

EXPERIMENTOS SOBRE LA CULTURA DE LA BEBIDA

Desarrollo del escenario de microcervecerías en Brasil

En los últimos cinco años, en Brasil se inauguraron como mínimo 40 nuevas microcervecerías. Aunque la participación de mercado de las "microcervecerías" es aún pequeña, gracias a una gama de productos innovadores aumentan las ventas y las ganancias.

Según estimaciones de conocedores del ramo cervecero brasileño, en el país hay actualmente aprox. 200 microcervecerías (hogareñas y profesionales). No se dispone de datos más precisos porque muchos de los osados empresarios pudieron sostenerse financieramente solo durante uno o dos años, y después cerraron las cerveceras.

Por esta razón, también es difícil calcular la cantidad neta de nuevas plantas instaladas después de 2009, pues algunas marcas tradicionales como Baden-Baden, Devassa, Eisenbahn, etc., se vendieron a grupos cerveceros como Brasil Kirin (ex Schincariol).

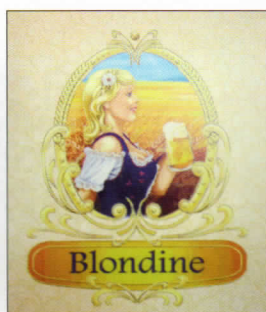
En este sentido, las estimativas varían entre 40 y 90 nuevas microcervecerías.

Si se tiene certeza de que la participación de mercado de todas las cerveceras "caseras y artesanales", con un 0,15 %, es extremadamente pequeña. Pero esto también es válido para las marcas de cervezas especiales y premium de las cerveceras grandes, que por ahora solo tienen un 5 % de la producción total. Ambos segmentos, o sea, el mercado de las cervezas premium y la oferta de las cerveceras pequeñas, crecen rápidamente.

BREWING AND BEVERAGE INDUSTRY ESPAÑOL conversó

con dos expertos del ramo sobre las posibilidades y riesgos de las "microcervecerías": Werner Emmel trabaja desde hace mucho tiempo como asesor técnico de cerveceras en Brasilia, y Matthias R. Reinold, se desempeña como maestro cervecero (VLB Berlín/TU Berlín), en microcervecerías.

BREWING AND BEVERAGE INDUSTRY ESPAÑOL: Sr. Emmel, Sr. Reinold, en la feria "Brasil Brau" de este año, en la degustación de cerveza "Degusta Beer" también participaron una serie de microcervecerías. ¿Es posible estimar aproximadamente cuántas de esas empresas se fundaron a partir de 2009?



Cervecerías artesanales en la Brasil Brau 2013

Werner Emmel: En una lista de Internet se encuentran 40 empresas de ese tipo, las cuales, después de la adquisición en 2007/2008 de marcas tradicionales exitosas por grupos cerveceros brasileños, están nuevamente disponibles en el mercado.

Matthias R. Reinold: Probablemente esas sean las únicas microcervecías que existen actualmente. Contando de forma gruesa y sin considerar las empresas fundadas en 2013, deberían ser como mínimo el doble de esa cantidad.

BBIE: *Ustedes utilizan el término portugués "microcervejarias". ¿Qué exactamente se entiende bajo esa denominación?*

Reinold: En este grupo pertenecen, por un lado, las "cervecías caseras" que producen solo para su propia demanda, y, por otro lado, las "cervecías artesanales", que también abastecen al mercado.

BBIE: *¿Puede mencionarnos algunas de las nuevas fundaciones más conocidas?*

Emmel: Sin pretender abarcar la totalidad, diría que algunas empresas nuevas, como Bodebrown, Burgmann, Dortmund, Fraga, Heilige, Invicta, Opa o Volksbier, han tenido buena resonancia en el mercado.

Reinold: Otras fundaciones nuevas tienen nombres como, por ejemplo, Hunsrück, Magnus Prime o Vera Cruz. Y si se me permite agregar algunas de las marcas que yo mismo atiendo, complementaríala la lista con Dama, Röter y Saint.

BBIE: *Los "cerveceros artesanales" brasileños, ¿qué tipos de cervezas elaboran por regla general?*

Reinold: Producen tanto cervezas de baja como de alta fermentación. Algunos de los "cerveceros artesanales", además de los tipos Pils, Lager, Ale, Stout y Weizen (trigo), también elaboran numerosas variantes de estas categorías principales, como por ej. Bock, Märzen, India Pale Ale, Cerveza Extra Amarga, Porter, Cerveza Negra, etc. Incluso se están haciendo ensayos de cervezas artesanales elaboradas con malta ahumada y sin alcohol.

BBIE: *Esta asombrosa diversidad, ¿es tradicional en Brasil?*

Emmel: En verdad, no. Las microcervecías brasileñas más antiguas al principio servían solo el tipo Pils en barriles, y generalmente en un único local, pero daban gran valor a una producción según la ley de pureza alemana. La cerveza en botellas y las fórmulas de otros países, como EE.UU. o Bélgica, se introdujeron más tarde.

Reinold: A lo largo del tiempo, además de las fórmulas también se modificaron los ingredientes. En la gama de productos de las microcervecías brasileñas actualmente hay también cervezas con

miel, azúcar cande y azúcar bruta, café, chocolate, vino, jengibre, canela, pimienta, como también frutas tropicales y extractos de nueces.

BBIE: *Usted mencionó el avance de las fórmulas de EE.UU. El mercado brasileño de "cervezas artesanales", ¿fue influido por los desarrollos en EE.UU., o progresó de forma espontánea y en otras direcciones?*

Emmel: El rápido crecimiento de las nuevas empresas y marcas seguramente fue también consecuencia de la observación del



A su servicio sin interrupciones.

KHS Innopro ECOSTAB C:

Estabilización perfecta de cerveza en operación continua.



- Benchmark en la estabilización de cerveza
- Sin regulación de baipás
- Libre elección del proveedor de PVPP

Infórmese más detalladamente visitando www.khs.com o escanee el código QR.

KHS

Filling and Packaging – Worldwide

éxito de los “cerveceros artesanales” americanos y de sus productos. No obstante, algunas características cuantitativas también se desarrollaron espontáneamente en Brasil. Y los ensayos con fórmulas de otros países seguramente se deben a la difusión progresiva de las cervezas europeas en la gastronomía brasileña y en el comercio minorista. Los consumidores descubrieron esos sabores, y los fabricantes se adecuaron a las nuevas tendencias.

Reinold: En general, también puede mencionarse que la estabilización de la situación económica en los últimos años, como también la mayor capacidad de compra de marcas premium y de “cervezas artesanales”, tuvieron una influencia positiva. Además, en sus viajes al extranjero, muchos brasileños conocieron otros tipos de cerveza, que no solo apagan la sed, sino que también aumentan el placer de beber. Esto también condujo a un aumento del surtido de ofertas.

BBIE: Por regla general, ¿quién está por detrás de las microcervecerías recién fundadas? ¿Empresas de la industria de bebidas? ¿Inversores financieros? ¿Maestros cerveceros?

Emmel: Ninguno de esos grupos, en los quizá se piense en primer lugar. En mi opinión son principalmente empresarios que previamente tuvieron éxito económico en otros ramos totalmente ajenos, y que entonces buscaron otras oportunidades de inversión.

BBIE: ¿Por ejemplo?

Emmel: Por ejemplo, fabricantes de juguetes, electrodomésticos o textiles. Estos inversores privados tenían ya una relación personal de muchos años con los futuros



Matthias Reinold: Los nuevos fundadores subestiman los importantes costes de inversión para una planta moderna (Foto: Maurício Arraes)

“cerveceros artesanales” quienes, a su vez, aportaban el know-how necesario para la empresa.

BBIE: ¿Cuál es el orden de grandeza de la producción de las microcervecerías brasileñas?

Reinold: Oficialmente esas cifras raramente se indican. Pero puede considerarse que la gran mayoría del total de las 200 microcervecerías brasileñas producen anualmente entre 1.200 y 6.000 hectolitros. Solo en algunos pocos casos se ha alcanzado una producción de 30.000 hl por año.

BBIE: ¿Cuál es el precio de venta que pretenden las empresas?

Reinold: El precio final de venta depende de la capacidad adquisitiva de la región, de los costes de fabricación – que para las cervezas artesanales es naturalmente mayor que para las cervezas industriales – y de la carga impositiva. Por experiencia, diría que en base a esos criterios de cálculo, el precio de un litro de cerveza de barril en la gastronomía está entre 4 y 10 euros, y para la cerveza embotellada en el comercio minorista (botella desechable de 0,6 litro) entre 4 y 6,50 euros.

BBIE: Usted mencionó diferencias regionales en la capacidad adquisitiva. ¿Esto también influye en la elección del emplazamiento de las microcervecerías?

Emmel: Sin duda alguna. La mayoría de las nuevas fundaciones se realiza siempre en el sur y sudeste de Brasil, donde están ciudades con millones de habitantes como San Pablo, Río y Belo Horizonte, como también en las regiones de Porto Alegre (Rio Grande do Sul), Florianópolis (Santa Catarina) y Curitiba (Paraná).

Reinold: También se están haciendo en el medio oeste de nuestro país, como en la capital Brasilia y en los estados de Goiás y Matto Grosso. Por el contrario, el norte y el nordeste son aún “regiones en desarrollo”, aunque también se hayan realizado ensayos individuales con “cerveza artesanal” en ciudades como Manaus y Fortaleza.

BBIE: ¿Cómo manejan las microcervecerías el alto coste logístico para la distribución de sus productos?

Emmel: Al principio, la mayoría comercializa en el mercado local y regional, pero generalmente no dudan mucho tiempo en ofrecer sus cervezas especiales en otras ciudades grandes de Brasil, a través de distribuidores.

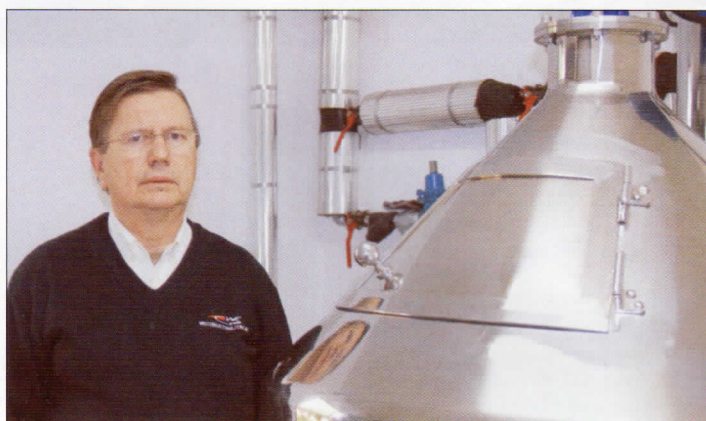
Reinold: Probablemente, los primeros oferentes de “cervezas especiales” se desprendían de sus inversiones no solo para hacer caja, sino también porque temían los altos costes logísticos para la comercialización regional o incluso nacional.

BBIE: ¿Cuáles son los problemas principales y las perspectivas más interesantes para las microcervecerías brasileñas?

Emmel: El mayor problema proviene de los distintos componentes de la carga impositiva total de un 50%, que afecta por igual tanto a las empresas grandes como pequeñas.

Reinold: Tengo la misma opinión. No obstante, los nuevos fundadores subestiman también los importantes costes de inversión para el equipamiento de una planta moderna.

BBIE: ¿Y las chances de las microcervecerías?



Werner Emmel: La alta carga impositiva perjudica al cervecero artesanal brasileño

Reinold: Comprobadamente se apoyan en el conocimiento de que el mercado de cervezas especiales, por pequeño que aún pueda ser, crece ininterrumpidamente desde hace más de una década.

Emmel: Bajo estas circunstancias, los cerveceros artesanales tienen una chance importante realizando experimentos para la creación de una verdadera cultura de la bebida. Por esta razón, sobre todo en el sur de Brasil se encuentran cervecías pequeñas que en su local principal de ventas presentan al huésped cartas separadas de cervezas y de vinos, y que en diversos locales emplean también un sommelier de cerveza.

BBIE: ¿Cómo reaccionan las grandes cervecías brasileñas en relación con la tendencia hacia "cervezas artesanales"?

Emmel: Para contrarrestar esta tendencia, casi todas tienen marcas premium en su gama de productos, propias o bajo licencia. Por ejemplo, Brasil Kirin (ex Schin-cariol) no solo compró Baden-Baden, Devassa y Eisenbahn, sino que también las promociona como marcas propias en las

publicidades y en el marketing. La filial brasileña de Heineken promociona la marca premium Kaiser; Grupo Petrópolis se asoció con la firma Weltenburger, de Alemania. Y Ambev (Inbev) comercializa una media docena de cervezas especiales, como por ejemplo Stella Artois de Bélgica.

BBIE: ¿Cuál es la posición de las asociaciones de cervecías brasileñas respecto a las cervezas artesanales?

Reinold: En primer lugar, debe resaltarse que no existe ninguna asociación que se ocupe única y exclusivamente de la cerveza artesanal. CervBrasil, por ejemplo, representa especialmente los intereses de los grandes grupos cerveceros. Cobracem, a su vez, es una asociación profesional, y no una unión de empresas. No obstante, la Asociación de la Industria de Bebidas Brasileña –Abrabe– desde hace tiempo gestiona con el gobierno una reducción de la carga impositiva para las microcervecías.

Emmel: También debe reconocerse el valioso trabajo de la asociación de "home-brewers" (cerveceros caseros) Acervas.

En sus congresos anuales se presentan numerosas ponencias técnicas, se realizan degustaciones y competencias con otorgamiento de premios.

BBIE: ¡De vuelta al punto inicial! Además de la Brasil Brau, ¿existen otras plataformas para presentación de las cervezas artesanales?

Emmel: No muchas. En Blumenau se realiza anualmente, como probablemente ya lo sepa, el "Festival da Cerveja", algo comparable en alguna medida con el Oktoberfest de Munich. Además existen los eventos itinerantes "Beer Experience" y "Mondial de la Bière"; este último se llevará a cabo este año en Río de Janeiro.

Reinold: Fuera de esto, los cerveceros artesanales, además de la Brasil Brau –que en verdad es una feria de temas cerveceros y de bebidas– deben presentar sus productos en eventos locales, como por ejemplo la "Bauernfest" (fiesta de los campesinos) en Petrópolis, que conmemora la inmigración alemana a Brasil.

BBIE: Sr. Emmel, Sr. Reinold, muchas gracias por la entrevista. (win)

BEVERAGE
SYSTEMS



FRANKE

**SIMPLY THE FASTEST.
READYKEGS FROM STOCK.**

30
WARRANTY
YEARS

- Available from stock
- Individual embossing
- Starting with small quantities
- Reliable FRANKE quality with 30 years warranty