

19 Junio, 2019

La cervecera La Salve quiere aprovechar la 'marca Bilbao' para vender en España

M.F. Bilbao

La cervecera bilbaína La Salve quiere hacerse un hueco en el mercado como "cerveza de Bilbao" aprovechando el buen momento de la marca País Vasco y Bilbao fuera de la comunidad como sinónimo de calidad y palabra dada, explican Jon Ruiz y Eduardo Saiz de Lekua, fundadores y responsables de la compañía.

Desde su vuelta al mercado, en 2014, La Salve ha logrado una cuota del 7% en Euskadi, y vende en Asturias, Barcelona y Madrid, donde Bilbao se ve con un "halo de calidad e innovación", según los socios. También ha empezado a venderse en Alicante,



Jon Ruiz (izquierda), junto a Eduardo Saiz de Lekua.

Valencia y Mallorca.

Mahou San Miguel es el mayor accionista de la cervecera, con un 42,9%; Ruiz y

Saiz tienen el 38,5%, y sus acciones están sindicadas con las del resto de socios minoritarios, por lo que el control si-

gue en manos de los accionistas locales, aseguran.

Ambos admiten que en sus casi 5 años en La Salve han aprendido que el mercado de la cerveza es complicado. Aunque los objetivos económicos marcados inicialmente no se han cumplido, la actividad "está alineada" con la estrategia prevista. En 2018, La Salve facturó 2,1 millones.

En los próximos años, la cervecera apuesta por crecer en cervezas *gourmet* innovadoras, como las de alta fermentación, con más lúpulo, o con trigo blanco. En EEUU, estos productos tienen ya una cuota del 25%, y la tendencia será esa en España, indican.