

MAS ALLA DE LA CERVECERÍA – 2ª PARTE

Autor: Carlos Inaraja González, director de la revista CERVEZA Y MALTA.

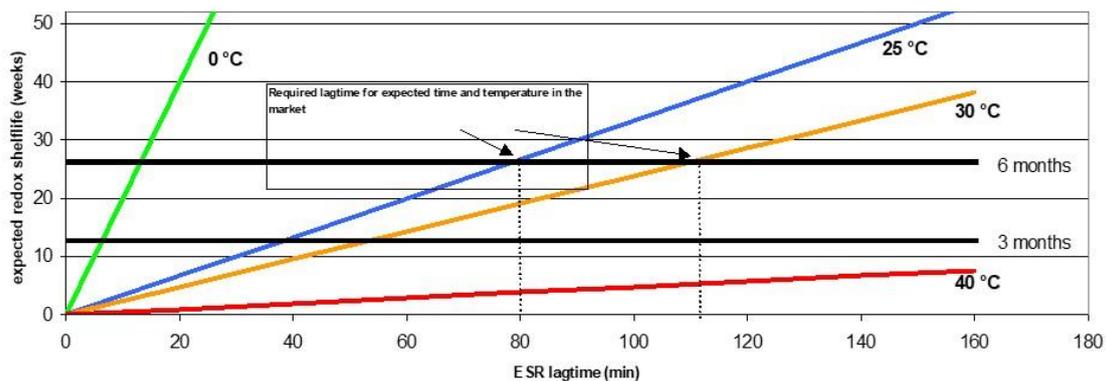
Con la publicación de esta segunda parte del artículo “Más allá de la Cervecería” se sigue transmitiendo información a cualquier consumidor curioso cervecero de los cuidados que se siguen en la distribución para evitar que se deteriore el sabor de cada una de nuestras marcas preferidas.

Las formas de distribución de cerveza al consumidor varían según el tamaño y las posibilidades de cada Cervecería y las detallaremos más adelante, pero en todas ellas la premisa principal que nunca hay que olvidar es que la cerveza llegue lo más fresca posible al consumidor.

FRESCURA DE LA CERVEZA

Esto debe ser así porque la consideración que desde CALIDAD DE MERCADO se debe imponer a la cadena de suministro es que la cerveza se tiene que tomar lo más FRESCA posible, y como alguno puede suponer no me estoy refiriendo a la temperatura de la cerveza, que todo consumidor sabe que se tiene que tomar fresca, sino al concepto FRESCURA, que es el tiempo transcurrido desde que ese producto se envasó y llega a las manos del consumidor, y que en el caso que nos ocupa debe ser el menos posible, y siempre menos de 6 meses.

Existe un análisis de control de calidad conocido como ESR (Electrón Spin Resonance), que nos indica la cantidad total de antioxidantes naturales existentes en la cerveza y lo expresa en semanas que la cerveza está fresca sin deterioro organoléptico, dependiendo la temperatura de almacenamiento.



Observad el efecto tan fuerte de la temperatura, 1 día a 40°C tiene el mismo efecto que una semana a 25°C, en la disminución de antioxidantes en una cerveza.

¿Por qué es importante tomarse la cerveza lo más fresca posible?

La cerveza desde el mismo momento que se envasa comienza su envejecimiento, el cual se acelera exponencialmente si se mantiene a temperatura alta (más de 20°C) y si el contenido de oxígeno disuelto en la cerveza es superior a 0,3 mg/litro.

Existen estilos de cerveza que contienen levadura viva en el interior de su envase, lo cual ayuda a minimizar el oxígeno disuelto en la cerveza, pues la propia levadura lo metaboliza y protege a la cerveza de la oxidación, pero en este caso deberemos prestar mucha atención a la temperatura de almacenamiento, pues si es alta puede provocar la lisis de la levadura y afectar a la espuma y al perfil organoléptico de la cerveza.

En el caso de la cerveza pasteurizada y/o filtrada, que no contiene levadura, este proceso de envejecimiento también se produce, y puede ser el causante de que notemos diferencias significativas o no reconozcamos el sabor y aroma de una marca favorita, si la tomamos después de 6 meses de que se envaso.

¿Qué es la fecha de consumo preferente (fcp)?

La cerveza no tiene caducidad, pero si puede variar su perfil organoléptico tal y como explicamos anteriormente, pero es obligatorio el indicar la fecha de consumo preferente, que en nuestro País más que indicar la fecha límite recomendada para tomarse la cerveza, es una fecha que indica el final de la comercialización de ese producto.

La fcp. se indica en el envase y tiene relación con la fecha de envasado y la identificación del lote de producción que también hay que indicarlo. Para las botellas y latas en España es de 12 a 18 meses. Esta fcp. puede variar de una marca de cerveza a otra dependiendo de:

- Las capacidades logísticas para llegar a mercados lejanos de la Cervecería. Cuanto más lejos queramos llegar más fecha de consumo preferente tendremos que dar a nuestras marcas.
- La competencia del mercado. Cuanto más competencia se tenga en el País se tiende a dar más fecha de consumo preferente.
- Exigencias de nuestros clientes, principalmente en aquellos del sector de la Alimentación, que cada vez piden más fecha disponible para ellos poder comercializar en todos sus centros los productos dentro de su fecha de consumo preferente.
- Según el estilo de cerveza que se trate.

En el caso de las botellas de cerveza en PET, que no se han llegado a imponer en nuestro mercado, hay que tener en cuenta para fijar la fecha de consumo preferente de la cerveza las características del PET, en concreto sus permeabilidad a la entrada de oxígeno al producto, y la pérdida de gas carbónico disuelto en la cerveza. Actualmente no debería pasar de 4 meses, y las condiciones de almacenamiento son más estrictas en cuanto al paletizado (menos botellas por pallet) y apilamiento de pallets (máximo dos alturas).

Solamente la regla ideal de los 6 meses se cumple en casi en su totalidad cuando se manejan barriles de cerveza, que suelen tener en nuestro País una fecha de consumo preferente (fcp) de hasta 6 meses, siendo habitual 3 meses, para las marcas y formatos de mayor consumo.

Los barriles de cerveza de inoxidable son un activo caro en las cervecerías y normalmente tienen una fcp. más corta para facilitar una rotación mayor de los mismos desde el mercado a la Cervecería.

MÉTODOS DE DISTRIBUCIÓN

Iremos viendo a través de distintos artículos los pros y contra a considerar en los diferentes tipos de distribución de cerveza en España.

- Distribución directa en la propia Cervecería
- Distribución directa a través de camiones cisterna a los puntos de Venta.
- Distribución en el canal de Alimentación.
- Distribución en el canal de Horeca.

Distribución directa, en la propia Cervecerías.

Sobre todo, las Cervecerías artesanales suelen tener TAP ROOM, o bares de servicio de sus productos en la misma Cervecería. Esto lógicamente permite un mejor control del almacenamiento, y servicio de nuestras marcas, minimizando los riesgos relacionados con el almacenamiento, transporte, o servicio postventa.

También supone un mayor riesgo en el servicio, pues si algo está mal en el servicio al consumidor, claramente sabemos quién tiene la culpa.

En estos bares de servicio igual que en cualquier bar donde se sirva nuestro producto se deberá tener en cuenta:

- Fecha de consumo preferente del producto.
- Temperatura correcta de consumo, que varía según el estilo de cerveza.
- Vaso donde servimos la cerveza.
- Tiraje correcto de la cerveza de barril o botella.
- Presentación del vaso al consumidor, con posavasos de la marca.

Distribución directa a través de camiones cisterna a los puntos de venta.

Es común el ver en nuestras ciudades camiones que transportan cerveza a granel, para abastecer bares con depósitos de cerveza, donde se consume grandes cantidades de una marca determinada.



Este tipo de distribución permite que una cerveza muy fresca que llega al consumidor pues se llena la cisterna en la Cervecería y se distribuye en el mismo día a los puntos de venta.

No obstante, los riesgos que debemos vigilar en este tipo de distribución son:

- Seguir las normas de llenado de la cisterna en la Cervecería, controlando el oxígeno disuelto, gas carbónico disuelto, pH de la cerveza, y por supuesto su degustación y análisis previo a la salida de la Cervecería.
- Seguir las normas de vaciado de cerveza desde el camión cisterna a los tanques del punto de venta. No es lo mismo que esos tanques estén en la planta baja del bar, que en 1º piso o en el 2º, por eso el conductor del camión que es el que descarga la cerveza, debe saber y vigilar que coloca la correcta contrapresión en el tanque a llenar, para que el llenado sea laminar y nada turbulento que ocasione descarbonatación de la cerveza.
- Conocer la contrapresión que debe tener cada tanque de cerveza en función del tipo de cerveza que sea y de su contenido en gas carbónico disuelto y conseguir que se mantenga así en el tanque durante todo su servicio.
- Tener una norma de limpieza de líneas y registrado cuando se limpia la tubería de cerveza desde el tanque al grifo de dispensación en la barra.
- Diseñar correctamente la tubería de cerveza, para que sea lo más corta posible, este refrigerada, y se evalúe si necesita o no un enfriador adicional en el punto de venta.
- Educar al conductor y punto de venta de que la cerveza del depósito debe consumirse en una semana, y que la cerveza en el tanque no esté más de dos semanas.
- Conservar a la temperatura recomendada por la Cervecería.

Si no se conocen estos parámetros descritos, el riesgo de perder calidad percibida en la cerveza por parte del consumidor aumenta.

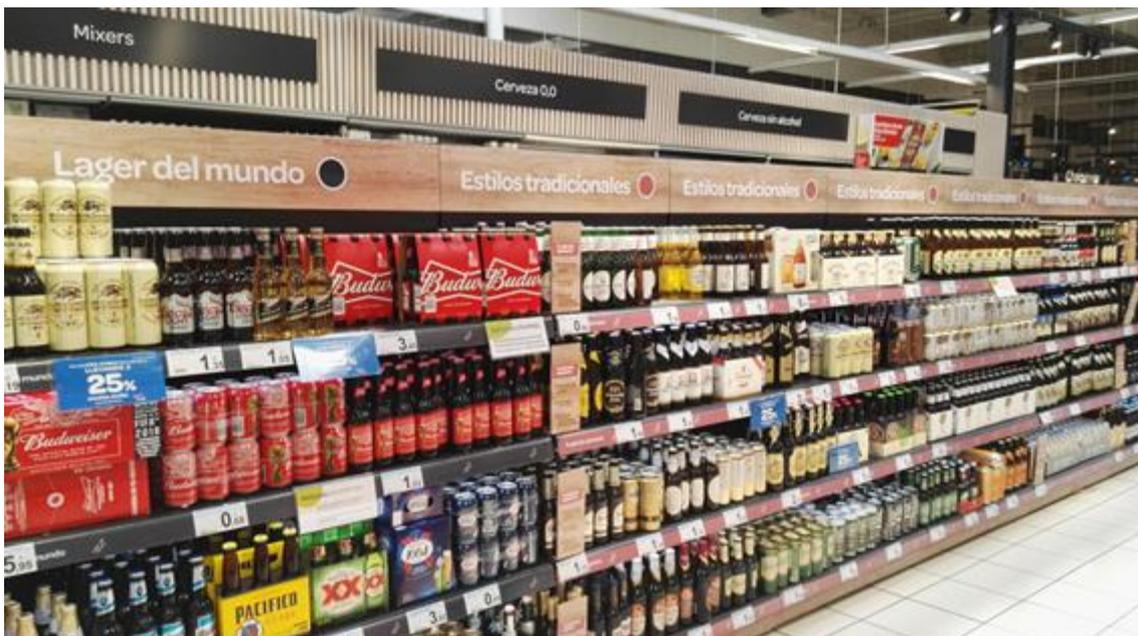
DISTRIBUCIÓN EN EL CANAL DE ALIMENTACIÓN

El sector de la distribución está controlado en España por los grandes Hipermercados como Mercadona, Carrefour, Eroski, Corte Inglés, Lidl, Día, etc., que suelen tener sus normas de calidad muy estrictas que exigen a las Cervecerías, para recepcionar los productos cuando llegan a sus plataformas, algunos ejemplos son los siguientes:

- Mínimo 6 meses hasta el final de su fecha de consumo preferente.
- Pallets correctamente formados, e incluso con una altura máxima de 1,45 m, lo que va a permitir que sean almacenados en estanterías metálicas.
- Hoy por hoy tienen un gran poder de negociación y acumulan la práctica totalidad de las promociones que se hacen en productos.
- Solo admiten productos NO RETORNABLES.
- Garantizan una salida grande del producto durante todo el año.
- Exigen producto customizado (1/2 pallets, ¼ de pallets, codificación y paletizado preciso, etc....)
- Son los poseedores de marcas blancas (de distribución) y solicitan que les envasemos cervezas con sus marcas. Las grandes empresas cerveceras no suelen caer en su juego a no ser que tengan capacidades ociosas de producción, donde por mantener funcionando sus líneas de envasado elaboran productos a menor precio que les cubra sus costes fijos, pero eso no significa que sean de menor calidad.
- El Servicio de transporte de mercancía se realiza en grandes camiones desde los Almacenes Logísticos hasta las plataformas de estos Clientes.
- Los pedidos suelen ser automáticos y a través de facturación electrónica directa, una vez negociadas las condiciones que a veces incluso incluyen el control de la gestión de sus stocks, de manera que cuando bajen de cierto nivel en las plataformas de los clientes se generen pedidos automáticos.
- Por otra parte, las Cervecerías a través de su equipo de Calidad de Mercado deben pactar unas normas de calidad con estos clientes, que afecten a problemas de roturas, defectos ocultos, o caducidades de nuestros productos en sus instalaciones.
- Solicitan mucha información de nuestros productos sobre los sistemas de calidad que se aplican en las Cervecerías, como ISO 9000, ISO 14000, ISO 22000, APPCC, certificados de fichas técnicas, y Registros Sanitarios de las Cervecerías.
- La certificación BRC fue la primera certificación específica en el ámbito de la seguridad alimentaria y actualmente, junto con el Protocolo IFS, se ha convertido en la certificación principal demandada por las cadenas de supermercados europeas.

Estas normas contribuyen mediante la evaluación de la conformidad por un tercero independiente a la generación de confianza en el sector agroalimentario que es, sin duda, el atributo más valorado por el consumidor final para garantizar la calidad alimentaria.

- En el 2020 ha aparecido otra exigencia más para los proveedores, como es la de demostrar que tienen objetivos de sostenibilidad en su empresa, conocidos como ESG (Environment, Social and Corporate Governance). Entre las acciones concretas en las que se traduce este compromiso engloban entre otros:
 - Eliminar plástico en los envases, excepto el PET el plástico más reciclable del mundo.
 - Trabajar con productos cada vez más locales.
 - Reducir la emisión de CO2 en su elaboración y distribución.
 - Justificar medidas de ahorro Energético.
 - Justificar medidas de ahorro de agua en el proceso.
 - Disponer de métodos de reciclaje, y evitar el desperdicio de productos.
 - Transparencia en la información.



¿Cuál es el papel de los Bier Sommelier del equipo de Calidad de Mercado, en este tipo de distribución?

Estos profesionales deben estar preparados para:

- Desarrollar una Guía de calidad de sus marcas en la distribución, donde se fijen parámetros con márgenes numéricos razonables.
- Conseguir el poder visitar y/o auditar las plataformas primarias donde se almacenan los pallets de producto enviado.

- Verificar como se expiden nuestros productos a sus tiendas en toda la región o el País, a través de auditorías en los puntos de venta donde se anoten parámetros de calidad como defectos visuales de nuestros productos, y la frescura de la cerveza entre otros.

DISTRIBUCIÓN EN EL CANAL HORECA

La distribución de producto por el canal de Horeca (hoteles, restaurantes, cafeterías) en España se puede hacer por los siguientes caminos:

- A través de Distribuidores donde la Cervecería tiene participación en esa empresa. Lógicamente en estos es más fácil el imponer nuestros criterios de CALIDAD DE MERCADO, pues forman parte de la organización. Normalmente las Cervecerías tienen participación en aquellos distribuidores donde la presencia local de las marcas es más importante y tienen una cuota mayor de participación en aquel mercado.
- A través de Distribuidores ajenos a la Cervecería, que nos permiten llegar con nuestras marcas a puntos lejanos de nuestras áreas de influencia, donde difícilmente llegaríamos sin su participación. Aquí desde el principio de su contratación hay que dejar claro cómo se debe tratar nuestro producto. El transporte de los productos desde las Cervecerías hasta estos distribuidores se realiza mediante:
 - o Transporte desde la propia Cervecería. (casos excepcionales).
 - o Transporte del propio Distribuidor. (cada vez menos al ser menos rentable).
 - o Transporte contratado a terceros, mediante tarifas concertadas. (cada vez más).
- Es importante que el Transportista sea quien sea conozca nuestros estándares de Calidad y los cumpla. Todo Transporte debe ir asociado a un seguro de la carga transportada.
- Estos distribuidores se encargan del Almacenamiento, previsiones de venta, control de stocks, preventa y transporte del producto hasta los puntos de venta, siendo a veces también responsables del servicio postventa.

Normalmente están muy difuminados según las zonas, aunque tienden a la concentración y a diversificar cada vez más el número de productos distribuidos, por lo que su nivel de profesionalidad, productividad y tecnología es totalmente diferente según la dimensión de su Empresa.

Estos Distribuidores no suelen tener Manuales de Calidad de la Distribución donde establezcan normas de calidad que favorezca su gestión, y por ende son poco exigentes en sus negociaciones en cuanto a estos parámetros que pueden llegar a ser fundamentales para que su negocio de beneficios o no.

De aquí que sea necesario hoy por hoy que el equipo de Calidad de Mercado de las Cervecerías esté preparado para darles formación y consejos, para que mejoren su foco en el negocio prestando atención a:

- Intentar abarcar en el portfolio de productos todo lo necesario de sus clientes. De Horeca, y esto supone distribuir otros productos junto con la cerveza.
- La reducción de costes continuamente mediante:
 - o Reducción de su stock de productos a lo absolutamente necesario.
 - o Exigir a sus proveedores un mayor nivel de servicio.
 - o Optimizar sus recursos humanos, dándoles formación sobre nuestros productos.
- Construir unos protocolos de calidad que agreguen valor a nuestros productos:
 - o Inspecciones a la recepción, para identificar que todos los productos pedidos a sus proveedores llegan de acuerdo con las especificaciones acordadas y que no ocurran:
 - Errores de envío.
 - Defectos de Producción.
 - Defectos de Distribución.

En casos de No aceptación, por alguno de los motivos anteriores el responsable del Almacén debe conocer los procedimientos a seguir.

- o Conocer las condiciones de almacenamiento.
- o Saber las cantidades precisas de cada producto almacenado, para ello es muy interesante agrupar los productos en categorías A, B, y C, que suponen respectivamente el 75, 20 y 5% de las previsiones de venta de cada grupo.
- o Conocer el procedimiento de devoluciones por defectos a la Cervecería.
- o Conocer el procedimiento de devoluciones por defectos de sus clientes (puntos de venta).
- o Solicitar Auditorías de Mejora por parte del equipo de Calidad de Mercado, que abarque inspección, almacenamiento, trazabilidad, y servicio postventa y cumplimiento de la legislación alimentaria.
- o Saber identificar el producto, mediante las fichas de productos, donde se incluya la fecha de consumo preferente.
- o Implantar un sistema de Trazabilidad desde la Cervecería a sus Almacenes y de aquí a los puntos de venta.

Hasta aquí hemos vistos los caminos que puede transitar nuestras cervezas antes de llegar a nuestras manos, pero falta todavía otra parte que publicaremos en el siguiente

capítulo, y que es tan importante como los ya tratados, serán los cuidados de la cerveza en los puntos de venta.