



Cervezas:

La experiencia cervecera crece y gana valor



Milagros Rodero
milagros.rodero@alimarket.es

El sector cervecero sigue mostrando una excelente salud, como lo reflejan los indicadores aportados por Cerveceros de España para 2017. La mejora de la economía nacional, con la recuperación del consumo interno, ha motivado que el volumen comercializado aumentara un 3,8% hasta situarse en los 3.570 Ml. Por tipo de envase, las botellas

En un contexto continuo de incremento del consumo, especialmente en la hostelería, el dinamismo del sector se refleja tanto en el alto nivel de innovación como inversor. Una realidad que no solo se da entre las grandes compañías, sino también entre las microcervecerías artesanas que van ganando mercado. De tal modo, la oferta se enriquece con nuevas elaboraciones más premium que aportan valor añadido. Además, el empuje del turismo y la mayor internacionalización de las empresas ayudaron a que las ventas crecieran un 3,8% en 2017 hasta los 3.570 Ml.

representaron el 42% de las ventas, seguidas por las latas, con un 32%, mientras que la cerveza en barril alcanzó un 28%. De ese modo, 19,8 Ml se vendieron a través del canal hostelero (+4,3%) y 15,86 Ml en alimentación (+3,1%). El peso de la cerveza en el canal horeca se refleja en datos como que supone actualmente una cuarta parte de la facturación de los establecimientos de hostelería. También siendo la bebida fría más demandada en este canal (36% del total) y por franjas horarias, representa el 47% del consumo diurno, con un incremento del 8%, y el 45% del consumo nocturno (+6%), según datos Nielsen (TAM JJ'17). Además, de los 3.600 M€ que la industria cervecera aporta al Estado, el 83% proviene del consumo en hostelería, según Cerveceros de España.

Uno de los factores que más influyen esta evolución del canal horeca es el incremento del turismo. España es ya el segundo destino turístico en número de llegadas por detrás de Francia, tras alcanzar los 82 M de turistas extranjeros en 2017. De ellos, el 99,5% de los mayores de 18 años consume cerveza durante sus vacaciones en España. En este sentido, los países de procedencia de la mayoría de los turistas son

de gran tradición cervecera, con Reino Unido a la cabeza. En sintonía con esta evolución, las exportaciones de cerveza española aumentaron en 2017 un 22% hasta situarse en 2,9 M hl, con especial incidencia en Portugal (82,9 Ml), China (46,2 Ml) y Reino Unido (37,1 Ml). Unas cifras que suponen un incremento del 240% en los últimos diez años.

Todo esto se traduce en un mayor dinamismo por parte de la industria, tanto a nivel productivo con numerosas, como diversificando en negocios complementarios como la apertura de cervecerías y tap rooms, impulsando potentes planes de emprendimiento como The Hop de Hijos de Rivera y el BrewHub de Mahou, etc. Y en cuanto a productos, con un amplio desarrollo de nuevas cervezas de temporada, de barrica, de vendimia, de autor, de importación, ecológicas, sin gluten, etc. que enriquecen la experiencia cervecera. En cuanto a las previsiones para este 2018, la climatología en el primer semestre del año no ha acompañado mucho por las bajas temperaturas y el exceso de lluvias, si bien la llegada del buen tiempo y su coincidencia con la celebración del Mundial de Fútbol podrían compensar su efecto.



CERVEZAS

Mahou San Miguel dispara su inversión en innovación

Uno de los mayores ejemplos de ese dinamismo e innovación lo encontramos en Mahou San Miguel. El grupo cervecero elevó en 2017 la cifra de negocio hasta los 1.262,2 M€, un 3,4% más que en el ejercicio anterior, crecimiento atribuido al impulso otorgado a la innovación y a poner el foco en la premiumización de sus productos. Si bien, este mismo esfuerzo inversor hizo que su ebitda y el resultado de explotación se recortaran. En concreto, Mahou declaraba que las inversiones aumentaron un 13,1% hasta alcanzar un desembolso total de 88 M€ en el ejercicio. Su director general, Alberto Rodríguez Toquero afirmaba al respecto: "Esto ha supuesto un sacrificio, pero hemos invertido en planes que nos van a traer crecimiento. Es una de las ventajas de no ser una empresa cotizada, podemos tomar decisiones pensando en el largo plazo." Toda esta estrategia forma

parte del llamado "Plan 2020", que ha llevado a la compañía a poner un equipo de más de 170 personas para desarrollar la innovación al consumidor y a marcarse como objetivo alcanzar los 1.400 M€ de facturación.

Con más de 40 proyectos vivos hasta 2020, la innovación es un elemento transversal a todas las áreas de negocio de la compañía y un eje fundamental de crecimiento,

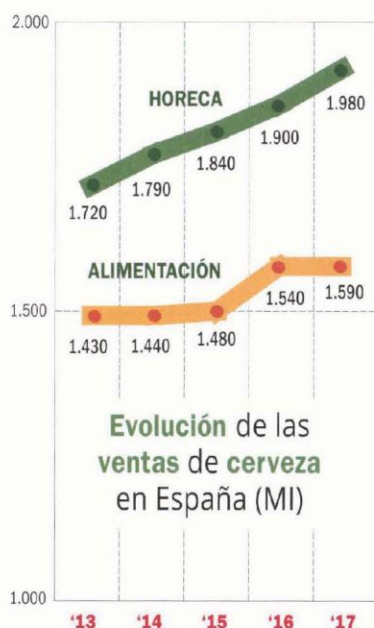
al que destinó 20,8 M€ de inversión el año pasado, un 21,6% más que en 2016. Como resultado, el 36% del crecimiento de su volumen de ventas provino de la innovación y el 60% del incremento del valor de las mismas procedió directamente de los lanzamientos de nuevos productos realizados en los últimos cinco años. Los lanzamientos de 2017 se centraron, sobre todo, en 'Mahou 0,0 Tostada', 'Mahou Barrica Bourbon' o la nueva 'San Miguel Manila'. Precisamente, uno de sus principales proyectos ha sido la puesta en marcha de su bodega de barricas de Alovera, en la que la compañía invirtió inicialmente unos 2,8 M€, presupuesto que aumentará hasta los 5 M€ hasta 2020 para llegar a las 1.300 barricas. Como se recordará, la compañía se estrenó en esta categoría en 2016 con el lanzamiento de su cerveza 'Almayso' y continuó con la gama 'Mahou Barrica' (Original, 12 meses y Barrica Bourbon). Posteriormente, sacó varias referencias artesanas de la firma americana 'Founders', en la que participa, las denominadas "barrel aged". Una innovación, la del envejecimiento en barricas, que podría extenderse a otras marcas de la compañía.

Reparto de las ventas de cervezas en la distribución organizada por empresas-marcas

Empresa	Volumen	Valor
MAHOU-SAN MIGUEL	26,3%	27,5%
HEINEKEN	18,7%	21,6%
DAMM	7,5%	10,8%
MDD	35,0%	22,8%
RESTO	12,5%	17,4%
Total	1.640,1 MI	1.912,6 M€

Periodo de 52 semanas finalizado el 1 de abril de 2018.

Fuente: IRI



Fuente: Cerveceros de España



CERVEZAS

Producción española de cerveza por compañía

EMPRESA/GRUPO	Centros productivos	Volumen 2017 (MI)	Facturación 2017 (M€)
GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL	Alovera (GU), Lleida, Málaga, Burgos, Granada, Córdoba y Candelaria (TF)	1.230,0	1.262,2
HEINEKEN ESPAÑA	Sevilla, Jaén, Quart de Poblet (VA) y S. Sebastián de los Reyes (M)	1.052,0	1.000,0 (*)
-INSULAR CANARIA DE BEBIDAS (2)	Telde y Tenerife (1)	28,7 (2)	42,82 (2)
DAMM	El Prat de Llobregat (B), Murcia y Valencia	965,9 (2)	1.163 (3)
-FONT SALEM	El Puig (Valencia) y Santarem (Portugal)	350,0 (*)	230,0
HIJOS DE RIVERA	A Coruña	278,8	465,5 (3)
CIA. CERVECERA DE CANARIAS	Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife	107,9	146,4 (3)
LA ZARAGOZANA	Zaragoza	87,3	94,1
- CERVEZAS MORITZ	Barcelona	15,2	18,9
BRABANTE CERVEZAS (4)	Madrid	2,0	1,9 (*)
LA SALVE BILBAO	Bilbao	1,4	1,5
OTRAS	Microcerveceras	17,0 (5)	47,0 (5)

(*) Estimación. (n.d.) No disponible.

(1) No son centros productivos, sino delegaciones comerciales. (2) Dato de 2016.

(3) Facturación consolidada del grupo.

(4) Sus cervezas son elaboradas en Bélgica. (5) Datos de la consultora DBK.

Fuente: Alimarket Gran Consumo (con datos de Cerveceros de España y de las propias empresas).

Otra de las apuestas del grupo son las cervezas artesanales y locales, como Founders o Nómada, que de momento están centradas en Madrid y Barcelona, pero quedarán el salto a otras ciudades. A las que se suman las de la estadounidense Avery Brewing, en la que ha adquirido un 30% y con la que refuerza su presencia en EE.UU. Asimismo, Mahou San Miguel aumentó hasta el 43% la participación que tenía en la empresa bilbaína La Salve, que acaba de abrir su propia fábrica. Estas operaciones proporcionan a la compañía una posición sólida para desarrollarse en uno de los segmentos más dinámicos e innovadores del momento. Pero además, la cervecera ha anunciado la puesta en marcha del primer "BrewHub" de nuestro país, con un presupuesto de 11 M€. Se trata de un espacio colaborativo en el que diferentes cerveceras craft nacionales e internacionales podrán compartir ideas y elaborar sus cervezas, principalmente para

su comercialización en el mercado europeo. Promovido por la filial del grupo Cervecera Independiente, se ubicará junto a la planta que la compañía posee en Córdoba y comenzará a operar en 2019, para ir ampliándose a lo largo de los seis años siguientes.

El peso de la MDD en retail se situó en el 35% de las ventas en volumen y del 22,8% en valor en 2017

'Estrella Galicia' y 'Ambar' crecen a doble dígito

El año pasado, la producción cervecera registró un aumento en España del 3,2%, con un total de 37,6 M hl elaborados. Este crecimiento fue más destacado en los medianos fabricantes como Hijos de Rivera (Estrella Galicia), que subió un 16,5% hasta alcanzar los 278,8 MI; La Zaragozana (Ambar), con 87,3 MI (+10,1%) y Compañía Cervecera de Canarias (Dorada y Tropical), que elaboró 107,9 MI (+5,8%). También elevaron su producción, aunque en menor medida, los tres grandes grupos cerveceros con Mahou San Miguel a la cabeza con 1.230 MI (+0,8%), seguido de Heineken España con 1.052 MI (+0,2%) y Damm, con 965,9 MI (+3,8%). Asimismo, cabe destacar la positiva evolución de los pequeños cerveceros hasta un volumen estimado sobre los 40 MI, frente a los 25,7 MI de 2016. Esto

**Principales MARCAS elaboradas**

Mahou, San Miguel, Alhambra, Reina, Carlsberg, Mahou Sin, San Miguel 0,0%, etc.
Heineken, Cruzcampo, Amstel, Buckler 0,0%, Shandy Cruzcampo, Amstel Radler, etc.
Heineken, Cruzcampo, Amstel, Buckler 0,0%, Shandy Cruzcampo, Amstel Radler, etc.
Estrella Damm, Voll-Damm, Estrella de Levante, Inedit Damm, Xibeca, Saaz, Keler, Free Damm, etc.
MDD y co-packing
Estrella Galicia, 1906, Shandy Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0, River, 1906 Red Vintage
Dorada, Tropical
Ámbar, Ámbar 1990, Ambar Sin, Ambar Green, Ambar Lemon, Sputnik, Marlen
Moritz, Moritz Epidor, Agua de Moritz
Brabante
La Salve
Sagra, La Virgen, Rosita, Tyris, DouGall's, Cerex, Casasola, Montseny, Goose, etc.

se debe tanto al crecimiento de las microcerveceras existentes, como a la entrada de nuevos operadores. De modo que en 2017 el número total de cerveceras inscritas en la asociación fue de 521, con un incremento de 35 instalaciones respecto a 2016.

La evolución de cervecera gallega Hijos de Rivera es imparable. La empresa ha consolidado su posición en el mercado nacional alcanzando en 2017 una cuota en volumen del 7,5% y del 12% en valor, según datos de la compañía. 'Estrella Galicia' elevó el año pasado la facturación un 18% hasta alcanzar los 465,5 M€, mientras el beneficio después de impuestos se situó en los 54,5 M€, un 11,5% por encima del año anterior. En términos de volumen, la gallega



CERVEZAS

Principales elaboradores de cervezas artesanales en España

Ewmpresa	Localidad	Ventas	Producción	Marcas
		2017 (M€)	2017 (litros)	
LA SAGRA BREW	Numancia de la Sagra (TO)	2,7	825.000	La Sagra, Burro de Sancho, Madri, Blue Moon
BEBIDAS DE CALIDAD DE MADRID	Las Rozas (M)	4,0 (1)	800.000	La Virgen
PREMIUM BEERS FROM SPAIN	Xàtiva (V)	0,94	600.000	Socarrada, ER Boquerón, TORO
BARCELONA BEER COMPANY	Barcelona	0,70	450.000	Barcelona Beer
CERVECERA ESTRELLA DEL NORTE	Villadangos del Páramo (LE)	1,8 (1)	346.000	Kadabra
CERVEZA TYRIS	Paterna (V)	1,20	300.000	Tyris
CERVEZAS LA CIBELES	Madrid	0,90 (*)	300.000 (*)	La Cibeles
CIA. CERVESERA DEL MONTSENY	Sant Miquel de Balenyà (B)	1,0	282.000	Montseny
CERVESES LA GARDENIA	Tarragona	0,70	275.000	Rosita, Carmen
CERVEZAS ARTESANALES DE CANTABRIA	Liérganes (CAN)	0,90	250.000	Dougall's
CIA. DE CERVEZAS DE EXTREMADURA	Zarza de Granadilla (CA)	0,90	200.000	Cerex
COMPANY ARTESANA MAIANS	Sant Llorenç d' Hortons (B)	0,50	150.000	Espiga
BASQUELAND BREWING COMPANY	Hernani (GUL)	0,40 (*)	130.000	Aupa, Arraun, Equinox, etc.
CERVEZAS ARRIACA	Yunqueira de Henares (GU)	0,40	130.000 (*)	Arriaca
MATEO & BERNABÉ ALIM. ARTESANOS	La Rioja	0,40 (*)	130.000 (*)	Mateo & Bernabé, Little Bichos
MONKEY BEER	Toledo	0,40	120.000	Monkey
PASIÓN DEL DUERO	Aranda de Duero (BU)	0,30	120.000	Mica, Casa de Alba, Bertin Osborne, Yellow Cab, etc.
ANCORA BROS BREWERY	Ourense	0,20	100.000	Ancora
BYRA CERVEZA ARTESANA	Vitoria Gasteiz (A)	n.d.	80.000	Byra
CERVEZAS ENIGMA	Alcalá de Henares (M)	0,30	54.000	Enigma, Enigma Hidromiel
CERVEZAS MOND	S. Juan de la Rinconada (SE)	n.d.	40.000	Mond
CERVEZAS YRIA	Noblejas (TO)	0,50	30.000	Yria

(n.d.) No disponible. (*) Estimación. (1) Ingresos totales, incluyendo el negocio de sus taprooms.

Fuente: Alimarket Gran Consumo

comercializó 278,8 Ml de cerveza (+16%), un 70% en horeca. La marca ha crecido en Galicia, su principal mercado, pero más aún en el resto de España y especialmente en el canal de alimentación, según declaran. También en su caso es relevante el esfuerzo inversor, que en 2017 llegó a un total de 75,7 M€, un 27% más, como parte de su plan estratégico hasta 2019, que contempla un presupuesto global de 320 M€. Buena parte de este desembolso fue para ampliar la fábrica actual -que alcanzará los 400 Ml- y terminar las obras del museo, que abrirá antes de final de año.

Además, la compañía está inmersa en la construcción de su primera fábrica fuera de España, concretamente en Brasil, con un desembolso sobre los 27 M€. La fábrica tendrá una capacidad inicial de 20 Ml ampliables en función de la demanda entrará en funcionamiento a finales de 2019. Sus próximos objetivos serán tanto los países de Lationamérica, como EE.UU. y Asia. En un guiño a las cervezas artesanas, 'Estrella Galicia' está apostando por ediciones estacionales, línea de negocio que inició el año pasado bajo el anagrama "Fábrica de Cervezas" (pimientos de padrón, Samain, percebes) En 2017, ha

elaborado hasta un total de 11 cervezas entre las que se encuentran las variedades: Saison, Brown Ale, Summer Ale, Lemon Beer, Oktoberfest, Rauchbier, Weissbier y Tripel, entre otras, con cerca de 325, 7 hl. producidos en la planta piloto que tiene en su filial Custom Drinks. Asimismo, tiene previsto lanzar alguna cerveza especial en colaboración con la marca irlandesa craft 'O' Haras', en la que entró a participar en 2017 con un 32% del capital. La previsión de cara a 2018 para la firma gallega es alcanzar la mítica cifra de negocio de los 500 M€.

También experimentó un crecimiento relevante, gracias a



salir fuera de su ámbito geográfico natural, la zaragozana Ambar. La firma cervecera La Zaragozana, junto con el resto de filiales del grupo -Bebinter y Moritz-, ha cambiado su denominación corporativa por la de Grupo Ágora, para dar una imagen única e integrada. Su principal marca, 'Ambar' va ganando distribución a nivel nacional, especialmente en la franja Norte y Mediterránea y también en el canal horeca en Madrid, aunque Aragón sigue siendo su principal plaza, donde alcanza una cuota del 80% en el canal de hostelería. De ese modo, la empresa acabó 2017 con una mejora del 10% y puso en el mercado casi 90 MI, cifra que espera elevar hasta los 100 MI este año. Para impulsar esta expansión pondrá en marcha una segunda campaña publicitaria a nivel nacional, "Haciendo Cerveza", a la vez que está finalizando las obras de su nueva planta, un proyecto que inició en 2015 con un presupuesto de 100 M€. Solamente falta de montar la sala de cocción, por lo que esperan tenerla totalmente operativa para 2019 y dejar las instalaciones de San José para estas elaboraciones más especiales bajo el sello 'Ambiciosas'. Esta división de cervezas temporales de autor sigue sumando variedades, como las nuevas 'Súper Súper Ale', una cerveza fermentada a 30 grados y con 6,8º de alcohol, y 'Caerá esta Brevia', elaborada con higos. Además, han reeditado una de las variedades de mayor éxito, 'Ambar Centeno', de modo que entre las tres han salido al mercado 300.000 botellas. A ellas se sumarán el próximo otoño otras dos nuevas propuestas: 'Monte Perdido', elaborada con levadura salvaje del Parque de Ordesa y 'Maricastaña', una cerveza de castañas. Otra de sus más recientes innovaciones ha sido 'Ambar IPA', que formará parte de su catálogo permanente.

CERVEZAS

Inversiones industriales más destacadas en el sector de cervezas 2017/18 (1)

Empresa	M€	Destino
FONT SALEM (DAMM)	40,0	Ampliación de la fáb. de Santarem en Portugal
HIJOS DE RIVERA	27,0	Construcción de fábrica en Brasil
HEINEKEN ESPAÑA	8,0	Reforma y transformación de la sede de Sevilla
	6,4	Ampliación de la fábrica de Jaén
	1,0	Microcervecería en Málaga
DAMM	6,0	Nueva fábrica Cervezas Victoria en Málaga
MAHOU SAN MIGUEL	11,0	Apertura de un BrewHub en Córdoba
	5,0	Bodega de barricas en Alovera (Guadalajara)
CERVECERA DE CANARIAS	2,9	Adecuación de líneas para elaborar 'Stella Artois'
LA SALVE BILBAO	2,2	Nueva fábrica y taproom en Bilbao
BARCELONA BEER COMPANY	2,0	Nueva fábrica en Llinars del Vallés (Barcelona)
LA SAGRA BREW	1,0	Ampliación de capacidad y almacenes
CERVEZA TYRIS	1,5	Nueva fábrica en Paterna (Valencia)

(1) Se reflejan los proyectos más relevantes, no el montante total que la compañía ha invertido. Fuente: Alimarket Gran Consumo

Nuevos proyectos para Dammm y Heineken

La ejecución de inversiones y nuevos proyectos ha sido la tónica del año 2017 y aún más de lo que llevamos de 2018. En este sentido, las compañías Heineken España y Dammm han acometido varios de sustancial relevancia para la evolución de su actividad. En el primer caso y entre los ya ejecutados, Heineken ha desembolsado 6,4 M€ en la fábrica de Jaén, para instalar una nueva línea de latas de 525 M de ud/año y ampliar el almacén con 3.000 m2 adicionales. En ella se producirán latas de 33 y 50 cl de las marcas 'Cruzcampo' y 'Amstel', en formato estándar y sleek abasteciendo principalmente a clientes de Jaén, Granada, Málaga y Almería. El volumen previsto para 2018 alcanza los 290.000 hl.

Asimismo, ha abierto en el denominado Soho de Málaga una microcervecería-restaurant bajo el nombre de "La Fábrica Cruzcampo", lo que supone

su irrupción en España en la categoría de cervezas artesanas. El proyecto se ha llevado a cabo con la empresa hostelera malagueña Grupo Premium, que gestionará la parte de restauración. El espacio tiene 1.100 m2 y capacidad para 500 personas, alberga una zona de molienda y cocimiento, con siete tanques de fermentación vertical, uno de fermentación abierta y diez tanques de guarda desde donde se servirá directamente la cerveza a los grifos de la barra. En total, tendrá capacidad para producir 950 hl anuales. Se elaborarán de forma artesanal siete tipos diferentes de cerveza bajo la marca 'Cruzcampo Cerveza del Soho'. Dos de ellas irán variando cada mes. Sin salir de Andalucía y como continuación a este proyecto, la compañía destinará otros 8 M€ en Sevilla para poner en marcha el denominado espacio 'Avenida de Andalucía I', que en definitiva es la reforma de su antigua sede sevillana que incluirá zona de microcervecería, museo y espacios sociales que abrirá al

público, también bajo su enseña 'Cruzcampo'. Esta iniciativa estará operativa en la segunda mitad de 2019 y pretende convertir a Sevilla en la capital cervecera del sur de Europa. Pese a la puesta en marcha de todos estos proyectos, la cervecera comenzó el año anunciando un Expediente de Regulación de Empleo "en el marco de su continua búsqueda de la excelencia para atender con eficiencia y agilidad al mercado, clientes y consumidores". Así, se aprobaron una serie de medidas -no traumáticas- para 220 empleados, en torno al 10% de su plantilla total, afectando únicamente a trabajadores en edades cercanas a la jubilación.

En el ámbito de productos, las dos principales apuestas de Heineken España han sido la cider 'Ladrón de Manzanas' y 'Cruzcampo Especial' en botella y lata. 'Ladrón de Manzanas' está ya presente en 40.000 puntos de venta de alimentación y hostelería de toda España. Es una cider adaptada para el gusto del consumidor español: una bebida elaborada a partir de zumo fermentado de 7 tipos de manzanas, sin gluten, con un toque de gas y baja graduación (4.5% vol). Con esta bebida, Heineken introduce en el mercado nacional una categoría con larga tradición e implantación en Europa y con muchas oportunidades de desarrollo en nuestro país. En paralelo, la compañía refuerza la gama 'Cruzcampo', la marca con la caña más vendida en hostelería a nivel nacional, con el lanzamiento de 'Cruzcampo Especial'. Una cerveza que ya estaba disponible en barril (sin pasteurizar) y que presenta ahora en formato de botella (20 cl y 25 cl) y lata (33 cl), disponible tanto en hostelería como en alimentación en toda España. 'Cruzcampo Especial' es una cerveza tipo lager con más cuerpo



y sabor. Además, en los últimos meses la marca ha cambiado su imagen recuperando elementos icónicos como el Gambrinus original de su etiqueta, posible gracias a un referéndum en el que votaron más de 40.000 personas.

En el caso de la catalana Damm, el grupo ha iniciado en 2017 un nuevo Plan Industrial, el más ambicioso que ha realizado hasta la fecha y que implica unas inversiones de 170 M€. Este esfuerzo inversor permitirá a Damm incrementar la capacidad de sus plantas en más de un 30%. De manera más concreta, una de sus principales apuestas la está acometiendo en su filial Font Salem en Portugal. Así, la envasadora de refrescos, cervezas y aguas con MDD y para terceros invertirá 40 M€ durante los

próximos tres años para ampliar su planta de Santarém hasta los 4 M hl. Este desembolso ayudará a responder a la creciente demanda internacional, que ya supone el 65% del volumen total de la fábrica portuguesa. Actualmente la unidad de Santarém es una de las más modernas del país y produce más de 300 referencias para 70 países. Entre ellas, las marcas propias Tagus, Prima, Cintra, Top Beer, Burgemeester, Contact y Frised. En los últimos seis años la fábrica ha absorbido más de 60 M€ en diversas mejoras y ampliaciones. Esta planta aporta unos ingresos cercanos a los 100 M€, sobre los cerca de 300 M€ alcanzados por Font Salem en 2017. Asimismo, el grupo cervecero inauguró a finales de 2017 la nueva fábrica de Cerveza Victoria en Málaga.

La nueva instalación ha supuesto un desembolso inicial de 6 M€, para una producción anual de 1,3 Ml, que envasa en los formatos de vidrio de 33 cl y 25 cl, además de barriles de 50 l. Los formatos de 1 l en vidrio y las latas se seguirán de momento llenando en la planta del grupo en Murcia. Progresivamente se trasladará toda la producción a Málaga, por lo que el grupo catalán prevé invertir en la fábrica en unos tres años otros 15 M€ y triplicar así su capacidad.

Otro tipo de inversiones son las que ejecuta para diversificar y reforzar su división de distribución. En ese sentido, lo más destacado de 2017 ha sido la compra de las marcas de batidos, Laccas, y lácteos Agama, así como las de agua embotellada Font Major y Font de Sa Senyora y la



CERVEZAS

Principales importadores de cervezas en España (M€)

Empresa	Facturación 2017 (M€)	Volumen 2017 (hl)	Principales Marcas
AB-INBEV SPAIN (GMODELO EUROPA)	44,80 (1)	275.000 (1)	Corona, Budweiser, Negra Modelo, Modelo Especial, Pacifico Clara, Beck's, Löwenbräu, Franziskaner, Spaten, Stella Artois, Leffe, etc.
INSULAR CANARIAS DE BEBIDAS (2)	36,74 (1)	287.499 (1)	Heineken, Paulaner, Affligem, Desperados, Judas, Birra Moretti, Sol, Foster's Lager, etc.
VINOS I.M. CRUSAT	11,40	45.000	Birra Baladín, Stone Brewing, Chimay, Oskar Blues, Krombacher, Plisner Urquell, etc.
FRUTAPAC	8,89 (3)	33.000	Quilmes, Krombacher, Clausthaler, Staropramen, Schwaben Brau, Kirin, Chimay, Cannabia, Benediktiner, etc.
SUPER BOCK ESPAÑA	6,00 (*)	n.d.	Super Bock, Cristal
FASSBIERE	3,98	18.000	Krombacher, Bombardier, Schneider Weisse, Te Deum, Koenig Pilsener, etc.
BAVARIA IBÉRICA	3,69	40.000	Bavaria, Bavaria 0.0, 8.6, La Trappe, Urthel, Palm, Cornet, etc.
TECNOBRAU	3,90	35.000	Veltins, Erdinger, Grevensteiner, Aktien, Maisel, etc.
ASAHI BRANDS EUROPE (4)	3,20 (4)	n.d.	Pilsner Urquell, Kozel, Tyskie
CERVEBEL	3,00	n.d.	Barbar, Chimay, Einsiedler, Orval, Trooper, Porterhouse, Samuel Adams, Weihenstephan, Samichlaus, Lindemans, etc.
HEINEKEN ESPAÑA	n.d.	n.d.	Foster's Lager, Judas, Guinness, John Smith's, Paulaner, Newcastle Brown Ale, Sol, Affligem, Murphy's
GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL	n.d.	n.d.	Carlsberg, Warsteiner, Kronembourg, Grimbergen, Tetley's, Founders, König Ludwig
HIJOS DE RIVERA	n.d.	n.d.	Erdinger, Grolsch, Miller, De Koninck, Liefmans, Maredsous, Duvel, Vedett, La Chouffe, O' Haras
CIA. CERVECERA DE CANARIAS	n.d.	n.d.	Guinness, Corona, Budweiser, Stella Artois, Leffe, Nera Modelo, Pacifico Clara, Franziskaner, Beck's
GRUPO AGORA (LA ZARAGOZANA)	n.d.	n.d.	Veltins, Bitburguer, Praga, Sierra Nevada, Licher, etc.
COMERCIAL MASOLIVER	n.d.	n.d.	Cobra, Palma Cristal, Budejovicky Budvar, Cubanero Fuerte, Zywiec, 1488, Feldschlösschen, Flensburger
MOLSON COORS SPAIN	n.d.	n.d.	Carling, Coors Light, Blue Moon, Staropramen, Doombar

(*) Estimación. (n.d.) No disponible. (1) Cifras del ejercicio 2016.

(2) Filial de Heineken para Canarias. Además de las marcas de importación, el volumen incluye también la comercialización de las referencias producidas en la Península y la distribución de otras bebidas. (3) Incluye la facturación por otros productos ajenos a la cerveza.

(4) Nueva denominación de SabMiller Brands Europe desde abril de 2017.

Fuente: Alimarket Gran Consumo

distribuidora Comercial Bordoy, en las Islas Baleares, que se consolida como mercado estratégico para el grupo.

Movimientos y acuerdos en marcas de importación

Una de las subcategorías que se ha mostrado más dinámica ha sido la de las cervezas de importación. En 2017 las importaciones de cerveza aumentaron un 4,4% hasta situarse en los 4,8 M hl. Los principales países de los que

importamos cerveza son Francia, Países Bajos, Alemania y Portugal. En este área de negocio, cabe señalar los nuevos acuerdos para el mercado canario de dos de las mayores marcas premium: la belga 'Stella Artois' y la danesa 'Carlsberg'. En el primer caso, Cervecera de Canarias ha iniciado su producción para las Islas, como parte del proceso de integración con su principal accionista, ABInBev ('Corona'). Este acuerdo le ha supuesto una inversión próxima a los 3 M€ en adaptar

las líneas de la canaria, debido a los altos estándares de calidad de la marca. Asimismo, la canaria ha incorporado en distribución otras cinco marcas internacionales del porfolio de ABI: 'Corona', 'Becks', 'Franziskaner', 'Budweiser' y 'Leffe'. Cervecera de Canarias alcanzó una producción de 107,9 Ml en 2017, un 5,8% más que el año anterior, lo que le otorga una cuota en torno al 65% en Canarias, ya que, según datos de Cerveceros de España este mercado se situó en 166 Ml en



2017, representando el 4,7% a nivel nacional. En paralelo, Cervecera de Canarias ha cesado su acuerdo de exclusividad con la marca danesa 'Carlsberg', que pasa a manos de Mahou San Miguel desde el 1 de julio en las Islas, colaboración que ya mantienen ambas compañías desde hace dos décadas en el resto de España. 'Carlsberg', es actualmente la segunda marca de cerveza más vendida en el Archipiélago dentro de la categoría premium internacional, se elabora a partir de esa fecha en el centro de producción de Cervezas Anaga, filial de Mahou San Miguel en Candelaria (Tenerife). Dicho centro cuenta con una capacidad productiva de 225.000 hl al año.

También ha sido relevante el refuerzo de Hijos de Rivera en la subcategoría con la incorporación

de las marcas 'Peroni Nastro Azzurro', y BrewDog. En el primer caso, el acuerdo supone que la sucursal en España de Asahi deja de llevarla y también Cervecera de Canarias en las Islas. Mientras, en el caso de la referencia artesana BrewDog, la compañía distribuirá en exclusiva para España y Portugal unas 25 referencias, en muchos casos estacionales, de la cervecera escocesa en todos sus formatos -botella, barril y lata- y en todos los canales: alimentación y hostelería. La marca ya tenía presencia en España a través del distribuidor especializado Crusat. Hoy en día 'BrewDog' es la primera referencia artesana de Reino Unido con una producción en 2017 de 34,4 Ml. Asimismo, su incorporación confirma la apuesta de Hijos de Rivera por la

cerveza artesana, donde ya hace poco más de un año tomó el 32% de la irlandesa 'O'Haras', y en cervezas de importación donde ya aglutina marcas tan reconocidas como 'Erdinger', 'Duvel', 'Miller', 'Grolsch', 'La Chouffe' y 'Liefmans'. Otra de las marcas que ha cambiado de distribuidor ha sido la británica 'Carling', hasta ahora en manos de Damm, que ha asumido directamente Molson Coors en España. Con más de 2,7 Ml vendidos al año en España, 'Carling' está registrando un fuerte crecimiento. Además, su filial La Sagra prestará soporte en las ventas de la marca en las áreas de Madrid y Toledo. También, han incorporado novedades los especialistas Frutapac y Bavaria. La primera con la gama ecológica 'Jade', de Francia, y las referencias



CERVEZAS

Principales lanzamientos en el sector de cervezas (1)

Empresa	Marca	Descripción del lanzamiento
ABInBev	Cubanisto	Cerveza con un toque de ron
Asahi Breweries	Kozel Dark	Cerveza checa tostada
Bodegas vinícola	La Rúa	Cerveza artesana de La Rioja
Cervezas Arriaca	Arriaca	Nuevo formato de lata para las variedades trigo y porter
Cervecería de Canarias	Carapero	Gama de cervezas artesanas
Cervezas Espiga	Espiga	Doble IPA, negra Porter y cerveza con melocotón
Cervezas Mica	Mica Sin	Cerveza artesana sin alcohol
Cervezas Moritz	Moritz Radler	Cerveza con zumo de limón
Damm	Complot	Cerveza tipo Indian Pale Ale
	Voll-Damm	Nueva imagen
Estrella Levante (Damm)	Verna	Cerveza con limón
Heineken España	Cruzcampo Especial	Nuevos formatos en vidrio de 20 y 25 cl y lata de 33 cl
	Amstel	Reformulación y nueva imagen
	Ladrón de Manzanas	Cider
Hijos de Rivera	BrewDog	Cerveza artesana escocesa (distribución)
	Peroni	Cerveza premium italiana (distribución)
	Fca. Cervezas Estrella Galicia	Gama de cervezas de temporada
La Zaragozana	Ambar IPA	Cerveza tipo Indian Pale Ale
	Ambar Export	Nueva imagen
	Sierra Nevada	Cerveza craft americana (distribución Bebinter)
Mahou San Miguel	San Miguel Radler	Cerveza con limón
	Alhambra Especial Sin	Cerveza sin alcohol
	San Miguel Manila	Cerveza tipo lager con lúpulos aromáticos
	Tap Station	Cervezas internacionales en barril-horeca

(1) Desde junio de 2017 a junio de 2018. Por orden alfabético. No se incluyen las ediciones especiales limitadas o de temporada.

Fuente: Alimarket Gran Consumo

premium italianas 'Dolomitas' y 'Superior'. Por su parte, Bavaria incorpora marcas de Palm Belgian Craft Brewers, adquirida por el grupo el pasado año, con las referencias 'Palm', 'Rodenbach', 'Cornet' y 'Brugge Tripel'.

Las microcervecías: entre nuevas plantas y tap rooms

El segmento de las cervezas artesanales sigue avanzando a buen ritmo. Así, según datos de la consultora DBK el volumen de producción para 2017 alcanzó los 17 M, un 36% más que en 2016, con un valor de negocio en torno a los 47 M€, lo que supone una mejora del 31%. El número de cerveceras artesanas sigue aumentando, registrándose

511 empresas en abril de 2018, 34 más que un año antes. Por zonas geográficas, Cataluña concentra el mayor número de empresas, con el 20% del total, seguida de Andalucía (16%), Castilla y León (10%) y la Comunidad Valenciana (9%). Además, se prevé que esta evolución se mantenga, estimándose un incremento cercano al 30% de la producción para 2018. Esta evolución ha motivado que varias de las principales elaboradoras amplíen o se trasladen a plantas de mayor capacidad para dar respuesta a la demanda y a una mayor presencia comercial. Entre los ejemplos más destacables, aunque hay más, citaremos las de Tyris, Barcelona Beer Company y sin olvidar las sucesivas ampliaciones de La Sagra,

que se consolida como la mayor elaboradora artesana en España. La toledana ha desembolsado en torno a 1 M€, elevando su capacidad productiva de 600.000 l a 1,4 Ml anuales. Este presupuesto incluye la incorporación de cinco nuevos tanques de fermentación, una embarriladora de KeyKeg y una nueva embotelladora. La ampliación, que se ejecuta tras la toma de control por parte de la multinacional Molson Coors, forma parte de su plan estratégico para seguir creciendo e incluir nuevas referencias. Asimismo, le posiciona como la cervecera artesanal con mayor producción de España. La Sagra cerró 2017 con un volumen de 825.000 l vendidos (equivalentes a unos 2,75 M de botellas), un 128% más que el año



anterior. Abre su primer "Tap House" fuera de su fábrica, en la localidad toledana de Illescas.

Entre las nuevas plantas, encontramos el proyecto de Barcelona Beer Company, que se ha trasladado a una nueva fábrica en Llinars del Vallés (Barcelona), en la que ha invertido unos 2 M€, dejando las que ocupaba hasta ahora en Barcelona. La nueva factoría cuenta con 1.200 m² de superficie y multiplica por cuatro su capacidad actual hasta sobrepasar 1 Ml, lo que la convertirá en una de las mayores de España en su categoría. De ese modo, el plan de expansión de la catalana pasa por alcanzar unas ventas de 600.000 l este 2018, 1,2 Ml en 2019 y 2,4 Ml para 2020. tiene previsto además comenzar a envasar en lata, formato que argumentan "es el futuro de la craft beer, pues preserva mejor el producto". Asimismo, la ampliación le permitirá incrementar el número de variedades de cerveza de las 8 actuales a unas 15. Barcelona Beer cerró 2017 con una facturación en torno a los 700.000 €, cifra que prevé elevar hasta 1 M€ este 2018. La exportación sigue representando el grueso de su negocio, en torno al 70%.

Por su parte, la valenciana Cerveza Tyrís inauguraba nueva fábrica en Paterna (Valencia), tras acometer una inversión de 1,5 M€. La planta cuenta con unas instalaciones de 1.200 m² y otros 800 m² auxiliares y tiene capacidad para producir más de 1 Ml al año. El proyecto ha sido posible tras la entrada del Grupo Zriser en su accionariado en 2014. De ese modo, Tyrís ha trasladado toda su producción a estas nuevas instalaciones, dejando su anterior fábrica de Ribarroja del Turia, donde tenía capacidad para 300.000 l. La fábrica también cuenta con un "Tap Room" o

zona de catas, donde los visitantes pueden degustar los productos de la marca. Tyrís se ha convertido en unos años en la compañía líder en su sector en la Comunidad Valenciana, y se ha posicionado en el top 5 nacional de las artesanales, alcanzando una facturación de 1,2 M€ en 2017. La intención de sus socios es que "Tyrís" triplique ventas en un plazo de 3 años, por lo que prevén nuevas ampliaciones hasta alcanzar los 4 Ml en los próximos ejercicios.

Otra de las vías de negocio complementarias por las que están apostando estas microcerveceras son los tap rooms. El mayor ejemplo lo encontramos en Cervezas La Virgen, que ha aumentado el número de establecimientos en Madrid hasta los cinco establecimientos. Malasaña, Lavapiés y Chamberí son algunos de los barrios donde Cervezas la Virgen ha establecido sus puntos de caño y tapeo. Todos ellos lugares de referencia de la capital donde degustar todas las variedades de la cerveza madrileña (y algunas otras invitadas), maridadas con diferentes ofertas gastronómicas. El punto fuerte de

la marca es la hostelería, ya que en este canal concentra el 80% de sus ventas a través de 1.500 bares de la Comunidad de Madrid en los que está presente. Un porcentaje que la marca quiere equilibrar en un par de años incrementando su presencia en el retail. En este canal, actualmente está disponible en Aldi, Hipercor, Supercor, Club del Gourmet y Alcampo, en algunos de ellos solo a nivel regional. También La Salve, que este año inauguró finalmente su fábrica propia en Bilbao, ha puesto en colaboración con el Grupo Iruña, su primer espacio propio bajo el nombre "Taproom La Salve" en el Teatro Campos. El taproom tendrá en su oferta de forma permanente más de 50 variedades de cervezas entre propias y cerveceras craft invitadas, locales e internacionales. Asimismo, Cervecería Estrella del Norte, más conocida por su marca 'Kadabra', ha puesto en marcha una nueva línea de negocio en restauración con la apertura de una cervecera en León a las que sumará otras dos aperturas, en Burgos y Madrid. La marca sigue apostando por consolidar el formato lata entre las artesanas.

Inversión publicitaria en cervezas por marcas en 2017 (real estimada)

Marca/Empresa	M€
Mahou/MAHOU-SAN MIGUEL	8,4
Heineken/HEINEKEN	7,5
San Miguel/MAHOU-SAN MIGUEL	5,3
Estrella Damm/GRUPO DAMM	5,0
Amstel/HEINEKEN	3,7
Estrella Galicia/HIJOS DE RIVERA	3,6
Cruzcampo/HEINEKEN	3,1
Voll-Damm/GRUPO DAMM	3,1
Ambar/LA ZARAGOZANA	2,6
1906/HIJOS DE RIVERA	1,0
Total top 10	43,3

Fuente: INFOADEX