

Cervezas: Las artesanas, locales y especialidades ganan protagonismo

La categoría de cervezas sigue mostrando su dinamismo y capacidad de innovación un año más. Una estrategia en la que han tomado fuerza vectores como la cercanía y lo autóctono, dando mayor protagonismo a las cervezas artesanales y fomentando la aparición de marcas regionales y locales. Dos segmentos en los que tanto grandes como medianas compañías han puesto el foco. En paralelo, la madurez del mercado español y la dimensión de los grandes grupos cerveceros hacen que la internacionalización sea otro de los ejes que cobra más fuerza para seguir creciendo. Con todo, el consumo rebasó la cifra de los 40 M hl en 2018, un 1,5% más que el año anterior.

Milagros Roderomilagros.rodero@alimarket.es

La producción de cerveza en España alcanzó los 38,4 M hl en 2018, lo que supone un crecimiento del 2,2% respecto al anterior ejercicio, manteniéndose una tendencia moderadamente alcista por quinto año consecutivo. Los principales factores que han contribuido a mantener el crecimiento han sido las exportaciones y el impacto del turismo, que con 82,8 M de visitantes en 2018 alcanzó un nuevo récord en nuestro país. En lo que a las ventas se refiere, éstas se situaron en los 36,2 M hl, solo un 1,4% por encima de 2017, debido en parte a que el clima adverso no acompañó durante la primera mitad de año. De esa cifra, 19,45 M hl fueron comercializados

a través del canal de hostelería y 16,75 M hl a través de retail, con un incremento en este caso del 3%. Esto unido a las importaciones, que bajaron un 3% hasta los 4,7 M hl, frente a las exportaciones, que crecieron en la misma proporción hasta los 2,97 M hl, y situaron el consumo en España en los 40,16 M hl. (+1,5%). La zona donde más cerveza se comercializó en 2018, con una notable influencia del turismo y buen clima, fue Andalucía y Badajoz con 8,37 M hl, lo que representa un 23% del total. Además, España sigue liderando el segmento de cerveza sin alcohol en Europa, tanto en producción como en consumo. Así, la penetración de esta variedad en el canal hostelero ascendió 3,5 puntos, hasta convertirse en una opción más para el 46% de los consumidores. Buena prueba de su auge es la

multitud de nuevas cervezas sin alcohol que han salido en estos dos últimos años al mercado.

Entre las principales compañías elaboradoras hay diferentes evoluciones por volumen producido. Por un lado, destaca la estabilidad alcanzada por Mahou San Miguel, Heineken España y Cervecería de Canarias (en su caso con un ligero descenso), frente a un mayor avance de Damm (+4,3%), Hijos de Rivera (10,8%) y Grupo Ágora -Ambar y Moritz- (7,7%). Por su parte, el conjunto de la MDD pierde peso tanto en volumen como en valor, pasando a suponer el 34,3% (7 décimas porcentuales menos) y el 20,7% (2,1 puntos menos), respectivamente, según datos de IRI. Unos porcentajes que contrastan con el mayor protagonismo que algunos retailers, como Mercadona o Lidl,



están dando a la categoría en sus lineales. La cadena valenciana, dentro de su proceso de reorganización, ha pasado de tener 4 proveedores de cerveza en España a 20 y comprar más de la mitad del volumen de cerveza nacional de lo que compró fuera en 2018. En ese sentido, han dado de alta algunas referencias locales de cervezas artesanas, como 'La Virgen', en Madrid; 'Tyris', en Valencia; o 'Domus' en Toledo, que antes no estaban en sus lineales.

Innovación e internacionalización marcan la estrategia de Mahou

El líder del sector, Mahou San Miguel, volvió a dar muestras de su saneada contabilidad con un incremento de la cifra de negocio del 2,9% hasta alcanzar los 1.298,6 M€, mientras su EBITDA y beneficio

antes de impuestos aumentaron un 1,1% hasta los 260,3 M€ y los 170,4 M€, respectivamente. Centrándonos en el negocio puramente cervicero, la compañía declaraba haber puesto en el mercado 14,1 Mhl, un 2,1% más respecto al año anterior, cifra superior al volumen producido puesto que distribuye numerosas marcas de importación (ver relación en cuadro adjunto). De nuevo, el año estuvo marcado por la innovación con múltiples lanzamientos para cubrir todos los estilos y momentos de consumo haciendo evolucionar la categoría. Una estrategia a la que la compañía destinó 25,4 M€ y que ya está dando sus frutos. Concretamente, el pasado año, un 4,8% de su venta neta total provino de la innovación, frente al 3,8% de 2017, y la aspiración es que, junto con la 'premiumización', represente el 10% en 2020.

De ese modo, Mahou San Miguel lanzó al mercado en 2018 tres nuevas referencias -Mahou Maestra Dunkel, San Miguel Radler y Mahou Cinco Estrellas Radler-, y varias gamas de producto: Las Numeradas de Cervezas Alhambra envejecidas en barrica de Jerez -Amontillado, Palo Cortado y Pedro Ximénez-, las 'Cervezas con historia' de La Salve y 'Cervezas de Invierno' de Nómada Brewing. A ellas, se suman en 2019 la 'IPA Mahou Cinco Estrellas', que pasa a formar parte del catálogo permanente de la casa; 'San Miguel Magna', una cerveza golden lager para el día a día, de 5,7°, elaborada mediante un método de lupulación en tres tiempos; la referencia local 'La Mezquita', recuperada para Córdoba, Badajoz y Jaén, y la especialidad 'Alhambra Baltic Porter', en botella de 75 cl.



En sintonía con esta aspiración por hacer evolucionar la industria cervecera, la compañía está también centrando buena parte de sus inversiones en el ámbito de las cervezas craft. Precisamente este año ha elevado la participación en la norteamericana Avery Brewing al 70%, frente al 40% anterior, y ha tomado el control de la marca local premium 'Brutus', que pasará a elaborar en su microcervecería de Alovera (Guadalajara). En paralelo, el grupo inauguraba su brewhub en Córdoba, junto a la fábrica de Cervezas Alhambra, el primer centro colaborativo de cerveceros artesanos que se abre en España y que conllevará un desembolso de 11 M€. En esta primera etapa, este brewhub tendrá capacidad para 50.000 hl que, a través de nuevas fases de ampliación, irá aumentando hasta los 110.000 hl y, en caso necesario, llegar incluso a los 500.000 hl. Las cerveceras artesanales Nómada Brewing y la cordobesa 'Califa' son dos de las primeras referencias que se están elaborando allí.

Por otro lado, el negocio internacional se perfila como otro de sus ejes necesarios para asegurar el crecimiento. En 2018, este capítulo supuso un 13% de las ventas en volumen para la compañía, siendo la cervecera española que más exporta con el 70% del total de nuestro país, es decir, unos 1,9 M hl. Mahou San Miguel tiene presencia en más de 70 países, siendo el más relevante Reino Unido, que absorbe el 50%. En este país, donde lleva ya más de 25 años, la compañía mantiene un acuerdo de embotellado y distribución

Las exportaciones crecieron en 2018 un 3% hasta alcanzar los 2,9 M hl

Evolución de las ventas y consumo de cerveza en España (Ml)



(1) Resultado de sumar a las ventas las importaciones de cerveza y descontar las exportaciones.

Fuente: Cerveceros de España

con Carlsberg. Cuenta con 61.000 puntos de venta y en 2017 superó 1 M hl vendidos, casi todo con la marca 'San Miguel'. Le siguen por importancia Portugal, con mayor presencia en las regiones turísticas y un posicionamiento premium; Italia, donde tiene subcontratada la producción; y Alemania, a través de un acuerdo con Warsteiner y un mayor foco en las ciudades. En cuanto a filiales propias, el grupo opera en Chile con Mahou Andina desde 2013, donde cuenta con más de 2.500 puntos de venta y actúa como plataforma para otros países de Latinoamérica. También con Mahou India, donde está concluyendo un plan inversor a cinco años por valor de 20 M€. En todos estos mercados, las marcas principales con las que exporta son 'San Miguel', 'Mahou' y 'Alhambra'. Además, el grupo cuenta con representación comercial en EE.UU., con sede en Miami, desde la que espera expandirse a otras ciudades clave y con sus

participadas Avery Brewing (70%) y Founders (30%), dentro del pujante segmento de las artesanales. En este ámbito, Mahou San Miguel quiere convertirse en "líder independiente del segmento premium y craft norteamericano", apuntaba Erik d'Auchamp, director de la unidad de negocio internacional del grupo. Prueba de ello es el mayor control en Avery Brewing, que conllevará una inversión en marketing y desarrollo comercial para la norteamericana, liderado por su marca más emblemática, 'White Rascal'. Y de cara a futuro, la compañía se ha marcado una ambiciosa hoja de ruta para extender sus marcas a otros mercados clave como Texas o California.

Damm e Hijos de Rivera prevén doblar sus ventas en el exterior

Al igual que Mahou, Damm e Hijos de Rivera se han marcado ambiciosos objetivos en torno a su división de negocio internacional. En el caso de la catalana, prevé duplicar en los próximos tres años el peso de este área. Un objetivo que se apoya en la buena imagen del sector cervecero español, lo que ha contribuido a que la industria haya aumentado sus exportaciones un 240% en la última década. Actualmente, la catalana ha afianzando su presencia en más de 100 mercados de los que obtiene un 26% de su facturación global y dispone de una red comercial que trabaja en países como EEUU, Reino Unido, Canadá, China, Suecia, Chile o Australia. La facturación consolidada de Damm, que incluye otras actividades además de la cervecera, superó en 2018 los 1.264 M€, un 8,7% más que en el ejercicio anterior, con un beneficio neto de 112,6 M€. Gracias a este avance internacional, espera superar los 2.000 M€ de facturación en 2022.

Por su parte, la gallega Hijos de Rivera señala a Europa y EE.UU.



como principales objetivos de cara a su plan estratégico para 2021. Su intención también es duplicar el volumen de ventas internacionales, que en su caso tienen un menor peso y en 2017 representaron el 6% de los ingresos. Lo hará incrementando la exportación y a través de la apertura de filiales y nuevas sucursales. En este sentido, el pasado mes de octubre firmó un acuerdo para distribuir sus productos en el mercado británico junto a la local Greene King. Cabe señalar que Reino Unido es el tercer origen más importante de cerveza importada por nuestro país, con 46,7 Ml en 2018, según datos de Cerveceros de España. De momento, su estructura fuera de España la integran las filiales comerciales Rivera Europe Trading, Rivera Japan, Rivera Business Trade (Shanghai), Justdrinks (Portugal), Estrella Galicia Importação e Comercialização de Bebidas e Alimentos (Brasil, país donde tiene además en proyecto la construcción de su primera fábrica fuera de España); y la estadounidense Balearic Beverages Distributors.

En el ámbito de las inversiones, el grupo gallego realizó mejoras por valor de 100,1 M€, lo que suma 236 M€ en los últimos tres años para alcanzar en su fábrica de A Coruña los 450 Ml de capacidad. Parte de estas inversiones han ido a parar a su espacio-museo "MEGA" (Mundo Estrella Galicia), junto a la fábrica. En paralelo, la compañía ha firmado el compromiso de compra de 460.000 m² de suelo en el Parque Empresarial de Morás, en Arteixo, para "asegurar la viabilidad y el futuro de la empresa", según señalaba su consejero delegado, Ignacio Rivera. Hijos de Rivera cerró 2018 con unos ingresos de 507,8 M€ y una producción de 308,8 Ml, que suponen crecimientos del 9% y 11%, respectivamente. Mientras, su beneficio aumentó un 22% hasta alcanzar los 66,3 M€.

Producción española de cerveza por compañías

Empresa/grupo	Centros productivos
GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL	Alovera (GU), Lleida, Málaga, Burgos, Granada, Córdoba y Candelaria (TF)
HEINEKEN ESPAÑA	Sevilla, Jaén, Quart de Poblet (VA) y S. Sebastián de los Reyes (M)
-INSULAR CANARIA DE BEBIDAS (2)	Telde y Tenerife (2)
DAMM	El Prat de Llobregat (B), Murcia y Valencia
-FONT SALEM	El Puig (Valencia) y Santarem (Portugal)
HIJOS DE RIVERA	A Coruña
CIA. CERVECERA DE CANARIAS	Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife
GR. ÁGORA (LA ZARAGOZANA)	Zaragoza
-CERVEZAS MORITZ	Barcelona
LA SALVE BILBAO	Bilbao
BRABANTE CERVEZAS	Madrid
OTRAS (4)	Microcervecías

(*) Estimación.

(1) Datos consolidados de grupo.

(2) No son centros productivos, sino delegaciones comerciales.

(3) Elabora sus cervezas en Bélgica.

(4) Datos de la consultora DBK y Cerveceros de España.

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

Heineken toma el control de La Cibeles y recupera marcas locales

Otra de las tendencias de mercado que gana fuerza en el sector es recuperar el valor de lo cercano y autóctono de la mano de marcas regionales y locales. Una vuelta a los orígenes que ha motivado que Heineken España recupere las enseñas 'El Águila' y 'El Alcázar', "muy arraigadas en el imaginario de los consumidores españoles". Estas dos icónicas marcas vuelven al mercado en Madrid y Valencia, en el caso de 'El Águila', con las variedades original y sin filtrar; y en Jaén y parte de Granada 'El Alcázar', con una identidad visual más premium y nueva receta. Además, la compañía ha lanzado en la zona norte peninsular la referencia '18/70 La Rubia', que comenzó siendo una producción limitada para algunas barras de San Sebastián. Asimismo, haciendo un guiño a

esta vinculación geográfica con las marcas la compañía ha lanzado una colección de botellas de 'Cruzcampo' con etiquetas de 47 localidades de Andalucía y Extremadura. Una estrategia que también utiliza 'Estrella Galicia' en sus ediciones especiales para fiestas y eventos populares como las Fallas, el Camino de Santiago, El Pilar, etc.

La innovación de Heineken pasa también por las especialidades y las cervezas artesanas. Como la nueva gama de 'Cruzcampo' tipo Ale compuesta por tres variedades: 'Cruzcampo APA' (Andalusian Pale Ale), 'Cruzcampo IPA' y 'Cruzcampo Trigo', que inspirándose en las recetas de la microcervecía malagueña ha lanzado para el mercado nacional. Una nueva gama que nace, según señalan desde la compañía, tanto para un consumidor experto en cerveza como para el que simplemente quiere descubrir nuevas propuestas.

En cuanto a la cerveza artesana, la compañía hace una doble apuesta:



Volumen 2018 (MI)	Facturación 2018 (M€)	Principales marcas elaboradas
1.230,0	1.298,6 (1)	Mahou, San Miguel, Alhambra, Reina, Carlsberg, San Miguel 0,0%, San Miguel Manila, etc.
1.050,0	1.000,0 (*)	Heineken, Cruzcampo, Amstel, Buckler 0,0%, Shandy Cruzcampo, Amstel Radler, etc.
31,0	39,1	Heineken, Cruzcampo, Amstel, Buckler 0,0%, Shandy Cruzcampo, Amstel Radler, etc.
1.008,0	1.264 (1)	Estrella Damm, Voll-Damm, Estrella de Levante, Inedit Damm, Saaz, Keler, Free Damm, etc.
570,0	253,5	MDD y co-packing
308,8	507,8 (1)	Estrella Galicia, 1906, Shandy Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0, River, 1906 Red Vintage, etc.
104,1	138,1	Dorada, Tropical, Caraperro, Stella Artois
94,0	92,2	Ambar Especial, Ambar 0,0, Ambar Radler, Ambar Export, Ambar 1900 y Ambar IPA, etc.
15,4	19,0 (*)	Moritz, Moritz Epidor, Moritz IPA, Agua de Moritz, etc.
1,8	2,1	La Salve
1,5	2,00 (3)	Brabante
42,0	66,0	La Sagra, La Virgen, Rosita, Tyrís, Dougall's, Cerex, Casasola, Montseny, Goose, etc.

Mercadona ha pasado de contar con 4 proveedores de cerveza a los 20 actuales

con la distribución nacional de la californiana 'Lagunitas' y con la entrada en el capital de la madrileña La Cibeles. En este segundo caso, Heineken España se hacía hace unos meses con el 51% en la cervecera de Leganés, que seguirá liderada por David Castro, uno de los mayores expertos en cerveza artesanal de nuestro país. Esta alianza está vinculada a un plan de crecimiento para La Cibeles, lo que implicará la ampliación de sus instalaciones y el fortalecimiento de su capacidad de distribución y exportación. La Cibeles se puso en marcha en 2010 y actualmente comercializa cerca de 400.000 l, con una facturación estimada de 1 M€. Tiene presencia en horeca y retail a nivel local. En cuanto a la cerveza craft 'Lagunitas', propiedad del grupo, que ya testó hace unos meses en Barcelona, trae a España tres referencias: 'Lagunitas IPA', 'Lagunitas Little Sumpin' (ale), ambas en botella de 33 cl; y 'Lagunitas Ale' (lata 33 cl). 'Lagunitas' es la IPA número uno de Estados Unidos con ventas de más de 1 M hl, y una marca que se ha convertido en un icono del mundo craft gracias a su personalidad aspiracional y a su packaging diferencial.

Ya a nivel de resultados, Heineken España tuvo un 2018 estable, disminuyendo ligeramente su volumen de cerveza en un dígito porcentual -sin especificar- debido al clima adverso en la primera mitad del año y a un peor comportamiento del turismo en algunas zonas estratégicas, según afirmó la empresa en su presentación global de resultados.

Ambar y La Salve inauguran fábrica y amplían distribución

Aunque las inversiones en el sector son constantes, destacan la puesta en marcha de sendas plantas de La Zaragozana y La Salve por la implicación que tienen en su negocio. La elaboradora aragonesa, más conocida como Cervezas Ámbar, está de estreno en 2019 con la finalización de las obras de su nueva fábrica en La Cartuja, en la que ha invertido cerca de 100 M€ desde 2015. Las nuevas instalaciones, que ocupan 86.000 m², tienen capacidad para elaborar 240 MI al año. Esta fábrica convivirá con la antigua planta que la compañía ocupa en el barrio de San José y que cuenta con capacidad para unos 100 MI. Si bien, esta última quedará para las elaboraciones especiales y las cervezas de corta producción ('Ambiciosas' y otras), además de albergar un museo de la cerveza. Este aumento de capacidad coincide con una mayor distribución a nivel nacional de sus marcas. Así,

Grupo Ágora sigue reforzando su expansión mediante alianzas, como es el caso de la que mantiene con Calidad Pascual, que ha incluido recientemente la referencia del grupo 'Marlen de Ambar' para el canal horeca. Con la cesión de esta marca, Calidad Pascual distribuirá 'Marlen' en gran parte del territorio nacional, a la vez que sigue desarrollando 'Ámbar' donde ya la distribuía desde 2016, es decir, Barcelona, Valladolid, Santander, Cádiz, Alicante, Palma y Madrid. Cervezas Ámbar terminó 2018 con una producción de 94 MI, incluyendo los 15,4 MI que elabora para la empresa del grupo Cervezas Moritz. La aragonesa sigue apostando por la innovación a través de la gama de cervezas de temporada 'Ambiciosas', con el lanzamiento de las variedades 'Imperial Citrus', 'Mari Castaña' y 'Monte Perdido' en los últimos meses. Una gama en la que ha dejado como permanente la primera que lanzó: 'Ambar 10'.

También ha recogido sus frutos tras poner en marcha su fábrica la bilbaína Cervezas La Salve. La empresa, participada en un 42,9% por Mahou San Miguel, sigue afianzando su negocio en Euskadi a la vez que ha iniciado la



Fuente: Nielsen (TAM Marzo'19)



expansión nacional. De ese modo, La Salve cerraba 2018 con 1,8 MI comercializados, el 65% de ellos en suelo vasco y con una facturación de 2,1 M€. Estas cifras suponen un incremento del 30% en volumen y del 40% en valor respecto al año anterior. La fábrica ha arrancado con tres productos nuevos en formatos de barril y tercio y produce a un ritmo de 200.000 l anuales. 'La Salve' es la segunda marca preferida por los consumidores en Bizkaia y la tercera de Euskadi y focaliza su presencia en el canal horeca y en la zona Norte Peninsular (País Vasco, Asturias, Cantabria, Navarra, La Rioja), aunque también llega ya a grandes ciudades como Barcelona, Madrid, Alicante y Valencia. Mientras, en el canal de alimentación tiene presencia nacional a través de la cadena Carrefour. Gracias a esta expansión,

prevé crecer otro 30% en 2019 y alcanzar los 2,4 MI comercializados.

La lata y las IPAs se imponen en la categoría artesanal

La producción de cervezas artesanas sigue creciendo, pese a tener todavía un peso pequeño sobre el consumo cervecero total en España (entre el 1% y el 2%), hasta situarse sobre los 240.000 hl, un 33% más que en 2017, año en el que había crecido un 44%. Por su parte, la facturación generada se situó en 66 M€, registrando un aumento del 29%, según datos del Observatorio Sectorial DBK de Informa. Este informe sostiene que para el bienio 2019-2020 se mantendrá la tendencia alcista de las ventas, con ascensos anuales en valor superiores al 20%, de forma que la facturación podría

llegar en 2020 a los 100 M€. El número de microcerveceras continúa aumentando, si bien se observa una moderación del ritmo de crecimiento, registrándose 522 empresas en abril de 2019, 11 más que en el mismo mes del año anterior y cerca de 80 más que en 2016. Cifra que Cerveceros de España sitúa en 538 cerveceras para 2018, 18 más que el año anterior.

Dos de las tendencias que mejor han evolucionado en esta categoría y que van a la par son la implantación cada vez mayor de la lata, por sus ventajas a la hora de conservar la cerveza y a nivel logístico, así como de las cervezas estilo IPA, a la que se han apuntado tanto grandes marcas como 'Mahou Cinco Estrellas' o 'Cruzcampo' y casi todos los elaboradores artesanales y los especialistas en cervezas de importación.



Dentro de los elaboradores artesanos lo han hecho con especial incidencia las firmas Arriaca, Espiga, Montseny y La Virgen.

En el caso de la alcarreña Arriaca, una de las pioneras en apostar por este envase, la lata fue en 2018 el formato más demandado representando el 50% de su producción, seguido por la botella de vidrio (35%) y el barril (15%). Asimismo, por tipos de cervezas, las de estilo IPA (IPA, Session IPA e Imperial Red IPA) doblaron su producción frente al año anterior, lo que da una idea del auge que tienen actualmente las cervezas altamente lupuladas. "Además de sus ventajas logísticas -pesa menos y se apila fácilmente-, las características óptimas de conservación para cervezas aromáticas y lupuladas han permitido abrir puertas y canales de distribución" en el comercio generalista y en grandes superficies, señala su CEO Jesús León. Como compromiso con este formato, Arriaca ha suscrito recientemente un convenio de colaboración con el grupo Ball, el mayor productor mundial de latas de bebidas. Arriaca superó en 2018 los 500.000 l de producción, un 38% más que el año

En la gran distribución, las tres primeras compañías aglutinan el 54,3% del volumen comercializado

anterior y la previsión para este ejercicio 2019 es de crecer en torno al 35%. Por ese motivo, la empresa afronta a medio plazo la ampliación de sus instalaciones, ubicadas en Yunquera de Henares (Guadalajara).

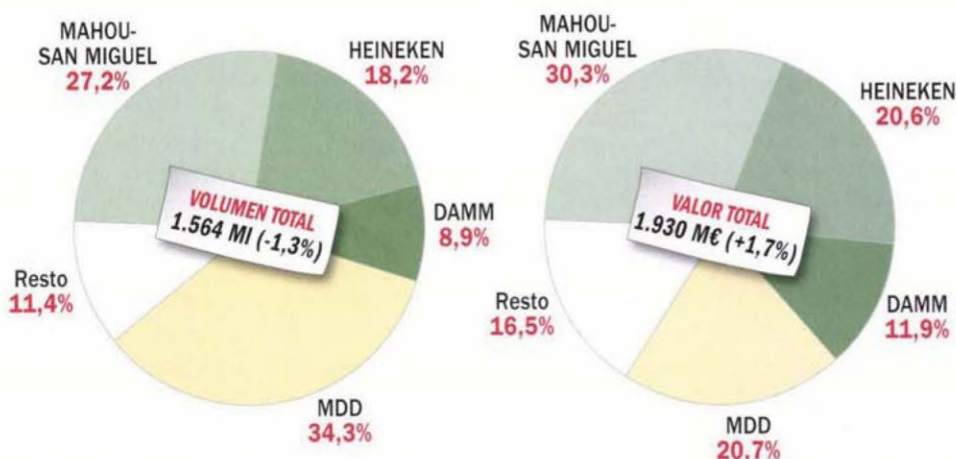
Cervezas Espiga también se ha estrenado en el formato lata, pero en su caso de 44 cl, con tres nuevas cervezas de la serie 'Espiga Double Dry Hopped IPA's', a la que posteriormente ha sumado la cerveza 'Mosaic', la primera en ese formato que se incorpora de modo permanente a su catálogo. 'Mosaic' es una American Pale Ale que originalmente formaba parte de la serie de monovariales de lúpulo "Espiga Hop Collection Series", que lanzó el 2015. Teresa Galván, directora de ventas de la empresa, considera que "Cerveza Espiga sigue

apostando por un formato que ha llegado para quedarse en el sector de la cerveza artesana, especialmente en aquellos locales que además ofrecen la posibilidad de que los consumidores puedan llevarse la cerveza a casa o para consumir on the go". Espiga alcanzó una producción de 190.000 l en 2018, lo que supone un incremento del 26,7% respecto al año anterior. Asimismo, la firma catalana Montseny quiere ganar cuota de mercado en el canal horeca y, por ello lanza en lata la nueva 'Montseny Lager', "sencilla pero con carácter y dirigida al gran consumidor". Además, tiene previsto crear nuevas referencias exclusivas en lata porque es un formato que "permite una mejor conservación del producto", señalan. También, la madrileña La Virgen ha hecho una importante apuesta por este envase instalando una línea en su fábrica de Las Rozas.

La Virgen afronta el mercado nacional

Cervezas La Virgen, filial desde 2017 del grupo AB InBev, se consolida en el ámbito de las cervezas artesanales y afronta su expansión a nivel nacional en la gran distribución y en hostelería con red en provincias como Sevilla, Valencia y Valladolid, entre otras. Actualmente, sus cervezas se comercializan en unos 1.600 puntos de venta, en un 75% del canal horeca y un 25% a gran distribución y exportaciones. Así, en 2018 La Virgen comercializó más de 1 Ml, frente a los 800.000 l del año anterior, y elevó su facturación un 40,5% hasta alcanzar los 5,2 M€. Y en lo que llevamos de 2019, la marca acumula un incremento del 50% en ventas. Unas cifras que le posicionan como la mayor cervecera craft de España, a la par en términos de volumen de su homóloga La Sagra Brew. Estos crecimientos se explican por varios aspectos. El año pasado, La Virgen cerró un acuerdo

Reparto de las ventas de cervezas en la **distribución organizada** por grupos



(*) Periodo de 52 semanas finalizado el 31 de marzo de 2019.

Fuente: IRI



con Mercadona para introducir su principal referencia en los lineales de más de 300 centros de la cadena de la zona centro peninsular. Esta mayor presencia en el retail, unido a otras alianzas comerciales -como la que cerró con las pastelerías Mallorca- y la apertura de cervecerías propias han sido claves también en su evolución.

Para asumirla, la cervecera ha realizado mejoras su planta, entre ellas, la instalación de una nueva línea de envasado en lata para 3.500 ud/h y nuevos tanques de fermentación, entre otros equipos, por lo que ha ampliado su superficie con una nave anexa de unos 600 m². Con estas mejoras, la planta se dota de una capacidad para elaborar 3,5 Ml. La puesta en marcha de la línea de envasado en lata, formato que se impone entre las artesanales, le permitió lanzar

en septiembre del año pasado su variedad lager en 33 cl, que podría ampliarse también a lata de 50 cl. Asimismo, ha ido lanzando otras elaboraciones temporales en lata, su variedad '360' y más recientemente su IPA fresca permanente, de 6,5° y sin pasteurizar. Este formato le permite llegar a nuevos momentos de consumo on the go como en parques, fiestas, playas, piscinas, práctica de deportes, etc. y está más enfocado al canal de alimentación, tanto a las tiendas especializadas como a grandes superficies. La estrategia es ir sacando las principales variedades de cerveza en lata durante 2019, un formato que considera complementario, por tanto, a la botella.

Actualmente, 'La Virgen' tiene 6 variedades de cerveza craft anuales en su portfolio que complementa

con ediciones limitadas que cambian cada año como Castañas, Negra, Buena Esperanza o 720, su doble IPA y otras nuevas creaciones.

En este sentido, la cervecera ha desarrollado el concepto "Vivero", un lugar de experimentación dentro de su fábrica de Las Rozas con barricas y fudres donde se busca la creación de cervezas diferentes con frutas de nuestro país -ya ha elaborado con ciruelas claudias, paraguayas, mora-frambuesa-. Otra de sus líneas de negocio que siguen ampliando son las cervecerías. A día de hoy cuenta con 6 taprooms en Madrid capital, a los que se sumarán dos nuevos locales en 2019, y el propio brewpub que tiene dentro de la fábrica. Su última inauguración ha sido 'La Virgen 154' en Madrid, un proyecto en común con la firma de restauración Kitchen 154.



La Sagra y Molson Coors proyectan aperturas de cervecerías

Precisamente, una de las líneas de negocio naturales y complementarias de muchas compañías del segmento craft es la apertura de cervecerías. En este punto, la toledana La Sagra Brew, junto con su matriz Molson Coors (51%), ha anunciado un ambicioso plan de aperturas de establecimientos bajo el modelo de franquicia. Y lo han hecho junto con el grupo de capital español Dihme

(Franchise Restaurant Explorer), promovido por exdirectivos del Banco Santander y dedicado a la gestión y desarrollo de franquicias de restauración y ocio. De ese modo, tiene previsto desarrollar en exclusiva en España dos redes de franquicias de restauración: 'Blue Moon Tap House', para las marcas de Molson Coors, y 'La Sagrada Fábrica', para La Sagra. Dihme hará de masterfranquiciado de ambas enseñas en nuestro país con el objetivo principal de abrirse un hueco en el nicho de la restauración organizada nacional potenciando el

segmento de la cerveza artesanal. El objetivo es abrir 25 y 35 restaurantes, respectivamente, de cada marca en los próximos cuatro años, tanto en franquicia como controlados directamente por Dihme.

Se pondrán en marcha primero un restaurante 'Blue Moon' y dos 'La Sagrada Fábrica' en Madrid capital. Y a finales de año se pondrá en marcha el primer local franquiciado de esta marca en la periferia de la zona norte de la capital. "Parte de nuestro éxito se basa en haber democratizado el consumo de cerveza artesanal, con

Principales importadores de cervezas en España (M€)

Empresa	Facturación 2018 (M€)	Volumen 2018 (hl)	Principales Marcas
AB-INBEV SPAIN (GMODELO EUROPA)	67,28	427.395	Corona, Budweiser, Negra Modelo, Modelo Especial, Pacífico Clara, Beck's, Löwenbräu, Franziskaner, Spaten, Stella Artois, Leffe, etc.
INSULAR CANARIAS DE BEBIDAS (1)	39,09	307.536	Heineken, Paulaner, Affligem, Desperados, Judas, Birra Moretti, Sol, Foster's Lager, etc.
SUPER BOCK ESPAÑA	5,50	50.000	Super Bock, Cristal
VINOS I.M. CRUSAT	12,10 (2)	50.000	Birra Baladín, Stone Brewing, Chimay, Oskar Blues, Krombacher, Pilsner Urquell, etc.
TECNOBRAU	4,00	50.000	Veltins, Erdinger, Grevensteiner, Maisel
SWINKELS FAMILY BREWERS IBÉRICA (4)	4,00 (3)	45.000	Bavaria, Bavaria 0.0, 8.6, La Trappe, Urthel
MOLSON COORS SPAIN	n.d.	40.000	Carling, Coors Light, Blue Moon, Staropramen, Doombar, Miller
FRUTAPAC	8,89 (2)	33.000	Quilmes, Krombacher, Clausthaler, Schwaben Brau, Kirin, Chimay, Cannabia, DAB, Heleccine, etc.
FASSBIERE	3,80	18.000	Krombacher, Bombardier, Schneider Weisse, Te Deum, Koenig Pilsener, etc.
CERVEBEL	2,90	12.000	Barbar, Chimay, Orval, Porterhouse, Samuel Adams, Weihenstephan, Samichlaus, Westmalle, etc.
ORIENTAL MARKET	40,00	4.250	Tiger, Sapporo, Cass, Saigon, Bintang
ASAHI BRANDS EUROPE (4)	3,00	n.d.	Pilsner Urquell, Kozel, Tyskie
COMERCIAL MASOLIVER	27,00 (*)	n.d.	Cobra, Palma Cristal, Budejovicky Budvar, Cubanero Fuerte, Zywiec, 1488, Feldschlösschen, Flensburger
Marcas distribuidas por fabricantes nacionales			
GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL	1.298,60	n.d.	Carlsberg, Warsteiner, Kronembourg, Grimbergen, Tetley's, Founders, König Ludwig
HEINEKEN ESPAÑA	1.008,50 (5)	n.d.	Foster's Lager, Judas, Guinness, John Smith's, Paulaner, Newcastle Brown Ale, Sol, Affligem, Murphy's
HIJOS DE RIVERA	507,80	n.d.	Erdinger, Grolsch, Brew Dog, O' Haras, Peroni, De Halve Maan
CIA. CERVECERA DE CANARIAS	138,08	n.d.	Carlsberg, Guinness, Corona, Budweiser, Stella Artois, Leffe, Negra Modelo, Pacífico Clara
GRUPO AGORA (LA ZARAGOZANA)	92,20	n.d.	Veltins, Bitburger, Praga, Sierra Nevada, Licher, etc.

(*) Estimación. (n.d.) No disponible.

(1) Filial de Heineken para Canarias. (2) Incluye la facturación por otros productos ajenos a la cerveza.

(3) Nueva denominación de Bavaria Ibérica desde septiembre de 2018.

(4) Nueva denominación de SaMiller Brands Europe desde abril de 2017, tras la venta de varias de sus marcas internacionales a la cervecera japonesa Asahi.

(5) Cifras del ejercicio 2017.

Fuente: Alimarket Gran Consumo



multitud de marcas y variedades, e incluso cervezas estacionales. La cerveza es una bebida popular que tiene que relacionarse con la gastronomía y con el ocio", señalan desde la compañía.

La Sagra, que ya cuenta con un taproom en su fábrica de Numancia de La Sagra (Toledo), ha renovado y homologado la imagen de sus tres principales marcas -'La Sagra', 'Burro de Sancho' y 'madri'- para ganar visibilidad en el lineal de las grandes superficies y en hostelería. Para este canal ha sacado también su sistema de grifo bajo la marca 'La Sagra Bohemia', que ha comenzado a implantar en Toledo y zonas limítrofes. La Sagra ha logrado en tan solo 7 años convertirse en la cervecera artesanal colider en España junto con La Virgen, ya que preveía alcanzar los 1 Ml este 2018, un 33%

más que el año anterior. Por canales, La Sagra destacaba un aumento del 14% en retail en los ocho primeros meses del año, que para el ejercicio completo espera elevar al 30% con el cambio de imagen. Las cervezas de La Sagra se pueden encontrar en grandes superficies como Carrefour, Lidl, El Corte Inglés, Alcampo, Costco o Mercadona. Mientras que en hostelería el incremento registrado era de un 84%. Si bien, la buena climatología de 2019 y su expansión le llevará -según sus propias previsiones- a alcanzar los 4,5 o 5 M€ de facturación este año.

Nuevos proyectos financiados mediante crowdfunding

El creciente interés de los consumidores por la cerveza artesanal está llevando a muchas pequeñas

y medianas marcas a acometer ampliaciones de capacidad. Una de las fórmulas más extendidas para financiar estos proyectos es hacerlo mediante la puesta en marcha rondas de financiación a través de plataformas especializadas. Por citar algunos de los numerosos ejemplos que se han materializado en estos últimos meses, están los de Dougall's, Cerveces La Pirata, Cierzo Brewing o Gabarrera.

La cántabra Dougall's cerraba recientemente con éxito una ronda de financiación a través de la plataforma Fellow Funders, en la que ha logrado captar 1,2 M€. Esta operación le servirá para ampliar sus actuales instalaciones en Liérganes (Cantabria), donde ha adquirido unos terrenos colindantes de 3.000 m². De ese modo, pasará de tener una capacidad para 350.000 l a cerca de



1 Ml. El proyecto incluye una nueva sala de cocción, cámara frigorífica, sala de fermentación, centrifugado, limpieza de tanques, almacén de materias primas y embalajes, además de contar con una zona de tap room y restaurante.

También la cervecera de reciente creación Cierzo Brewing ha cerrado una ronda de financiación de 437.500 € a través del marketplace de inversión Crowdcube para dar impulso a su proyecto. Cierzo Brewing nace de cuatro empresas de Zaragoza con amplia experiencia en el mundo de la cerveza que unen sus fuerzas para lanzar una nueva marca de cerveza artesana y convertirla en un referente nacional. Las empresas son Hoppy, la cervecera especializada más grande de Aragón; GourPass y Lupulus,

distribuidoras especializadas, con más de 300 puntos de venta en España y 200 en Europa y Canadá, y Populus, con Sergio Ruiz a la cabeza como maestro cervecero y más de 15 años de experiencia. 'Cierzo' salió al mercado en septiembre de 2018 con el objetivo de alcanzar los 500 puntos de venta en 2019 y los 100.000 l de cerveza producidos. Su capacidad de elaboración a día de hoy es de 64.800 l anuales, que elevará hasta los 97.200 l con la apertura de un brewpub y el traslado de la actual fábrica de Caspe a una nueva nave de unos 600 m².

Más modesta ha sido la operación de Cerveces La Pirata, creada en 2012 en Súrria (Barcelona), que lograba una financiación de 150.000 € a través de Crowdcube para abrir

su primer bar, ubicado en el barrio madrileño de Malasaña, del que toma su nombre: La Pirata de Malasaña. Este primer local cuenta con dieciséis tiradores de cerveza y el objetivo de la marca a medio plazo es abrir otros en Madrid, Sevilla y Barcelona. Actualmente, La Pirata ofrece hasta 20 referencias de cerveza distintas que se comercializan en más de 15 países y para este ejercicio la empresa preveía situar las ventas en 250.000 l, con una facturación de 750.000€.

La mayor oferta de especialidades y artesanas frena las importaciones

Al comienzo de este Informe se destacaba que el volumen de cerveza importada bajó un 3%

Principales elaboradores de cervezas artesanales en España

Empresa	Localidad	Ventas	Producción	Marcas
		2018 (M€)	2018 (litros)	
CERVEZAS LA VIRGEN	Las Rozas (M)	5,20 (1)	1.000.000	La Virgen
LA SAGRA BREW	Numancia de la Sagra (TO)	2,50	1.000.000	La Sagra, Burro de Sancho, Madri, Blue Moon
BARCELONA BEER COMPANY	Barcelona	1,00	600.000	Barcelona Beer
PREMIUM BEERS FROM SPAIN	Xátiva (V)	1,00 (*)	600.000 (*)	Socarrada, ER Boquerón, TORO
CERVEZAS ARRIACA	Yunquera de Henares (GU)	1,50	520.000	Arriaca
CERVEZA TYRIS	Paterna (V)	1,30	400.000	Tyris
CIA. CERVESERA DEL MONTSENY	Sant Miquel de Balenyà (B)	1,20	400.000	Montseny
CERVEZAS LA CIBELES	Madrid	1,00 (*)	400.000 (*)	La Cibeles
CERVECERA ESTRELLA DEL NORTE	Villadangos del Páramo (LE)	n.d.	346.000 (2)	Kadabra
CERVEZAS ARTESANALES DE CANTABRIA	Liérganes (CAN)	1,08	329.500	Dougall's
CERVESES LA GARDENIA	Tarragona	0,70 (*)	275.000 (*)	Rosita, Carmen
CERVEZAS MICA	Aranda de Duero (BU)	0,53	210.000	Mica, Casa de Alba, Bertin Osborne, Yellow Cab, etc.
CIA. DE CERVEZAS DE EXTREMADURA	Zarza de Granadilla (CC)	0,90	180.000	Cerex
COMPANYA ARTESANA MAIANS	Sant Llorenç d' Hortons (B)	0,55	170.000	Espiga
CERVEZAS DOMUS	Toledo	0,30	150.000	Domus
CERVEZAS SAN FRUTOS	Segovia	0,50	140.000	San Frutos
MATEO & BERNABÉ ALIM. ARTESANOS	La Rioja	0,20	130.000	Mateo & Bernabé, Little Bichos
BASQUELAND BREWING COMPANY	Hernani (GUI)	n.d.	130.000	Aupa, Arraun, Equinox, etc.
MONKEY BEER	Toledo	0,30 (*)	120.000	Monkey
CERVECERA PENÍNSULA	Alcobendas (M)	n.d.	100.000	La Granja, Galactic Sunrise, Hazy Vibes
SHERRY BEER	Jerez de la Frontera (CA)	0,15	60.000	15&30
CERVEZAS ENIGMA	Alcalá de Henares (M)	0,27	58.000	Enigma, Enigma Hidromiel, Enigma Abbey

(n.d.) No disponible. (*) Estimación.

(1) Ingresos totales, incluyendo el negocio de sus taprooms. (2) Cifra de 2017.

Fuente: Alimarket Gran Consumo



en 2018, situándose en los 4,7 M hl. Francia, Alemania y Países Bajos fueron los principales países de origen. Un descenso que bien podría explicarse por la amplia variedad de especialidades lanzadas al mercado tanto por las grandes marcas como por las cerveceras artesanales, especialidades que antes se concentraban más en estas marcas de importación. En esta categoría, la filial española de AB InBev (GModelo Europa) se posiciona como primer operador, junto con el volumen en referencias de importación que mueve su filial Cervecera de Canarias, que desde 2018 ha asumido su catálogo en el Archipiélago. Un caso similar al de Heineken España, que además de llevar un amplio catálogo opera en las Islas con la filial Incabe. A falta de datos concretos, conjuntamente

estarían entre los primeros puestos de este ranking. Volviendo a AB InBev Spain, la compañía no notó esta bajada y por contra experimentó en 2018 un aumento de las ventas del 5% hasta comercializar 427.395 hl. 'Corona' tuvo un mejor comportamiento que el resto de enseñas en términos de volumen, con un crecimiento en alimentación del 13,2%, mientras 'Budweiser' mejoró un 10%. Entre las dos representan conjuntamente el 60% de sus ventas.

Este año, la compañía tiene previsto lanzar 'Budweiser 0,0', una novedad que será en primicia para España, ya que es el mayor mercado consumidor de cervezas sin alcohol de Europa. Esta nueva cerveza ha sido sometida a un proceso final de destilado en vacío para retirar el alcohol y mantener el sabor. Para la compañía, este lanzamiento es

doblemente importante porque se trata de una marca muy asociada al fútbol y al ofrecer la opción de una cerveza sin alcohol completa la oferta y mejora la salud de la misma. A su vez, encaja con la iniciativa de consumo inteligente del grupo (Global Smart Drinking Goals) a nivel mundial para 2025 por la que se ha comprometido a que un 20% de su volumen esté compuesto por cerveza sin alcohol o de baja graduación. Además de esta novedad, introducirán en el mercado español la referencia craft americana 'Goose IPA'.

Otro de los movimientos destacados en el área de cervezas de importación es el de la firma holandesa Bavaria, que ha iniciado una nueva etapa adoptando el nombre de Swinkels Family Brewers. Este cambio, según explica



la compañía, obedece a una mejor representación de la diversidad de marcas, tanto propias como de terceros, que la firma representa. Entre ellas, la más representativa es la propia 'Bavaria', que como icono corporativo permanecerá a partir de ahora en un segundo plano. Además, la nueva denominación les permite posicionarse como una "cervecera

familiar independiente", señalan. La compañía ha ido incorporando nuevas cervecerías y marcas a su negocio en los últimos años mediante adquisiciones y alianzas. Unas incorporaciones que llegarán a España de la mano de su nuevo distribuidor, la catalana Destileries del Maresme Brands. Bajo su gestión iniciará, primero en horeca en

zonas costeras y de fuerte afluencia turística y luego en retail y grandes ciudades, de una gama más amplia y especializada de cervezas. Desde la familia '8.6' para un consumidor joven, a las especialidades 'La Trappe', 'Palm' y 'Rodenbach', además de la más estándar 'Bavaria'. Hasta ahora, la filial comercial para Iberia comercializaba unos 45.000 hl

Principales lanzamientos en el sector de cervezas (1)

Empresa	Marca	Descripción del lanzamiento
AB INBEV SPAIN	Goose IPA	Cerveza artesanal de importación estilo IPA
CERVESERA DEL MONTSENY	Montseny Lager	Cerveza artesanal lager para el canal horeca
CERVEZA ESPIGA	Mosaic	Cerveza artesanal en lata
CERVEZAS MORITZ	Moritz 7	Cerveza Lager 100% malta
CERVEZA MUSTACHE	Mustache Carnívora	Cervezas artesanal
CERVEZAS LA VIRGEN	La Virgen IPA	Cerveza artesanal etilo IPA en lata
CIA. CERVEZAS DE EXTREMADURA	Cerex Ibérica de Bellota	Cerveza artesanal de bellota sin gluten
COOLUMBUS BEER COMPANY	Coolumbus	Cerveza artesanal salmantina
DAMM	Rosa Blanca	Cerveza de Baleares, relanzamiento
	Free-Damm	Cerveza sin alcohol, reformulación y nueva imagen
FARTONS POLO/TYRIS	Xata	Cerveza artesanal de chufa
	Rogue Ales	Cervezas artesanales de EE.UU.
FASSBIERE	Anchor IPA	Cerveza estilo IPA de San Francisco
	Te Deum IPA	Cerveza belga estilo IPA
GRUPO ÁGORA	Ambar Citrus Imperial	Cerveza especial con limón negro
	Ambar Monte Perdido	Cerveza especial con levaduras salvajes
	Amstel Oro 0,0	Cerveza tostada sin alcohol
	Cruzcampo Especialidades	Variedades IPA, APA y Trigo
	El Aguila/El Aguila sin filtrar	Cerveza de Madrid
	El Acázar	Cerveza de Jaén
HEINEKEN ESPAÑA	Guinness Nitro IPA	Cerveza irlandesa tipo IPA nitrogenada
	Lagunitas	Gama de cervezas craft californianas
	Desperados Sangre y Mojito	Cerveza con un toque de tequila y uvas rojas; y sabor mojito
	Amstel Radler 0,0	Cerveza con limón y sin alcohol
	18/70	Cerveza de Donosti
HIJOS DE RIVERA	Straffe Hendrik y Brugse Zot	Cervezas belgas craft
LA SALVE	Sirimiri, Txirene, Botxo	Cervezas locales de Bilbao
	San Miguel Magna	Cerveza Golden Lager
	Grimbergen Belgian Pale Ale	Cerveza belga de abadía tipo pale ale
	Alhambra Especial Radler	Cerveza especial con zumo de limón
MAHOU SAN MIGUEL	Mahou Cinco Estrellas Radler	Cerveza con zumo de limón
	IPA Mahou Cinco Estrellas	Cerveza estilo IPA suave
	Mahou Maestra Dunkel	Cerveza lager tostada
	Las Numeradas De Alhambra	Cervezas especiales Jerez, Amontillado, Palo Cortado
ORIENTAL MARKET	Cass	Cerveza de Corea
PASION DE DUERO	Mica Flor de Encina	Cerveza artesanal para maridar con jamón

(1) Desde junio de 2018 a junio de 2019. Por orden alfabético. No se incluyen las ediciones muy limitadas o de temporada.

Fuente: Alimarket Gran Consumo



anuales, con mayor presencia en la gran distribución (70% de sus ventas).

También la belga Duvel ha decidido establecerse directamente en España montando una filial comercial y cesando su acuerdo con Hijos de Rivera. Este cambio obedece al impulso y la diversidad que muestra actualmente en España el consumo cervecero, según afirma su director comercial, Rodolphe Langerock. Este nuevo contexto es consecuencia de la irrupción de las cervezas artesanales y del dinamismo que su aparición ha supuesto también para el resto de compañías del sector. También, el peso del turismo belga en las costas de Levante y Andalucía ha sido una de las razones para implantarse comercialmente en nuestro país. La filial Duvel Moortgat España únicamente no cubrirá Canarias, que será abastecida directamente

por la matriz belga. Comercializará cinco de sus marcas principales: 'Duvel', en las variedades clásica y triplel hop; 'Chouffe' (rubia, negra, IPA y frutos rojos); 'Vedett' (pilsner premium, trigo e IPA); 'Liefmans', cerveza craft de frutos rojos y baja graduación (3,8°); y la cerveza de abadía 'Maredsous' (rubia, tostada

y triple). Además de estas marcas permanentes, traerá otras ediciones temporales y especiales, que irán rotando. Desde la nueva filial abordará el canal de retail, mientras que para la hostelería contará con distribuidores especializados -como es el caso de la madrileña Fassbiere-, hasta un total de 20.

Inversión publicitaria en cervezas por marcas en 2018 (real estimada)

Marca/Empresa	M€	% Var'17
Estrella Damm/DAMM	7,6	50,4%
Mahou/MAHOU-SAN MIGUEL	5,5	16,2%
Amstel/HEINEKEN	5,3	40,0%
San Miguel/MAHOU-SAN MIGUEL	5,1	-4,9%
Cruzcampo/HEINEKEN	4,9	43,0%
Total cervezas	57,85 M€	13,4%

Fuente: INFOADEX