



► 21 Enero, 2020

10

INDUSTRIA

elEconomista

Alimentación

LA VIRGEN QUIERE LIDERAR EL MERCADO DE CERVEZAS SELECTAS

La cervecera madrileña busca posicionarse a corto plazo como una cerveza súper 'premium' en Madrid, tanto en barril como en botella, y a largo plazo hacer lo propio en el resto de España

JUAN IGNACIO ÁLVAREZ

Cervezas La Virgen, propiedad de AB InBev, el mayor fabricante de cervezas del mundo con sede en Lovaina (Bélgica), y que presume de ser la cervecera artesana de España que más volumen fabrica de su propia marca, se ha propuesto liderar el mercado (a corto plazo en Madrid, y a largo en el resto del país) de las denominadas cervezas súper *premium*, una categoría relacionada con un precio alto, pero contenido, y su posicionamiento en el mercado, cuya gran aceptación entre los consumidores lo demuestran crecimientos anuales del 15%. Las cifras avalan esta pretensión, ya que La Virgen cerró 2019 con una facturación de 8,3 millones de euros, un 67% más que el año anterior, al tiempo que ha duplicado su producción con respecto al ejercicio anterior. "En 2018 fabricamos un millón de litros y en 2019 hemos fabricado 1,9 millones", explica Jaime Riesgo, maestro cervecero y consejero delegado de La



Cerveza de castañas, una elaboración estacional de La Virgen. EE



► 21 Enero, 2020

11

INDUSTRIA

elEconomista

Alimentación



Fábrica de La Virgen en la localidad madrileña de Las Rozas. EE



Virgen. La apertura locales nuevos, gestionados por la marca bajo el nombre de *taprooms*, en los que se sirve cerveza de barril y comida, así como el crecimiento en países como Francia, Inglaterra, Holanda y Rusia también ha contribuido a impulsar la ventas, dice Riesgo, quien añade: "Para 2020 la idea es crecer un 60%, facturar 13 millones de euros, y llegar a los 3,7 millones de litros".

El objetivo de La Virgen, "porque creemos que hay un potencial brutal", sostiene Riesgo, es seguir desarrollándose en Madrid donde la marca tiene el 95% de su negocio en el apartado de hostelería y pequeñas tiendas cerveceras. Los consumidores están cambiando sus preferencias y los locales están dispuestos a poner cerveza de barril de una marca diferente como la nuestra". La Virgen también confía en incrementar su cuota de negocio en las grandes superficies. En este sentido acaba de firmar un acuerdo con Mahou San Miguel para que distribuyan su cerveza en los supermercados.

El maestro cervecero y consejero delegado de La Virgen, sitúa su cerveza en el mercado como súper *premium*, que se enmarca dentro de lo que serían las cervezas artesanales o *craft*. Y explica el porqué: "Hacemos la cerveza con los mejores ingredientes; solo utilizamos malta y cebada, levadura y agua. No utilizamos ningún aditivo como estabilizantes de espuma, no utilizamos ningún acelerador de la fermentación. Utilizamos los ingredientes con el único objetivo de dar sabor, no de hacer más rentable la mezcla". La

Una fábrica moderna comprometida con la sostenibilidad

Aunque como recuerdan en La Virgen la cerveza no genera muchos residuos, la fábrica de la cervecera de Las Rozas es un ejemplo de sostenibilidad. "El agua que utilizamos para enfriar el mosto la recuperamos caliente, con lo cual recuperamos la energía. Además, el grano usado va para ganadería, igual que levadura, y estamos trabajando con una empresa cosmética para ver cómo pueden aprovechar el lúpulo", explica el maestro cervecero de La Virgen. El grupo, al que pertenecen, AB InBev, también se ha comprometido a utilizar solo energías renovables. Finalmente, la fábrica va a instalar paneles solares este mismo año de hasta 100 kilovatios de energía solar.

Virgen ofrece más de veinte tipos de cervezas. Una amplitud que, según Riesgo, obedece a la intención de fomentar la cultura cervecera con "una cerveza pura, sin estabilizantes; que está viva; porque no está filtrada ni pasteurizada; y es fresca, porque intentamos rotar muchísimos el producto", calificativos que son las señas de identidad de La Virgen y lo que la diferencia de la competencia. "Este mercado lo hemos creado entre los cerveceros premium, y los cerveceros tradicionales han ido metiendo productos ahí. Antes solo había *core* [cerveza industrial] y *premium* [un escalón por encima] y se creó esa categoría porque el consumidor está dispuesto a pagar un poquito más porque se esté cuidando el proceso y el ingrediente".

La Virgen cuenta en la propia fábrica con un espacio *brewpub* abierto al público para que este deguste las cervezas de la marca junto con alguna de las especialidades de la carta; una hamburguesa, un perrito... Para replicar la experiencia cervecero-gastronómica, La Virgen ha abierto siete establecimientos en los que sirve su cerveza, y en algunos casos comida, con una oferta gastronómica que varía según el local. Todos ellos ubican en zonas céntricas de Madrid, aunque la próxima primavera se va a abrir uno en la localidad de Majadahonda. Riesgo subraya que esta apertura es la única tienen prevista para este año, porque lo que de lo que se trata "es de buscar zonas interesantes donde La Virgen no esté muy extendida y tener presencia de marca. La idea no es desarrollar un modelo de negocio de franquiciado".