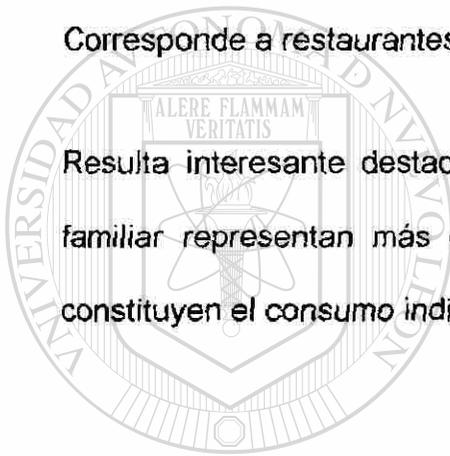
Como se verá más adelante, la mayor parte del personal ocupado y una gran parte de los activos fijos de la industria refresquera mexicana se encuentran asignados al área de distribución, lo que es consecuencia de la complejidad de esta parte del proceso productivo de refrescos en México y del gran número de

esta parte del proceso productivo de refrescos en México y del gran número de puntos de venta que se deben atender.

De los 800,000 puntos que surte la industria refresquera en todo el territorio nacional, el 67.7% corresponde a abarrotes y misceláneas que atienden mayoritariamente al consumo familiar, junto con los supermercados que sólo representan el 0.7% de los puntos de venta.

Corresponde a restaurantes, puestos semifijos, escuelas y otros, el 32.3%.

Resulta interesante destacar que los puntos de venta que cubren el consumo familiar representan más del 76% de las ventas totales, mientras el 24% lo constituyen el consumo individual.



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

CAPITULO 2.

EMPLEO Y FINANZAS DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA EN MÉXICO

2.1. EMPLEO

Durante el 2000, el número de trabajadores ocupados en la industria refresquera de México ascendió a 115,900 personas en relación de dependencia, lo que representó un crecimiento del 1.2% con relación al año 1999.

Sin embargo, el número de trabajadores de la industria durante el 2000 resulta sensiblemente menor al registrado en 1999, año en que se proporcionó empleo a 137,640 personas.

Para el 2003 se prevé que continúe la recuperación del empleo en la industria, impulsada por la recuperación de la economía nacional y de las ventas del sector.®

Del personal ocupado en la industria refresquera en el 2000, el 54% estuvo destacado a actividades de distribución, el 30% a producción, el 12% a administración y el 4% restante a otras actividades.

2.2. ACTIVOS FIJOS

En el 2000 esta industria contó con 18,602 millones de pesos en activos fijos.

De estos, el 39% correspondió a equipo de transporte, el 24% a terrenos y edificios, el 21% a maquinaria y equipo de embotellado y el 16% restante a otros activos fijos, tales como los equipos de tratamiento de aguas, anticontaminantes, equipo auxiliar para carga y descarga, equipo de oficina, etc.

La industria embotelladora de refrescos y aguas carbonatadas requiere de grandes montos de inversión en activos fijos para operar, además de presentar la característica técnica de un alto consumo de capital fijo, el cual tiene una tasa de reposición cercana al 10% anual.

Lo anterior significa que, para poder operar a una escala constante de producción, la industria necesita una tasa de inversión anual de reposición de capital fijo del 10% del valor de sus activos fijos.

Si a lo anterior se suman las necesidades de capital para atender los requerimientos de la demanda y del proceso de modernización y cambios tecnológicos, resulta que, para poder permanecer en el mercado, las empresas embotelladoras requieren de montos anuales de inversión fija sumamente elevados.

2.3. LA FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL EN LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA

En el año 2000, a pesar del escaso crecimiento de las ventas, la industria embotelladora de México realizó inversiones en activos fijos por 1,944 millones de pesos, lo que rebasó en 452 millones el compromiso asumido con las autoridades y demás sectores productivos al inicio del proceso de su desregulación.

De estas inversiones fijas, el 36% correspondió a maquinaria de embotellado, el 23% a equipo de transporte, el 10% a terrenos y construcciones y el 31% restante correspondió a otros activos fijos.

En los últimos seis años el monto de la inversión fija acumulada, en valores corrientes, ascendió a 9,712 millones de pesos, lo que supera en 2,336 millones el compromiso de inversión fija asumido en 1999.

Si los valores anuales de inversión fija realizados por la industria se consideran a pesos del año 2000, es decir en valores constantes, el monto de la inversión acumulada en los últimos seis años asciende a 16,592 millones de pesos, lo que representa el 92% del valor de los activos fijos con que contó la industria en el último año.

CAPITULO 3.

CASOS ACTUALES DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA

3.1 FORMACIÓN DEL GRUPO ARCA

La formación de ARCA es uno de los más importantes desarrollos en el sistema Coca-Cola, en cualquier lugar en el mundo. Tres embotelladoras anteriormente independientes, todas controladas por familias, decidieron que debían fusionarse debido a las fuerzas competitivas, al futuro de sus respectivos negocios y al futuro de sus familias. No hay nada digno de un estudio de caso de escuela de negocios en esos hechos, excepto que esto sucedió en el sistema Coca-Cola, en un país con dos embotelladoras anclas, una de las cuales tiene sus oficinas centrales en la misma ciudad que una de las compañías fusionadas, y ninguna de las embotelladoras ancla está involucrada en la fusión. Ni de Coca-Cola Co. ha invertido financieramente en el nuevo negocio. Ha sido formado un nuevo coloso refresquero, con la bendición de Coca-Cola, y al menos por ahora el concepto de embotelladora ancla ha pasado a un segundo plano. ARCA es esencialmente una firma privada con menos del 7% de sus acciones cotizándose públicamente. Su propósito es beneficiarse de las sinergias de la fusión, establecer y mantener una estructura de precios competitivos que permitan la coexistencia de diferentes tipos de formatos de embotellado, promover el segmento de sabores, tanto los productos de casa, como en los productos Coca-Cola (Anexo 2), invertir en enfriadoras, equipos post-mix y máquinas expendedoras. Y aprender a obtener

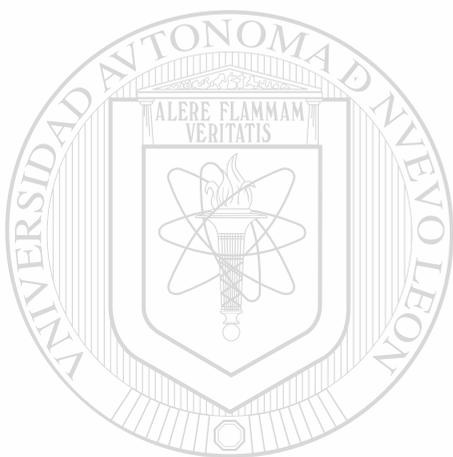
un nuevo ambiente de trabajo que incluye mayor poder de los supermercados, nuevos canales de distribución y cómo ganar dinero en el explosivo crecimiento del agua. Con casi 500 millones de cajas, con 18 plantas, 58 líneas de producción, 12 plantas tratadoras de agua y 84 centros de distribución, ARCA es una fuerza importante en el negocio de bebidas mundial. ARCA, con más de 17 mil empleados, da servicio a una población de más de 14 millones de personas, con más de 2,000 rutas y 180,000 clientes. Las tiendas de conveniencia "de la esquina" representan más del 87% de sus ventas, mientras que los supermercados representan menos del 4%.

ARCA es una compañía que en un sentido es la unión de tres grupos de compañías familiares: Argos, Carmen y Procor. Estas tres compañías son las accionistas mayoritarias.

— Argos es de la familia Fernández, Carmen que es conocida como ARMA es de la familia Arizpe y Procor es de la familia Barragán. Arizpe fue la primera en adquirir la franquicia de Coca-Cola en México en 1926 y la familia Fernández ha estado embotellando Coca-Cola desde 1936. Entre las tres controlan operaciones en Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas.

Esta nueva fusión utiliza estrategias para contrarrestar la penetración de la PEPSI-COLA tales como variar la mezcla de empaques para obtener una mayor penetración de mercado, así como aprender a trabajar de forma diferente para negociar con supermercados, tiendas de conveniencia, restaurantes de comida

rápida y otra clase de mercados los que serán más importantes en el futuro, ateniendo las necesidades de esa clase de clientes.



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

3.2 GRUPO CONTINENTAL

La empresa fue fundada en 1964 en la ciudad y Puerto de Tampico, Tamaulipas, lugar que a la fecha es sede de sus oficinas corporativas.

Grupo Continental es un conglomerado de 45 empresas integradas y orientadas al negocio de bebidas no alcohólicas. Produce y distribuye bebidas carbonatadas y no carbonatadas de marcas propiedad de COCA-COLA Co.. Con relación al volumen de ventas del producto de la compañía COCA-COLA, Grupo Continental es uno de las diez embotelladoras de COCA-COLA más grande del mundo. Grupo Continental tiene la franquicia de COCA-COLA más extensa de México, 280 mil kilómetros cuadrados equivalentes al 14% del territorio nacional. Atiende a un mercado de 11 millones de habitantes, 12% de la población mexicana, sirviendo a más de 160 mil clientes. (Anexo 4)

Su franquicia está dividida en tres zonas geográficas, norte, centro y occidente, en donde operan 16 plantas embotelladoras y 68 sucursales, que se localizan en las principales ciudades de los estados de: Durango, Coahuila, Zacatecas, Aguascalientes, San Luis Potosí y Jalisco. Sus plantas cuentan con 31 líneas de embotellado cuya capacidad de producción anual es superior a 300 millones de cajas unidad. La distribución de sus productos la realiza con más de 1400 rutas de venta, de las cuales más de un 40% operan con el sistema de pre-venta. Es el segundo mayor accionista de la planta enlatadora de productos COCA-COLA más

grande del país, que se localiza en la ciudad de Querétaro, Qro., teniendo una participación accionaria del 17%.

Además cuenta con dos de los ingenios azucareros refinadores productivos de México, ubicados en los estados de Veracruz y Oaxaca. Su volumen de venta de refrescos representa el 10% de las ventas de la industria de refrescos del país y el 15% del volumen de ventas de la Compañía COCA-COLA en México.

Las acciones del Grupo Continental se cotizan en la bolsa mexicana de valores con la clave "CONTAL". Grupo Continental tomó la iniciativa y ha tenido el privilegio como en otros muy importantes proyectos en ser el primer grupo del sistema COCA-COLA en México en el mercado de agua purificada (Ciel) y bebidas hidratantes (Powerade).

Como marca de la compañía COCA-COLA, Ciel no pretende competir contra las marcas propias de agua purificada que algunos embotelladores de COCA-COLA manejan con excelentes resultados, sin embargo es de esperarse que la compañía COCA-COLA en el futuro negocie la sustitución para lograr la consolidación de la marca Ciel en el mercado mexicano. Se empezó en Guadalajara con el tamaño grande de garrafón de 20 litros. Ahora se tienen 250 rutas más, cuando empezaron con sólo 58.

De Powerade se espera un crecimiento lento ya que sólo representa un 1% del mercado en México actualmente.

La población de México es predominantemente joven, el 50% de la población es menor de 20 años que es donde se concentra la preferencia por los refrescos de sabor, el per capita del consumo en México es uno de los más altos del mundo, apuntando para finales de este año a 600 botellas unidad por habitante y con franca tendencia de crecimiento para el futuro.

La especialización de marcas permite dar un mejor y diferenciado impulso en todo sentido a los refrescos de sabor (campañas de publicidad, imagen de marca, etc.), cada producto tiene su propia identidad y está asociado con un sabor específico.

En México el mercado de refrescos está dividido en dos grandes segmentos: Colas, que representan 68% del volumen y sabores que representan el 32% restante. En Colas básicamente hay dos marcas participantes, en tanto que sabores hay más de 50.

Actualmente el consumo a nivel nacional de refrescos y de agua purificada es casi igual, el consumo per capita es de 120 litros y el de refrescos es de 130 litros. En cuanto al futuro de los embotelladores de refrescos, son los productores de refrescos, como COCA-COLA, PEPSI y AGA, los que están tomando el liderazgo en términos de agua. Tal vez en el futuro, el agua llegue a ser más grande que los refrescos, pero no se sabe en términos de margen de utilidad. En cuanto a costos, los refrescos son más redituables que el agua.

3.3. COCA COLA FEMSA ADQUIERE MUNDET

Los refrescos Mundet son algunas de las bebidas más tradicionales vendidas en la región central de México, con 100 años siendo comercializadas para satisfacer el gusto de los mexicanos por los refrescos de frutas naturales. Desde el 2001, COCA-COLA FEMSA, la principal embotelladora de COCA-COLA Co. en México adquirió estas marcas de refrescos para ser producidas y comercializadas en el futuro.

La competencia en la industria refresquera mexicana continua siendo fuerte, notándose más con este esfuerzo de COCA-COLA FEMSA por aventajar a la reciente fusión entre el Grupo Procor, Argos y el Carmen.

Pero también han sido anunciadas recientemente malas noticias para la industria refresquera mexicana: el gobierno quiere aplicar otro impuesto especial al consumo de los refrescos, como lo hace al consumo del alcohol y de los cigarros.

Los ejecutivos de COCA-COLA FEMSA-Mundet, están listos para discutir con el gobierno mexicano lo que sea más conveniente para la industria refresquera mexicana en términos de impuestos.

Las ventas de Mundet en el 2000 llegaron a 17 millones de cajas.

Mundet tiene una participación de 4.9% del mercado.

De acuerdo a información publicada por el departamento de comercio de EE.UU. hay aproximadamente 220 embotelladores de refrescos en todo México. los embotelladores de refresco más grandes incluyen a COCA-COLA Co. y a PEPSI Co.

COCA-COLA es el usuario final mas grande en este grupo y responde por el 18.9% de la demanda total de maquinaria para procesamiento de bebidas. COCA-COLA tiene una participación de mercado de 33.2% del mercado de refrescos. Ésta tiene 35 plantas procesadoras en todo México. PEPSI Cola es el segundo más grande demandador de maquinaria para procesamiento de bebidas en México: responde por el 9.8% de la demanda total. Y PEPSI Cola tiene una participación de mercado del 18.3 % en la venta de refrescos. Ésta tiene 27 plantas procesadoras en México.

Mundet es el tercer más grande usuario final y responde por el 4.9% de la demanda total de maquinaria para procesar bebidas en el país. Ésta tiene 11 plantas procesadoras en México. Por otra parte otras embotelladoras de refresco responden por el 25.2% de la demanda total. Ellos totalizan 147 plantas procesadoras en el país.

Dentro de las marcas de refrescos independientes, Mundet ocupa uno de los lugares más importantes.

3.4 HEB Y SU MARCA PROPIA DE REFRESCOS

En el noreste de México, el mercado de refrescos carbonatados ofrece día con día una mayor variedad de opciones para el consumidor. En la mayor parte de las tiendas de conveniencia es posible ahora encontrar marcas de refrescos que anteriormente sólo eran vendidas en la ciudad de México y otras ciudades del centro del país. El consumidor de refrescos de esta región del país ahora cuenta con más opciones en el mercado. Adicionalmente, desde 1997 llegaron al noreste de México las marcas de refrescos elaboradas por las cadenas de tiendas estadounidenses HEB: los refrescos HEB y los denominados Hill Country Fare (HCF).

HEB es una cadena de tiendas estadounidense que se dedica a la venta de perecederos principalmente, además de vender electrodomésticos y mercancías

generales en las principales ciudades de los estados que conforman la región noreste del país: Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas. Esta cadena de tiendas introdujo al país los refrescos HEB y HCF cuando inició sus operaciones en Monterrey en 1997, de donde ha crecido significativamente hacia las ciudades de Saltillo, Coahuila, Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros, Tamaulipas.

Dentro de los abarrotes, los refrescos carbonatados representan uno de los segmentos más importantes en sus ventas. Vende la mayoría de las marcas comerciales de refrescos donde destaca las marcas de COCA-COLA Co. y PEPSI

Co. sin embargo, los refrescos que más venden son los que tienen las marcas HEB y HCF. En todas las tiendas ubicadas en México venden más refrescos de marca propia que de alguna otra marca. Los refrescos HEB y HCF ingresaron a México con la apertura de las tiendas en 1997 y desde entonces han tenido una gran aceptación entre los consumidores de la región.

En la frontera se tiene una proporción de 90% en lata contra 10% en PET, mientras que en Monterrey la relación es 80% en PET contra 20% en lata.

Los directivos de HEB informan que con la nueva reforma fiscal aprobada recientemente en el país, que privilegia el consumo de azúcar por parte de los embotelladores, con relación al consumo de alta fructosa, se están tomando estrategias para no impactar al consumidor en los precios de los refrescos.

Sus precios son bajos porque tienen un gran consumo de sus productos tanto en

México como en EE.UU., esto es, son compras en volúmenes exorbitantes,

además de contar con una amplia red de distribución que finalmente nos llevan a economías a escala. HEB está asociada con un embotellador en San Antonio,

Texas, quien produce exclusivamente sus refrescos.

3.5 REFRESCOS COMERCIAL MEXICANA

Una nueva manera a través de la cual las marcas de refrescos independientes pueden tener acceso al mercado mexicano, al público nacional, es la posibilidad para las grandes cadenas de tiendas comerciales de ofrecer sus propias marcas de refrescos.

CM es una marca independiente producida por un manufacturero mexicano especialmente para la cadena de tiendas Comercial Mexicana, que tiene presencia en prácticamente todo el territorio nacional.

Comercial Mexicana es una subsidiaria de Controladora Comercial Mexicana (CCM), una compañía holding que administra las tiendas comerciales Mega, Comercial Mexicana, Bodega, Sumesa y Costco, y la cadena de restaurantes California.

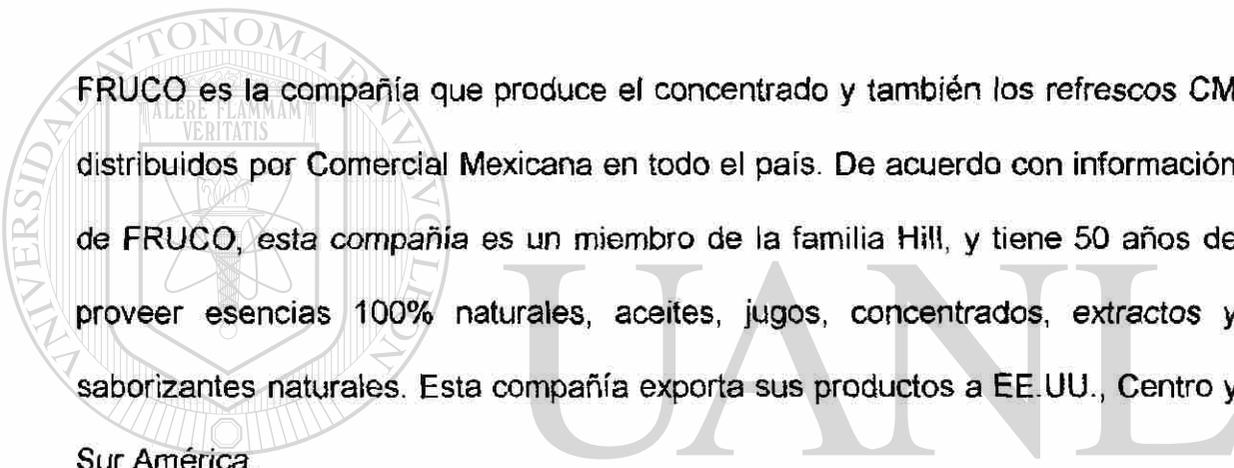
Soriana, que tiene sus oficinas centrales en Monterrey, cuenta también con su propia marca de refrescos, como en el caso de Comercial Mexicana, cuya sede se encuentra en la ciudad de México, pero una importante diferencia entre estas dos cadenas de tiendas de auto-servicio es precisamente que Soriana está comenzando a crecer hacia el sur del país (es una compañía regional), mientras que Comercial Mexicana es ya una cadena de tiendas a nivel nacional.

Comercial Mexicana introdujo los primeros meses del 2002, su agua purificada CM

en toda sus tiendas.

Actualmente, Comercial Mexicana tiene 73 tiendas a lo largo del país, donde los refrescos y el agua purificada CM son distribuidos diariamente.

Adicionalmente, CCM posee el 50% de participación en la joint venture Costco México, establecida con la cadena de tiendas Costco de EE.UU., que opera a su vez una cadena de clubes de almacenes en México.



FRUCO es la compañía que produce el concentrado y también los refrescos CM distribuidos por Comercial Mexicana en todo el país. De acuerdo con información de FRUCO, esta compañía es un miembro de la familia Hill, y tiene 50 años de proveer esencias 100% naturales, aceites, jugos, concentrados, extractos y saborizantes naturales. Esta compañía exporta sus productos a EE.UU., Centro y Sur América.

FRUCO cuenta con 4 plantas procesadoras estratégicamente ubicadas donde la mejor fruta crece en México, las áreas tropicales, tales como Mérida en el Sudeste; Veracruz, en el Golfo de México; y algunas otras ciudades localizadas en Aguascalientes y la Cd. de México.

Aunque la participación de refrescos independientes no es grande en nuestro país su crecimiento debe ser observado con atención por parte de las compañías transnacionales como COCA-COLA Co. y PEPSI Co.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al término de la presente investigación se puede concluir que la hipótesis desarrollada fue verdadera, ya que se demuestra que la industria refresquera sigue un impulso dinámico que no se ve muy afectado por las variables económicas, ya que si la economía disminuye o aumenta el consumo de refrescos sigue un patrón de desarrollo estable, siendo la misma industria capaz de adaptarse a estas variaciones micro y macroeconómicas.

La madurez de los mercados de consumo masivo en México es relativa, dada la estructura socio-demográfica prevaeciente y el carácter polar de la distribución del ingreso. En el México urbano, por no hablar del marginado medio rural, el 60% de los hogares es de nivel socioeconómico bajo y sólo el 10% puede ser considerado de nivel alto. La contribución al crecimiento de las ventas en los últimos años, tiene un claro origen en el nivel socioeconómico bajo, la evolución de compras de los hogares y las penetraciones de producto se comportan con un alto grado de correlación y ha sido la expansión de la penetración en esta gran base de más de 7.5 millones de hogares del nivel socioeconómico bajo, la que ha impulsado casi al 100% el desarrollo de las ventas entre 1999 y el 2001.

Es algo triste pero debemos reconocer que en México la forma más barata para que la gente pobre consuma agua limpia y calorías para trabajar es tomando un refresco, en otros países la gente se refresca con refrescos, pero en México

comen refrescos.

Los factores de éxito encontrados para el crecimiento de la industria refresquera son los siguientes:

- El refresco se ha convertido en un producto de consumo básico.
- Hay gran variedad de sabores y marcas para el consumidor.
- Hay gran lealtad hacia las marcas líderes.
- Formación de alianzas entre grandes compañías embotelladoras absorbiendo el mercado de las pequeñas embotelladoras.
- Diversificación de productos penetrando en nuevos segmentos del mercado, como el agua embotellada y bebidas hidratantes a fin de aumentar la participación de mercado e índice de ventas.
- Investigación y desarrollo de nuevos insumos para la elaboración de refrescos y su envase a fin de disminuir costos de producción y distribución.
- Gran inversión en campañas de mercadotecnia.
- Alianzas con tiendas de conveniencia, cines, restaurantes, supermercados, para la venta de marcas líderes.

- Guerra de precios ofreciendo alternativas al consumidor.
- Aumento en el número de consumidores de refrescos y capitación de consumidores de agua embotellada y bebidas hidratantes deportivas.
- Importante fuente de empleo en áreas de administración, producción y distribución.
- Generadora de ganancias para franquiciador y franquiciarios.

Se recomienda en general para el fortalecimiento de la industria refresquera nacional, seguir formando alianzas que creen sinergias en venta y distribución de sus productos, así como incursionar en segmentos del mercado de bebidas no alcohólicas en expansión como el negocio del agua embotellada, y las bebidas hidratantes y otros hacia donde emigren los no consumidores de bebidas carbonatadas.

A los vendedores de bebidas independientes, como HEB, Comercial Mexicana y Soriana, se recomienda una mayor difusión interna de sus productos a través de una campaña de mercadotecnia con la demostración en las tiendas del sabor y calidad de sus refrescos, además de su buen precio, a fin de lograr atraer a un mayor número de consumidores para sus marcas.

BIBLIOGRAFÍA

BENASSINI, Marcela. "Introducción a la Investigación de Mercados: Un enfoque para América Latina" 1ª. Edición, Editorial Pearson Educación. México, 2001. 256 pp.

DIRECTORIO DE LA INDUSTRIA MEXICANA DE BEBIDAS. Alpha Editores Técnicos. México, D.F., 2000.

KEEGAN, GREEN, Warren J., Marck C. "Fundamentos de Mercadotecnia Internacional" 1ª Edición, Editorial Pearson Educación. México, 2001. 550 pp.

KINNEAR, TAYLOR, Thomas C., James R. "Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado" 5ª. Edición, Editorial Mc Graw Hill. Colombia, 2000. 859 pp.

ANPRAC. "La industria de refrescos y aguas carbonatadas en 1999-2000". Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas, A.C.

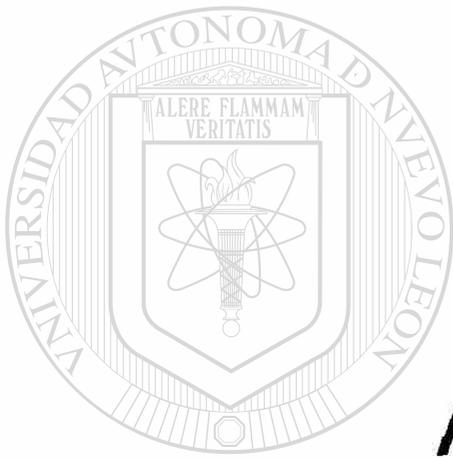
REVISTA EXPANSIÓN 500. No. 820. Ed. Expansión. México, D.F. Julio del 2001.

REVISTA BEBIDAS. Global Beverage Publishers, Inc. Hong Kong, 2002. Vol. 105 No. 6, Vol. 120 No. 1 y 2.

www.invdes.com.mx

www.pignc-ispj.com

www.dgi.unam.mx



UNANL

ANEXOS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

DIRECTORIO DE LA INDUSTRIA MEXICANA EMBOTELLADORA

EMBOTELLADORA	CIUDAD
A. N. DE PRODUCTORES DE REFRESCOS Y AGUAS CARBONATADAS, A.C.	MEXICO, D.F.
ABASTECEDORA DE REFRESCOS, S.A.	CHIHUAHUA, CHIH.
AGA DE TAMPICO, S.A. DE C.V.	TAMPICO, TAMS.
AGA DEL VALLE DE MEXICO, S.A. DE C.V.	TOLUCA, EDO. MEX.
AGUA ELECTROLIZADA PUREZA, S.A.	MEXICO, D.F.
AGUA PURIFICADA CRISTAL	SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS, CHIS.
AGUA PURIFICADA MONARCA	ZITACUARO, MICH.
AGUA PURIFICADA DE SAN LORENZO, S.A. DE C.V.	CHILMALHUACAN, EDO. MEX.
AGUAS GASEOSAS, S.A.	TIJUANA, B.C.N.
ALIMENTOS FINDUS, S.A. DE C.V.	LAGOS DE MORENO, JAL.
ANGLO SWIS VINTAGER, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
ARGEMEX, S.A.	NAUCALPAN, EDO. MEX.
ARSA PURIFICADORA DE AGUA, S.A. DE C.V.	CHICOLOAPAN, EDO. MEX.
BAR-SNACK	CD. VALLES, S.L.P.
BEBIDAS AZTECA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V.	JACONA, MICH.
BEBIDAS AZTECA DEL GOLFO, S.A. DE C.V.	COATEPEC, VER.
BEBIDAS GASEOSAS DE GUASAVE, S.A. DE C.V.	GUASAVE, SIN.
BEBIDAS MUNDIALES, S.A.	MONTERREY, N.L.
BEBIDAS PURIFICADAS DE ACAPULCO, S.A. DE C.V.	ACAPULCO, GRO.
BEBIDAS PURIFICADAS DE COLIMA	COLIMA, COL.
BEBIDAS PURIFICADAS DE DURANGO, S.A. DE C.V.	DURANGO, DGO.
BEBIDAS PURIFICADAS DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V.	MORELIA, MICH.
BEBIDAS PURIFICADAS DE NAYARIT, S.A. DE C.V.	TEPIC, NAY.
BEBIDAS PURIFICADAS DE ZACATECAS, S.A.	CALERA DE V.R. ZAC.
BEBIDAS PURIFICADAS DEL CENTRO, S.A. DE C.V.	CELAYA, GTO.
BEBIDAS PURIFICADAS DEL CUPATITZIO, S.A. DE C.V.	URUAPAN, MICH.
BEBIDAS PURIFICADAS DEL ISTMO, S.A. DE C.V.	CD. IXTEPEC, OAX.
BEBIDAS PURIFICADAS DEL SUR, S.A. DE C.V.	COLIMA, COL.
BEBIDAS PURIFICADAS, S.A. DE C.V.	MAZATLÁN, SIN.
BEBIDAS PURIFICADAS, S.A. DE C.V.	CD. OBREGÓN, SON.
BEBIDAS PURIFICADAS, S.A. DE C.V.	CULIACÁN, SIN.
BEBIDAS PURIFICADAS, S.A. DE C.V.	HERMOSILLO, SON.
BEBIDAS PURIFICADAS, S.A. DE C.V.	LOS MOCHIS, SIN.
BEBIDAS TOLUQUEÑAS DE CALIDAD, S.A. DE C.V.	TOLUCA, EDO. MEX.
CADbury BEBIDAS, S.A. DE C.V.	MEXICO, D.F.
CANADA DRY BOTT, S.A. DE C.V.	TIJUANA, B.C.N.
CASA GUAJARDO, S.A.	MONTERREY, N.L.
CIA. EMBOTELLADORA DE SABINAS, S.A. DE C.V.	SABINAS, COAH.
COCA-COLA EXPORT CORPORATION	MEXICO, D.F.
COCA-COLA EXPORT (SUC. MEXICO)	MEXICO, D.F.
COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V.	MEXICO, D.F.
COLD DRINKS, S.A. DE C.V.	MONTERREY, N.L.
COMERCIALIZADORA DEL DIEZ, S.A. DE C.V.	LA PIEDAD, MICH.
COMPAÑIA EMBOTELLADORA COSTERA, S.A. DE C.V.	PUERTO ESCONDIDO, OAX.
COMPAÑIA EMBOTELLADORA DE BAJA CALIFORNIA, S.A. DE C.V.	LA PAZ, B.C.S.

EMBOTELLADORA	CIUDAD
COMPANIA EMBOTELLADORA DE CHIHUAHUA, S.A.	CHIHUAHUA, CHIH.
COMPANIA EMBOTELLADORA DE CULIACÁN, S.A.	CULIACÁN, SIN.
COMPANIA EMBOTELLADORA DE PEROTE, S.A. DE C.V.	PEROTE, VER.
COMPANIA EMBOTELLADORA DE SINALOA, S.A.	LOS MOCHIS, SIN.
COMPANIA EMBOTELLADORA DEL PACIFICO, S.A. DE C.V.	MAZATLÁN, SIN.
COMPANIA EMBOTELLADORA DEL SURESTE, S.A.	MÉRIDA, YUC.
COMPANIA EMBOTELLADORA DEL SURESTE, S.A. DE C.V.	VILLAHERMOSA, TAB.
COMPANIA EMBOTELLADORA HERDOMO, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
COMPANIA EMBOTELLADORA METROPOLITANA, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
COMPANIA EMBOTELLADORA NACIONAL, S.A.	MATEHUALA, S.L.P.
COMPANIA EMBOTELLADORA NUEVA OBREGÓN, S.A. DE C.V.	OBREGÓN SON.
COMPANIA EMBOTELLADORA DE AGUAS MINERALES, S.A. DE C.V.	TECATE, B.C.N.
CONSORCIO AGA	QUERÉTARO, QRO.
COOPERATIVA TRABAJADORES DE PASCUAL	SAN JUAN DEL RÍO, QRO.
CORPORACIÓN MEXICANA DEL MANTE, S.A. DE C.V.	CD. MANTE, TAMS.
CORPORACIÓN MEXICANA DEL MANTE, S.A. DE C.V.	CD. VICTORIA, TAMS.
DELAWARE PUNCH DE TOLUCA, S.A.	TOLUCA, EDO. MEX.
DELAWARE PUNCH Y GRAN MISTER, S.A.	MÉXICO, D.F.
DERIVADOS DE FRUTAS DE OCCIDENTE, S.A.	GUADALAJARA, JAL.
DERIVADOS DE FRUTAS SAN LUIS POTOSÍ, S.A. DE C.V.	SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
DERIVADOS DE FRUTAS, S.A.	MÉXICO, D.F.
DETERSOL, S.A. DE C.V.	SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
DISTRIBUIDORA ACATITLA, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
DISTRIBUIDORA ANAHUAC, S.A.	MÉXICO, D.F.
DISTRIBUIDORA NACIONAL MUNDET, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
DISTRIBUIDORA PERIFÉRICA, S.A.	NAUCALPAN, EDO. MEX.
DISTRIBUIDORA PEÑAFIEL, S.A.	MÉXICO, D.F.
EL CORTIJO	TLACOLULA, OAX.
EL JUNCO	TLATLAUQUITEPEC, PUE.
EL MANANTIAL, S.A.	ROSARIO, SIN.
EMBOTELLADORA AGA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
EMBOTELLADORA AGA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	IXTAPALUCA, EDO. MEX.
EMBOTELLADORA AGA DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V.	JACONA, MICH.
EMBOTELLADORA AGA DE NAYARIT, S.A. DE C.V.	TEPIC, NAY.
EMBOTELLADORA AGA DE SAN LUIS, S.A. DE C.V.	SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
EMBOTELLADORA AGA DEL BAJÍO, S.A.	LEÓN, GTO.
EMBOTELLADORA AGA DEL CENTRO, S.A. DE C.V.	QUERÉTARO, QRO.
EMBOTELLADORA AGA, S.A.	GUADALAJARA, JAL.
EMBOTELLADORA AGA, S.A. DE C.V.	GUADALAJARA, JAL.
EMBOTELLADORA AGA REGIOMONTANA, S.A. DE C.V.	MONTERREY, N.L.
EMBOTELLADORA AGRAL DE LA LAGUNA, S.A.	GÓMEZ PALACIO, DGO.
EMBOTELLADORA AGUASCALIENTES, S.A.	AGUASCALIENTES, AGS.
EMBOTELLADORA AMECA, S.A.	AMECA, JAL.
EMBOTELLADORA AMÉRICA, S.A. DE C.V.	SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
EMBOTELLADORA ARCOIRIS DE PUEBLA, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
EMBOTELLADORA ARCOIRIS, S.A.	GUADALAJARA, JAL.
EMBOTELLADORA BACALMEX DE SAN LUIS RÍO COLORADO, S.A. DE C.V.	S.L. RÍO COLORADO, SON.
EMBOTELLADORA BALSECA, S.A. DE C.V.	TEHUACÁN, PUE.
EMBOTELLADORA CACTUS	MÉXICO, D.F.

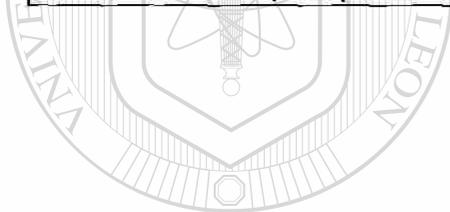
EMBOTELLADORA	CIUDAD
EMBOTELLADORA CAMPECHANA, S.A. DE C.V.	CAMPECHE, CAMP.
EMBOTELLADORA CATEMACO	CATEMACO, VER.
EMBOTELLADORA CENTRAL CHIAPANECA, S.A. DE C.V.	TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIS.
EMBOTELLADORA DE AGUA PURIFICADA CRISTAL	COATZACUALCOS, VER.
EMBOTELLADORA DE AGUA PURIFICADA MANANTIAL	MAZATLÁN, SIN.
EMBOTELLADORA DE ALTAMIRANO, S.A.	ALTAMIRANO, GRO.
EMBOTELLADORA DE APATZINGÁN, S.A. DE C.V.	APATIZINGÁN, MICH.
EMBOTELLADORA DE CELAYA, S.A. DE C.V.	CELAYA, GTO.
EMBOTELLADORA DE CHETUMAL, S.A. DE C.V.	CHETUMAL, Q. ROO
EMBOTELLADORA DE CHIHUAHUA, S.A.	CHIHUAHUA, CHIH.
EMBOTELLADORA DE CD. VICTORIA, S.A. DE C.V.	CD VICTORIA, TAMS.
EMBOTELLADORA DE COAHUILA, S.A.	TORREÓN, COAH.
EMBOTELLADORA DE COCA-COLA	DOLORES HIDALGO, GTO.
EMBOTELLADORA DE COLIMA, S.A.	COLIMA, COL.
EMBOTELLADORA DE CUAUTLA, S.A.	CUAUTLA, MOR.
EMBOTELLADORA DE CUERNAVACA, S.A.	CUERNAVACA, MOR.
EMBOTELLADORA DE IRAPUATO, S.A. DE C.V.	IRAPUATO, GTO.
EMBOTELLADORA DE LA FRONTERA, S.A.	JUÁREZ, CHIH.
EMBOTELLADORA DE LA HUASTECA, S.A.	TUXPAN, VER.
EMBOTELLADORA DE MEXICALI, S.A. DE C.V.	MEXICALI, B.C.N.
EMBOTELLADORA DE MINATITLÁN, S.A. DE C.V.	MINATITLÁN, VER.
EMBOTELLADORA DE MONCLOVA, S.A. DE C.V.	MONCLOVA, COAH.
EMBOTELLADORA DE MORELIA, S.A.	MORELIA, MICH.
EMBOTELLADORA DE NAYAR, S.A. DE C.V.	TEPIC, NAY.
EMBOTELLADORA DE OCCIDENTE, S.A.	GUADALAJARA, JAL.
EMBOTELLADORA DE ORIENTE, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
EMBOTELLADORA DE PIEDRAS NEGRAS, S.A. DE C.V.	PIEDRAS NEGRAS, COAH.
EMBOTELLADORA DE PUEBLA, S.A.	PUEBLA, PUE.
EMBOTELLADORA DE REFRESCOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	CUAUTITLÁN IZCALLI, EDO. MEX
EMBOTELLADORA DE REYNOSA, S.A.	REYNOSA, TAMS.
EMBOTELLADORA DE SAN JUAN, S.A. E C.V.	SAN JUAN DEL RÍO QRO.
EMBOTELLADORA DE SIDRA PINO, S.A.	MÉRIDA, YUC.
EMBOTELLADORA DE SOCONUSCO, S.A. DE C.V.	TAPACHULA, CHIS.
EMBOTELLADORA DE TAMPICO, S.A. DE C.V.	TAMPICO, TAMPS.
EMBOTELLADORA DE TECOMÁN, S.A. DE C.V.	TECOMÁN, COL.
EMBOTELLADORA DE TLAXCALA, S.A. DE C.V.	IXTACUIXTLA, TLAX.
EMBOTELLADORA DE TULA, S.A. DE C.V.	TEPEJI DEL RÍO, HGO.
EMBOTELLADORA DE XALAPA, S.A. DE C.V.	JALAPA, VER.
EMBOTELLADORA DE ZAMORA, S.A. DE C.V.	JACONA, MICH.
EMBOTELLADORA DEL CARIBE, S.A. DE C.V.	CANCÚN, Q. ROO
EMBOTELLADORA DEL CARMEN, S.A. DE C.V.	SALTILLO, COAH.
EMBOTELLADORA DEL ISTMO, S.A. DE C.V.	MINATITLÁN, VER.
EMBOTELLADORA DEL ISTMO, S.A. DE C.V.	VILLAHERMOSA, TAB.
EMBOTELLADORA DEL NAZAS, S.A.	TORREÓN, COAH.
EMBOTELLADORA DEL SUR, S.A.	MINATITLÁN, VER.
EMBOTELLADORA DURANGUENSE, S.A.	DURANGO, DGO.
EMBOTELLADORA EL CASTILLO DE PEROTE, S.A.	PEROTE, VER.
EMBOTELLADORA EL JAROCHO, S.A.	CÓRDOBA, VER.
EMBOTELLADORA EL PUEBLITO, S.A. DE C.V.	CÓRDOVA, VER.
EMBOTELLADORA EL SOL, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
EMBOTELLADORA FAVORITA, S.A.	ZAPOPAN, JAL.
EMBOTELLADORA FERSAN, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
EMBOTELLADORA FRESNILLO, S.A.	FRESNILLO, ZAC.
EMBOTELLADORA GARCÍ CRESPO, S.A. DE C.V.	TEHUACÁN, PUE.
EMBOTELLADORA GÓMEZ PALACIO, S.A.	GÓMEZ PALACIO, DGO.

EMBOTELLADORA	CIUDAD
EMBOTELLADORA GUADIANA, S.A.	DURANGO, DGO.
EMBOTELLADORA INTERNACIONAL, S.A.	NUEVO LAREDO, TAMPS.
EMBOTELLADORA IZCALLI, S.A.	MÉXICO, D.F.
EMBOTELLADORA JARRITOS DE MICHOACAN, S.A. DE C.V.	MORELIA, MICH.
EMBOTELLADORA LA BUFA, S.A.	CIENEGUILLAS, ZAC.
EMBOTELLADORA LA FAVORITA, S.A.	GUADALAJARA, JAL.
EMBOTELLADORA LA ISLETA, S.A. DE C.V.	TAMPICO, TAMPS.
EMBOTELLADORA LA ISLETA, S.A. DE C.V.	TUXPAN, VER.
EMBOTELLADORA LA ISLETA, S.A. DE C.V.	ALTAMIRA, TAMPS.
EMBOTELLADORA LA MINERA, S.A.	PACHUCA, HGO.
EMBOTELLADORA LA PAZ, S.A. DE C.V.	PACHUCA, HGO.
EMBOTELLADORA LA VICTORIA, S.A.	TIJUANA, B.C.N.
EMBOTELLADORA LA VICTORIA, S.A.	QUERÉTARO, QRO.
EMBOTELLADORA LAGUNERA, S.A.	TORREÓN, COAH.
EMBOTELLADORA LAS MARGARITAS	PACHUCA, HGO.
EMBOTELLADORA LAS TROJES, S.A. DE C.V.	PACHUCA, HGO.
EMBOTELLADORA LAS TROJES, S.A. DE C.V.	AGUASCALIENTES, AGS.
EMBOTELLADORA LOS ALTOS, S.A.	TEPATITLAN, JAL.
EMBOTELLADORA MADERO, S.A.	TAMPICO, TAMPS.
EMBOTELLADORA MANTE, S.A. DE C.V.	CD. MANTE, TAMPS.
EMBOTELLADORA METROPOLITANA	MÉXICO, D.F.
EMBOTELLADORA METROPOLITANA, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
EMBOTELLADORA MEXICANA DE TAMPICO, S. DE R.L. DE C.V.	TUXPAN, VER.
EMBOTELLADORA MEXICANA, S.A. DE C.V.	MEXICO, D.F.
EMBOTELLADORA MIZARLO, S.A. DE C.V.	CD. JUÁREZ, CHIH.
EMBOTELLADORA MODERNA DE TABACO, S.A.	VILLAHERMOSA, TAB.
EMBOTELLADORA MONROY	ALAMO, VER.
EMBOTELLADORA MUNDET, S.A. DE C.V.	MEXICO, D.F.
EMBOTELLADORA OK DE CORDOBA, S.A. DE C.V.	CORDOBA, VER.
EMBOTELLADORA ORANGE CRUSH DE TAMAULIPAS, S.A. DE C.V.	TAMPICO, TAMPS.
EMBOTELLADORA ORANGE CRUSH, S.A.	MÉXICO, D.F.
EMBOTELLADORA PALMIRA, S.A. DE C.V.	TEMIXCO, MOR.
EMBOTELLADORA PENINSULAR, S.A.	MÉRIDA, YUC.
EMBOTELLADORA PEPSI-COLA	LA PAZ, B.C.S.
EMBOTELLADORA PITIC, S.A. DE C.V.	HERMOSILLO, SON.
EMBOTELLADORA POTOSÍ, S.A. DE C.V.	SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
EMBOTELLADORA POZA RICA, S.A.	POZA RICA, VER.
EMBOTELLADORA PURÍSIMA	CD. SERDAN, PUE.
EMBOTELLADORA RÍO VERDE, S.A.	RÍO VERDE, S.L.P.
EMBOTELLADORA SAN LUIS, S.A.	SN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
EMBOTELLADORA SAN MARCOS, S.A. DE C.V.	AGUASCALIENTES, AGS.
EMBOTELLADORA SANTA CATARINA, S.A. DE C.V.	CD. FERNÁNDEZ, S.L.P.
EMBOTELLADORA SANTIAGO, S.A.	SANTIAGO TULANTEPEC
EMBOTELLADORA SIN RIVAL, S.A. DE C.V.	TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIS.
EMBOTELLADORA SIN RIVAL, S.A. DE C.V.	S.C. DE LAS CASAS, CHIS.
EMBOTELLADORA SOTO DE CHIHUAHUA, S.A. DE C.V.	CHIHUAHUA, CHIH.
EMBOTELLADORA Y COMERCIALIZADORA ORIAZOR	NETZAHUALCOYOTL, EDO. MEX.
EMBOTELLADORA Y DISTRIBUIDORA, S.A.	GUADALAJARA, JAL.
EMBOTELLADORA ZACATECAS, S.A. DE C.V.	FRESNILLO DE G.E., ZAC.
EMBOTELLADORA ZAPOPAN, S.A.	ZAPOPAN, JAL.
EMBOTELLADORA, S.A. DE C.V.	JALAPA, VER.
EMBOTELLADORA, S.A. DE C.V.	COATEPEC, VER.
EMBOTELLADOS E TULA, S.A. DE C.V.	TEPEJI DEL RÍO, HGO.
EMBOTELLADOS PASTEURIZADOS, S.A.	M.F. ALTAMIRANO, VER.

EMBOTELLADORA	CIUDAD
EMBOTELLADOS Y DISTRIBUIDORES BORSA, S.A. DE C.V.	TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIS.
EMPACADORA COATEPEC, S.A. DE C.V.	COATEPEC, VER.
EMPACADORA DE FRUTAS Y JUGOS, S.A.	XALOSTOC, EDO. MEX.
EMPACADORA Y ENVASADORA DE VIVERES Y ALIMENTOS, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
EMSA DE PUEBLA, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
EMSA DE TLANEPANTLA, S.A. DE C.V.	CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. MEX
ENVASADORA DE FRUTAS, S.A. DE C.V.	AGUASCALIENTES, AGS.
ENVASADORA DEL CENTRO, S.A.	CUERNAVACA, MOR.
ENVASADORA GUGAR, S.A. DE C.V.	TLAL. DE CABRERA, OAX.
ESPECIALIDADES NUTRITIVAS, S.A. DE C.V.	QUERÉTARO, QRO.
FABRICAS EL CARMEN, S.A.	SALTILLO, COAH.
FIGGIE INTERNACIONAL	ZAPOPAN, JAL.
GAMMA DISTRIBUIDORES, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
GAMMA EMPRESARIAL, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
GASEOSAS, S.A. DE C.V.	MEXICALI, B.C.N.
GÉMEX, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
GOLDEN HARVEST, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
GRUPO AZTECA	MÉXICO, D.F.
GRUPO CARBA	MÉXICO, D.F.
GRUPO CORPORATIVO "PONCE"	MÉRIDA, YUC.
GRUPO DOSO, S.A. DE C.V.	XALAPA, VER.
GRUPO EMBOTELLADOR NORESTE	APODACA, N.L.
GRUPO INDUSTRIAL "BRET"	PUEBLA, PUE.
GRUPO TAMPICO	TAMPICO, TAM.
GRUPOS INDUSTRIALES DE AGUAS PURIFICADAS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
HEGASA	LA PIEDAD, MICH.
HERPAR, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
HIELO Y GASEOSAS DEL NORTE, S.A.	MONCLOVA, COAH.
HORCHACREMA	CAMPECHE, CAMP.
HORCHATA CHICHEN ITZA	MÉRIDA, YUC.
HORCHATA DEL TROPICO	CAMPECHE, CAMP.
HORCHATA DELICIOSA	MÉRIDA, YUC.
HORCHATA DEL TROPICO	CAMPECHE, CAMP.
HORCHATA DELICIOSA	MÉRIDA, YUC.
HORCHATA SANTA CECILIA	MÉRIDA, YUC.
HORCHATA SANTA CECILIA	MÉRIDA, YUC.
HORCHATERIA ROSADO	MÉRIDA, YUC.
HOCHATINOL	MÉRIDA, YUC.
IMPULSORA COMERCIAL EL CAMINO, S.A.	PARRAL, CHIH.
IMPULSORA DE BEBIDAS CARSA, S.A. DE C.V.	TOLUCA, EDO. MEX.
INDEX DE MÉXICO	MÉXICO, D.F.
INDUSTRIA DE REFRESCOS, S.A. E C.V.	TEJALPA, MOR.
INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE CAMPECHE, S.A.	CAMPECHE, CAMP.
INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE JALISCO, S.A.	GUADALAJARA, JAL.
INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE MÉXICO	MÉXICO, D.F.
INDUSTRIA EMBOTELLADORA EL VALLE, S.A. DE C.V.	LOS REYES LA PAZ, EDO. MEX
INDUSTRIALIZADORA MAYA, S.A. DE C.V.	COMITAN, CHIS.
INDUSTRIAS ALIMENTICIAS CLUB, S.A. DE C.V.	TLAXCALA, TLAX.
INDUSTRIAS ARUN, S.A. DE C.V.	NOGALES, SON.
INDUSTRIAS BACA VELÁZQUEZ, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
IRCASA, S.A. DE C.V.	ACAMBARO, GTO.
JUGOS DE FRUTAS MUNDET, S.A.	MÉXICO, D.F.
JUGOS DE FRUTAS MUNDET, S.A.	GÓMEZ PALACIO, DGO.
JUGOS DEL VALLE, S.A. DE C.V.	TEPOTZOTLAN, EDO. MEX.

EMBOTELLADORA	CIUDAD
JUGOS NATURALES S.A. DE C.V.	LOS REYES LA PAZ, EDO MEX.
LA FORTALEZA	TAMPICO, TAMPS.
LA PASITA, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
LA SEVILLANA,	TAMPICO, TAMPS.
LA VICTORIA, S.A. DE C.V.	TIJUANA, B.C.N.
LAS DELICIAS	TAMPICO, TAMPS.
LUFANA, S.A. DE C.V.	GUADALAJARA, JAL.
MANANTIALES DE SAN LORENZO, S.A.	TEHUACAN, PUE.
MANANTIALES LA ASUNCION, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
MANANTIALES PENAFIEL, S.A. DE C.V.	TEHUACAN, PUE.
MANANTIALES SAN BENEDETTO, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
MANUEL VILLADARES H. E HIJOS, S.A. DE C.V. TROPIC	CD. DEL CARMEN, CAMP.
MAQUILADORA DE REFRESCOS Y AGUAS EMBOTELLADAS, S.A. DE C.V.	SAN AGUSTÍN DE LAS JUNTAS, OAX.
MISSION HILLS PROPIEDADES DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	GUANAJUATO, GTO.
MISTE Q. DE CELAYA, S.A. DE C.V.	GUANAJUATO, GTO.
ORANGE CRUSH DEL BAJÍO, S.A.	IRAPUATO, GTO.
ORANGE CRUSH DE VERACRUZ, S.A.	VERACRUZ, VER.
PAVISA	NAUCALPAN, EDO. MEX.
PEPSICO DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
PEÑA AZUL, S. DE R.L.	TIJUANA, B.C.N.
PLANTA DE AGUA LA SIERRA	TIJUANA, B.C.N.
PRODUCTOS ALIMENTICIOS DELICIAS, S.A. DE C.V.	CD. DELICIAS, CHIH.
PRODUCTOS BALSECA, S.A.	TEHUACAN, PUE.
PRODUCTOS DE MANZANA, S.A.	CHIHUAHUA, CHIH.
PRODUCTOS NALL	CAMPECHE, CAMP.
PURIFICADORA AGUA SANA, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
PURIFICADORA GLACIAR, S.A. DE C.V.	TLALNEPANTLA, EDO. MEX.
QUERETA PLUS JURICA	QUERÉTARO, QRO.
QUÍMICA BALSECA, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
REFRE-MEX, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
REFRESCO SIN GAS "TORTUGUIN"	MÉRIDA, YUC.
REFRESCOS CARAT, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
REFRESCOS DE CALIDAD DEL NOROESTE, S.A. DE C.V.	TIJUANA, B.C.N.
REFRESCOS DE DURANGO, S.A.	DURANGO, DGO.
REFRESCOS DE IGUALA, S.A. DE C.V.	IGUALA, GRO.
REFRESCOS DE MATEHUALA, S.A. DE C.V.	MATEHUALA, S.L.P.
REFRESCOS DE OAXACA, S.A. DE C.V.	JUCHITAN, OAX.
REFRESCOS DE PUEBLA, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
REFRESCOS DE TIJUANA, S.A.	TIJUANA, B.C.N.
REFRESCOS DEL BAJÍO, S.A. DE C.V.	LEÓN, GTO.
REFRESCOS DEL CENTRO, S.A. DE C.V.	LEÓN, GTO.
REFRESCOS DEL NOTRE, S.A.	AGUASCALIENTES, AGS.
REFRESCOS DEL VALLE DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
REFRESCOS JAROCHITO DE ORIZABA, S.A. DE C.V.	ORIZABA, VER.
REFRESCOS NATURALES DE PUEBLA, S.A. DE C.V.	PUEBLA, PUE.
REFRESCOS NÉCTAR, S.A.	S.C. DE LAS CASAS, CHIS.
REFRESCOS O'KEY DE VERACRUZ, S.A.	VERACRUZ, VER.
REFRESCOS PASTEURIZADOS DE JALAPA, S.A. DE C.V.	XALAPA, VER.
REFRESCOS PASTEURIZADOS DE ORIZABA, S.A. DE C.V.	ORIZABA, VER.
REFRESCOS PURIFICADOS DE IRAPUATO, S.A. DE C.V.	IRAPUATO, GTO.
REFRESCOS PURIFICADOS DE MAGDALENA, S.A.	MAGDALENA KIR, SON.
REFRESCOS SKY, S.A.	CD. JUÁREZ, CHIH.

EMBOTELLADORA	CIUDAD
REFRESCOS UNION, S.A.	MEOQUI, CHIH.
REFRESCOS VERACRUZANOS, S.A. DE C.V.	VERACRUZ, VER.
REFRESCOS VICTORIA DEL CENTRO, S.A. DE C.V.	QUERÉTARO, QRO.
REFRESCOS Y AGUAS MINERALES, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
REFRESCOS Y BEBIDAS DE AGUASCALIENTES, S.A. DE C.V.	AGUASCALIENTES, AGS.
REFRESQUERA DE YUCATÁN, S.A. DE C.V.	MÉRIDA, YUC.
REFRESQUERA DEL CARIBE, S.A. DE C.V.	CANCUN, Q. ROO
SAP MANTO PROFUNDO, S.A. DE C.V.	ZACOALCO DE TORRES, JAL.
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS SUMA, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
SERVICIOS CORPORATIVOS MUNDET, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
SERVICIOS DEL CENTRO, S.A. DE C.V.	QUERÉTARO, QRO.
SIAW DELLY, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
SOCIEDAD COOPERATIVA DE TRABAJADORES PASCUAL, S.C.L.	SAN JUAN DEL RÍO, QRO.
SOCIEDAD COOPERATIVA DE TRABAJADORES PASCUAL, S.C.L.	MÉXICO, D.F.
SOCAS DE CALIDAD, S.A. DE C.V.	CHIHUAHUA, CHH.
SURESTE INVERSIONES DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	PRADOS AGUA AZUL, PUE.
TRICOBITE, S.A. DE C.V.	RÍO BRAVO, TAMS.
TROPICANA DE GUAYMAS	GUAYMAS, SON
VIFEMEX, S.A. DE C.V.	MÉXICO, D.F.
YOLI DE ACAPULCO, S.A.	ACAPULCO, GRO.
YOLI DE ACAPULCO, S.A. (SUC. CAYACO)	ACAPULCO, GRO.
YOLI DE ACAPULCO, S.A. (SUC. IGUALA)	ACAPULCO, GRO.



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

EMBOTELLADORAS ARCA	
MARCAS PRINCIPALES	
PROPIEDAD DE:	BAJO LICENCIA DE
Tipp	Club Soda
Topo Chico	Canada Dry
Joya	Sangria Señorial
Joy Light	Elite
Frutier	Root Beer
Mauí	Squirt
Proteus	Squirt Light
Kris	Lourdes
Sierra Azul	
Bimbo	
Don Diego	
Esquimo	
Pura Sol	
Fresky	

FUENTE: Grupo Arca

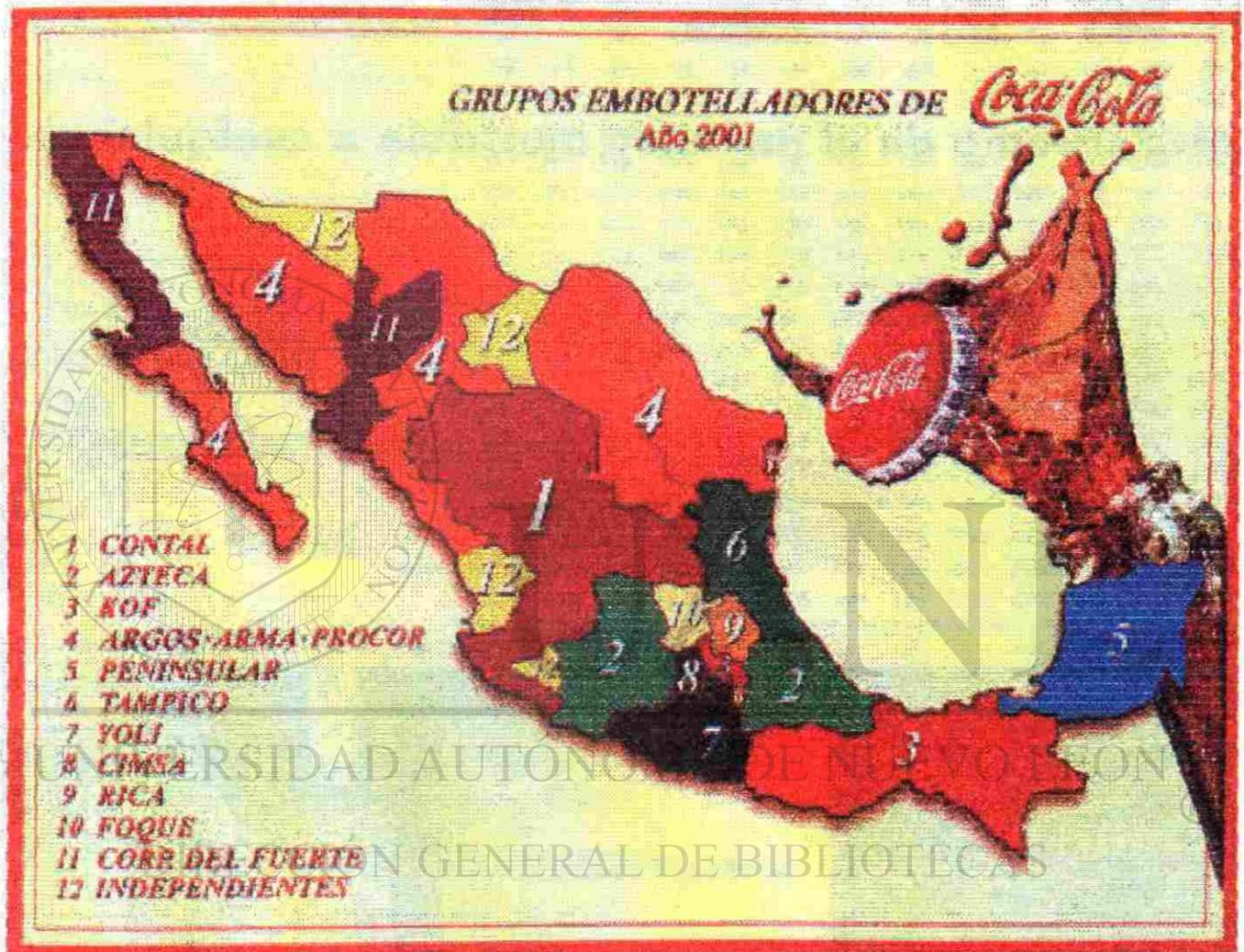
DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

VOLUMEN DE REFRESCOS EN México 1990-1994, 1995-2000.

	En millones de litros				
	1990	1991	1992	1993	1994
MÉXICO	11.958	12.684	13.175	14.309	15.460
Refrescos Carbonatados	10.737	11.387	11.672	12.383	13.080
Agua Mineral	466	510	610	1007	1.414
Jugos De Fruta	572	591	690	703	737
Otros	183	196	203	216	229

	Aumento de volumen 1990-1994	Millones de litros		Aumento de volumen 1995-2000
		Año 2000		
México	29%	21.304		35%
Refrescos Carbonatados	22%	17.914		35%
Agua Mineral	203%	2.194		46%
Jugos De Fruta	29%	905		26%
Otros	25%	291		26%

FUENTE: Euromonitor de informes de compañías / estadísticas nacionales / asociaciones de comercio / prensa comercial y de negocios.



FUENTE: The Coca-Cola Company

