



Sagrario Sáez Mejía

Responsable de Innovación de Heineken España

“La cerveza crece en consumo y valor”

Sagrario Sáez Mejía, responsable de Innovación de Heineken España, mantiene una conversación con este medio sobre el buen estado del sector cervecero

Por Y. G.

El buen estado del sector de la cerveza, con una producción en España de 38,4 millones de hectolitros en 2018, lo que supuso un crecimiento del 2,2 por ciento, está provocando que los grandes de la cerveza se animen a sacar nuevas variedades. Un ejemplo es Heineken que en lo que va de año ha presentado 14 tipos de cerveza.

¿A qué se deben estos 14 nuevos lanzamientos?

Estamos viviendo un momento apasionante, un desarrollo de cultura cervecera como nunca antes en nuestro país: cada vez hay más personas que aman la cerveza y que quieren probar nuevas variedades. En Heineken siempre ponemos al consumidor en el centro, escuchándolo y adaptando nuestras propuestas a sus gustos y preferencias; y apostamos por la innovación como motor de crecimiento y como un elemento transversal a toda la compañía. Por ello, fruto de nuestros más de 150 años de experiencia cervecera, y en un momento en el que el consumidor busca opciones diferenciadoras y de cercanía; respondemos a las últimas tendencias del mercado con la gama de cervezas y *cider* más completa de nuestra historia, para satisfacer todo tipo de gustos.

En las últimas décadas la cerveza va ganando enteros en España, es una tendencia que está para quedarse. La cerveza en España es la

bebida fría más consumida en hostelería, y en los últimos años ha crecido el consumo y la producción, pero sobre todo la categoría está aumentando su valor, desarrollándose y sofisticándose. Más de 500 marcas de cerveza han surgido en los últimos años, lo cual ha aportado al sector un mayor dinamismo, que sin duda ha sido muy positivo.

Este tipo de lanzamientos también se debe a que la cultura cervecera española es cada vez más madura. Sin embargo, ¿tienen miedo de que el mundo de la cerveza se vaya ennobleciendo como le ha pasado al vino?

El consumidor español ha cambiado mucho en los últimos años, hoy en día estamos más informados que nunca y tenemos más interés no solo en probar nuevos productos, sino también en conocer sus ingredientes, dónde y cómo se elaboran. La cerveza está viviendo efectivamente un momento de auge y hay quien la compara con el vino por este proceso que está viviendo de sofisticación, con cada vez mayor variedad, donde se pone el valor el maridaje con la gastronomía, etc. No obstante, pensamos que la cerveza es una bebida muy democrática y accesible, y que se puede disfrutar sin ser un experto en la misma. Un claro ejemplo son las nuevas variedades de Cruzcampo: Cruzcampo APA, Cruzcampo IPA y Cruzcampo Trigo, que van dirigidas a “expertos cervecedores, o no”, es decir, buscan democratizar la categoría de cerveza artesana y ponerla al alcance de todos los consumidores: tanto para los expertos como para los que simplemente quieren descubrir nuevas propuestas con la confianza de su marca de siempre.