



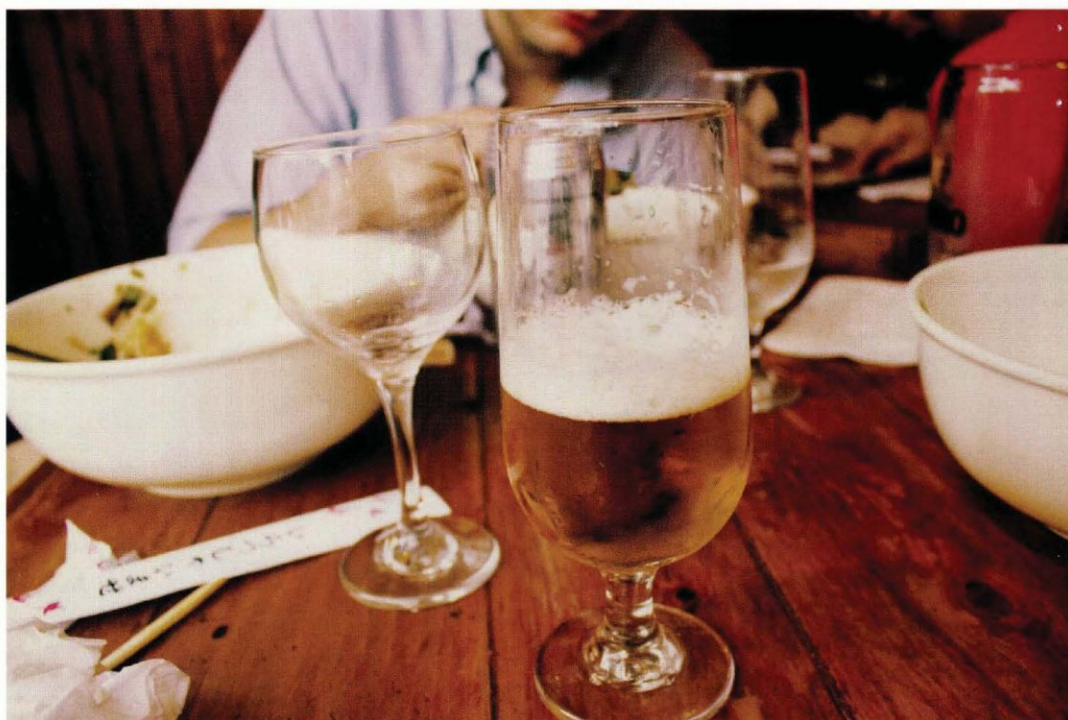
► 1 Mayo, 2017



BEBIDAS ALCOHÓLICAS

La cerveza, protagonista de la nueva alegría en hostelería

A PESAR DE LA EXTENSIÓN DEL ABANICO DE BEBIDAS CON CONTENIDO ALCOHÓLICO CONSUMIDAS EN NUESTROS ESTABLECIMIENTOS HOSTELEROS, LA CERVEZA MANTIENE SU POSICIÓN DE LIDERAZGO REGISTRANDO DATOS HISTÓRICOS DE VENTAS.



JAVIER MESA

La actividad hostelera no ha dejado de crecer desde hace meses empujada por las buenas perspectivas económicas, los récords consecutivos del turismo y el aumento de la confianza de un consumidor que cada vez espacia menos sus momentos de ocio tras superar lo peor de la crisis. Las cifras facilitadas por la consultora Nielsen en su informe 360 atestiguaban la recuperación del gasto en la cesta de la compra de los españoles en 2016 y, sobre todo, del consumo en hostelería. En las barras, esta alegría se reflejaba en un 6% más de bebidas consumidas fuera del hogar, con la cerveza como estandarte y un crecimiento del 7% superior a la media.

Los datos del pasado ejercicio presentados por Nielsen confirmaban punto por punto todas las tendencias percibidas en los últimos ejercicios en cuanto a hábitos de consumo de bebidas alcohólicas. En este sentido, las bebidas de baja graduación aumentaron sus ventas

a ritmo de dobles dígitos, destacando los vinos y el vermut, una bebida que desde hace unos años vive un espectacular renacimiento de la mano de productores de calidad y de bodegas que apuestan por diversificar sus portafolios y lanzar productos de valor añadido.

Las bebidas de alta graduación también crecieron (6,9%) con el whisky aún como bebida más consumida en España y un aumento del 3% y, manteniendo la tendencia de los últi-

mos tiempos, con la ginebra y la fiebre del gin-tonic liderando los incrementos con un 10,3%. En este capítulo, recordaban desde la consultora, también se reflejaban cambios de hábitos de un cliente que está trasladando el consumo de bebidas alcohólicas a horarios diurnos en detrimento de la noche.

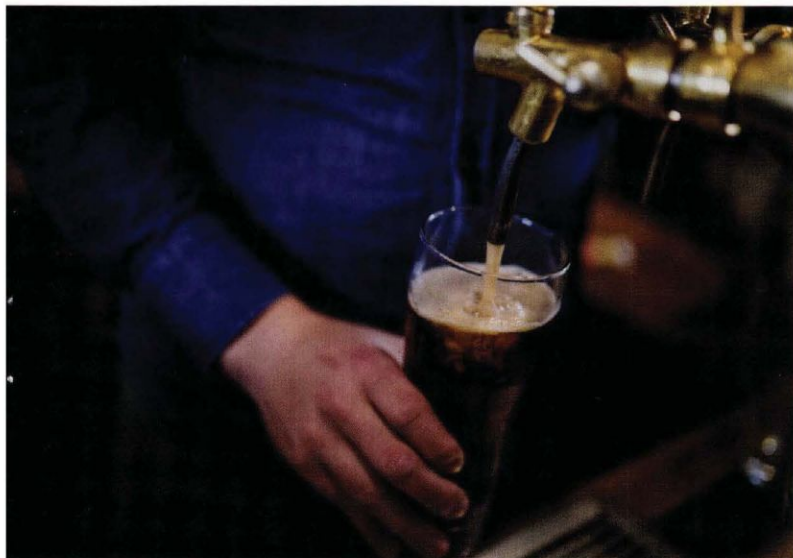
Pero volviendo a la gran protagonista de la barra hostelera, la cerveza, tenemos recientes los datos presentados por Cerveceros de España, la asociación que aglutina a los mayores fabricantes de nuestro país, en su Asamblea General celebrada el pasado 24 de marzo en Barcelona. En el avance de su memoria anual, la entidad anunció que la venta de cerveza registró en 2016 el mayor crecimiento de los últimos diez años con 34,4 millones de hectolitros, un 3,4% más que en 2015.

Y aunque estos registros no nos sitúen aún a la cabeza del consumo per cápita, supone que cada español se bebió una media de 46,6 litros de cerveza en 2016. El avance es consi-

LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS DE BAJA GRADUACIÓN INCREMENTARON SUS VENTAS EN DOBLES DÍGITOS, DESTACANDO EL VINO Y EL VERMUT.



► 1 Mayo, 2017



Mahou San Miguel ingresó más de 1.220 millones

Mahou San Miguel aumentó sus ingresos un 3,7% en 2016, alcanzando los 1.220,5 millones de euros, la mayor cifra de negocio de su historia. Asimismo, experimentó un crecimiento relevante en su EBITDA, que se situó en 264,9 millones de euros, lo que supone un incremento del 2% respecto al año anterior.

La compañía consolidó su liderazgo aumentando un 3,9% sus ventas totales hasta los 16,1 millones de hectolitros, de los que 13,5 corresponden a cerveza y 2,6 a agua mineral y bebidas elaboradas con agua mineral y zumos de fruta.

Por su parte, las inversiones de la compañía se incrementaron hasta los 77,7 millones euros, y se dirigieron, fundamentalmente, a la introducción de mejoras tecnológicas en sus instalaciones, a la innovación en productos y procesos y al apoyo a sus clientes. En 2016, destinó 59,5 millones de euros a impulsar la hostelería, lo que supone un 31% más que en el ejercicio anterior.

Mahou San Miguel creó empleo directo en 11 comunidades autónomas, con siete centros de producción, tres manantiales de agua con sus correspondientes plantas de envasado, dos sedes corporativas y 15 delegaciones comerciales en nuestro país. En 2016, incorporó a 218 profesionales a su plantilla, formada por 3.000 personas y que se ha incrementado un 50% en la última década. En los últimos cinco años, ha sumado a su equipo a 735 profesionales.

El año pasado Mahou San Miguel consolidó su liderazgo en España con un incremento de sus ventas de cerveza del 1,8% respecto al año anterior, hasta situarse en 11,5 millones de hectolitros. Mantuvo así la tendencia de crecimiento de los últimos años tanto en Hostelería como en el canal Alimentación, en los que es líder en ventas. Actualmente, la compañía está presente en más de 200.000 puntos de venta de toda la geografía nacional.

El incremento se sustentó en una estrategia centrada en revalorizar la categoría, potenciar la innovación y los productos premium y promover la cultura cervecedora. En esta línea, puso en marcha un Centro de Colaboración de Clientes en Madrid, un innovador espacio polivalente para trabajar conjuntamente con sus clientes de Alimentación y Hostelería de toda España en el desarrollo de la experiencia de compra y consumo del futuro, así como en el impulso de la categoría de cerveza en sus establecimientos.

Además, destinó a la innovación, una de sus principales palancas de crecimiento, 17,1 millones de euros y lanzó 8 nuevos productos al mercado, desarrollando nuevos segmentos con variedades como Mahou Barrica o San Miguel 0,0 Isotónica, y contribuyendo al crecimiento de otros como el de Especialidades con Mahou Maestra y Alhambra Roja. La compañía estima que, en 2017, el 50% de su crecimiento orgánico en volumen vendrá de la innovación.

derable si tenemos en cuenta que en 2014, las estadísticas de The Brewers of Europe apuntaban un consumo per cápita de 36,2 litros para nuestro país, que además se colocaba en cuarta posición europea tras Alemania, Reino Unido y Polonia. El consumo, que se presume elevado, realizado por los millones de turistas que llegaron en 2016 a nuestro país de sol y playa no se ha desglosado de estas estadísticas de consumo por habitante.

La hostelería se mantuvo un año más como el principal canal de consumo de cerveza en España, acaparando el 64% del total frente a los hogares y registrando un crecimiento del 2% respecto al 2015. De hecho, las ventas de los productores al canal hostelero aumentaron un 3,2% hasta alcanzar los 19 millones de hectolitros, frente a los 15,4 del canal de alimentación.

La importancia de este producto para el canal horeca se resume en una de las cifras aportadas por Cervecedores de España y que indica que esta bebida puede llegar a suponer una

► 1 Mayo, 2017



BEBIDAS ALCOHÓLICAS



Ignacio Rivera, consejero delegado de Hijos de Rivera, y Seamus O'Hara, CEO de Carlow Brewing Company.

cuarta parte de la facturación de los establecimientos, incluso un 40% para aquellos con menos de 10 empleados.

Este peso tan abrumador del canal horeca, sin embargo, ha venido desde hace años equilibrándose un poco en favor del consumo en el hogar conforme nuestro país atravesaba la crisis económica. Así, si en 2006 la cerveza consumida en el ámbito doméstico representaba un 27% del total, la situación económica elevó su porcentaje hasta el 38% (2012). A medida que los datos macroeconómicos mejoraban, el porcentaje disminuyó hasta alcanzar el 36% en 2016.

Otro de los factores que han contribuido a mantener la importancia de la cerveza en hostelería o incluso a aumentarla ha sido el crecimiento experimentado por el segmento artesano. La tendencia *craft*, lejos de aflojar el paso ha seguido ganando adeptos. Así, los últimos datos disponibles de The Brewers of Europe, correspondientes a 2014, siguen mostrando el arrollador avance de este segmento en España, con 314 pequeñas fábricas cerveceras. Apenas un año antes, las microcerveceras en nuestro país eran 203 y 27 en 2009.

La importancia adquirida por esta variedad se refleja en el listado de entidades representadas en Cerveceros de España. Donde antes figuraban los seis fundadores y dueños tradicionales del mercado (Mahou San Miguel, Heineken, Damm, Hijos de Rivera, La Zaragozana o la Compañía Cervecería de Canarias), ahora les acompañan pequeños actores como Cervezas La Virgen, La Sagra o Dougall's, entre otros, así como los productores integrados en AECAI (Asociación Española de Cerveceros Artesanos Independientes). Y en el sector de la hostelería, su pujanza ha dado como resultado la aparición de modelos de negocio poco o nada implantados en nuestro país como los *tap rooms*, locales con varios grifos en los que se van sirviendo cada día diferentes especialidades.

Esta realidad ha dado al traste con el monopolio del estilo lager en nuestro mercado cervecero y las grandes empresas se han visto en la necesidad de adaptar y ampliar sus gamas cerveceras para responder a la fuerte demanda de nuevos sabores y especialidades. A los continuos lanzamientos de referencias más intensas, ediciones limitadas y recetas tradi-

cionales, las grandes cerveceras industriales han sumado iniciativas más atrevidas como la adquisición o asociación con empresas artesanas respetando sus etiquetas y métodos de producción.

De esta forma, el Barcelona Beer Challenge, evento de referencia para el segmento *craft* español, coronó en su última edición como mejor cervecera del año a Founder Brewing CO, empresa estadounidense reconocida a nivel internacional y cuyas variedades aterrizaron en nuestro país a finales de 2015 de la mano de Cervecería Independiente, el nombre por el que se conoce a la Unidad de Nuevos Negocios de Mahou San Miguel. La gran industria cervecera lograba apuntarse un gran tanto en un nuevo segmento de consumo. Más recientemente, Hijos de Rivera, otra de las grandes cerveceras de nuestro país que más están apostando por la innovación, anunció la compra de una participación del 32% en Carlow Brewing Company, empresa familiar responsable de la cerveza artesana irlandesa O'Hara's, que pasaba a incorporarse a la estructura de la compañía gallega dentro de su filosofía *big craft*. ■