

**XXI CONVENCION DE LA ASOCIACION
LATINOAMERICANA DE FABRICANTES DE CERVEZA
-ALAFACE.** Cartagena. Septiembre 14 del 2000

No se imaginó Alfonso de Herrera, uno de los miembros de la expedición de Hernán Cortés a México, que su pequeño negocio llegaría tan lejos. Desde la pequeña fábrica de cerveza autorizada por el rey Carlos V, hasta nuestras sofisticadas industrias, no sólo han transcurrido 450 años sino también un caudal de audaces esfuerzos empresariales. Aunque quizá podríamos añorar la imagen de Herrera, elaborando su cerveza en la hacienda “El Portal” con el agua que caía de las faldas de un imponente volcán, hoy día tendemos más a sentirnos orgullosos de la prosperidad y el progreso que nuestras modernas fábricas cerveceras han reportado a América Latina.

Aquí, en la doblemente cálida ciudad de Cartagena, podemos celebrar –con la bebida que ustedes ya se imaginarán, ojalá muy fría y bien espumosa- el crecimiento de las industrias que la producen. En esta tarde brindaremos con ella y por ella, ya sea porque le ha traído riqueza a nuestras naciones o porque, aunque parezca curioso, sus benévolos efectos podrían quizás mejorar el trámite de los asuntos de gobierno. Justamente, en

los últimos días, me enteré de que una asociación de cerveceros rusos estaba promoviendo la elección de unos 12 candidatos al parlamento, cuya principal característica era ser buenos consumidores de cerveza. Según los miembros de la asociación, "la gente que toma vodka es áspera y antipática, mientras que los tomadores de cerveza son agradables y amables". Beberla ocasionalmente sería, a su juicio, una buena forma para que los líderes políticos mantuvieran una actitud abierta y libre de tensiones. Creo que los miembros de esta asociación no están equivocados.

En los tiempos actuales, cuando hemos superado ya las condiciones de producción artesanales, la industria cervecera latinoamericana se ha convertido en un sector esencial para enfrentar los retos de una economía sometida a la globalización. Esto en un doble sentido. Por una parte, en tanto ha desarrollado un mercado útil para atraer la inversión extranjera y, por otra, en tanto, con el incremento de sus niveles de competitividad, puede ahora disputarse el dominio de los mercados mundiales.

Dado que no solamente contamos con condiciones climatológicas propicias para el consumo de la bebida y con

una estructura demográfica favorable, sino que disponemos, sobre todo, de la tradicional preferencia de los latinoamericanos por la cerveza respecto a otras bebidas con alcohol, son muchas las compañías que quieren entrar en nuestro mercado.

En comparación con el vino y otros licores, ella posee en nuestro medio una marcada preferencia en la población. Según estadísticas recientes, el 80% del consumo de bebidas con alcohol de nuestro países corresponde a la cerveza y el porcentaje va en aumento. Las compañías cerveceras del mundo, muy conscientes de las ganancias obtenidas por sus contrapartes de nuestra región, han tomado en cuenta esta preferencia para establecer su propia presencia en el mercado latinoamericano a través de alianzas internacionales de negocios. Por eso hemos visto alianzas como la de la FEMSA con Labatt, la de la CCU chilena y el grupo Modelo con Anheuser-Busch o, asimismo, la de Quilmes, Kaiser y Cervecería Chile con la multinacional Heineken.

En contraste con el estancamiento del crecimiento de los mercados de cerveza de los países desarrollados, el de América Latina es uno de los pocos que ofrecen, a

productores cada vez más globalizados, oportunidades para incrementar sus volúmenes de ventas. Según la firma británica Canadean, su crecimiento es estimado en un 4% y su ciclo, se asegura, aún está lejos de su límite máximo.

En cuanto al incremento de la competitividad, bien vale recordar que una compañía brasileña, Brahma, es el tercer productor mundial de cerveza o que, hoy por hoy, es una cerveza mexicana, la Corona, la segunda más consumida por los estadounidenses. En toda la región los productores locales, dejando atrás cualquier parroquialismo, están llevando a cabo bien estudiadas estrategias de expansión regional. Algunos de ellos, aparte de los ya mencionados, incluso han extendido su alcance del otro lado del Atlántico: Bavaria, por ejemplo, tiene considerables intereses en España y Portugal, y CCU de Chile, por su parte, los tiene en un mercado aparentemente tan lejano como el croata.

Las políticas de alianzas, anteriormente mencionadas, han reforzado además la competitividad de nuestros productos. Ya sea por el intercambio de personal calificado o por el acceso a las últimas tecnologías en el sector o, también, por la inversión de grandes capitales -calculados más o menos en 1 billón de

dólares en inversión directa-, las industrias cerveceras latinoamericanas han visto fortalecida tanto su infraestructura física como sus recursos humanos y monetarios.

No casualmente la industria cervecera de Centro y Suramérica se encuentra entre las más dinámicas del mundo. El volumen total de producción creció en 16% entre 1990 y 1994, pasando de 147 millones a 171 millones de hectolitros. De 1995 al 2000, los analistas pronostican un crecimiento del 25%, hasta alcanzar los 217 millones de hectolitros. Sólo los miembros de ALAFACE, durante el año de 1.998, produjeron más de 120 millones de hectolitros de cerveza.

¡Tales éxitos nos demuestran que América Latina va hacia adelante! Por eso, en nuestros países, más que mirar hacia atrás y lamentarnos de los errores del pasado, debemos fijarnos metas tan altas como nuestros talentos. El futuro, no me cabe duda, pertenece a los soñadores.

Amigos empresarios:

El ascenso del sector que, de un modo generalizado, se puede comprobar actualmente, ha sido precisamente el fruto de los

visionarios que crearon sus empresas con el ánimo de verlas crecer y fortalecerse. Esa ambición personal, con el paso del tiempo, ha producido grandes aportes a la economía latinoamericana.

En Colombia, para ya referirme a la situación del sector en mi país, el aporte de la industria cervecera a la economía nacional ha sido invaluable. Tanto ha sido su impacto que, en la memoria del pueblo colombiano, los pioneros de la misma son recordados por su poderoso espíritu benefactor. En el cementario central de Bogotá, por ejemplo, son frecuentes las visitas a la estatua de Leo Kopp, el fundador de la Cervecería Bavaria, para pedirle que los más íntimos deseos se hagan realidad. A pesar de haber muerto ya hace más de 70 años, Don Leo sigue siendo asociado a la obtención de prosperidad y progreso. Esta tradición, creo yo, sólo expresa un generalizado reconocimiento de la gente del común a una de nuestras más importantes industrias.

Los datos más recientes siguen confirmando ese reconocimiento : el sector cervecero, en el cual se concentra más del 2% de los salarios que se pagan en el país, genera unos 8.000 empleos directos y más o menos el 3% del total de

la producción industrial nacional corresponde a su actividad. Adicionalmente, en el campo tributario, la industria paga más de 500.000 millones de pesos al año por concepto de impuestos a la cerveza, los cuales, en algunos departamentos, son más del 50% de sus ingresos.

Estos hechos, sumados a los que vendrán, nos recuerdan la importancia de tener un sector empresarial sólido y dinámico. Aunque el gobierno colombiano ha creado las condiciones mínimas para alcanzar una saludable estabilidad macroeconómica, mediante logros como la reducción de las tasas de interés, el ajuste fiscal, el control de la inflación o la obtención de tasas de cambio favorables, sólo con la participación activa de la industria podremos ver cómo a tal estabilidad se suma el crecimiento. En ese sentido, del cual depende el mantenimiento de la reactivación económica en curso, el ejemplo de la industria cervecera es esencial.

Como ya establecimos en la Nueva Política de Modernización Industrial, uno de los objetivos consiste en evitar los encapsulamientos sectoriales y, más bien, promover la formación de cadenas de valor donde varios sectores resulten entrelazados. La industria de la cerveza es una clara muestra

de cómo esto se puede conseguir, pues, gracias a ella, se usan materias primas agrícolas, se potencian las fabricas que elaboran envases -ya sea en vidrio o en aluminio- y se estimula, para la realización de los procesos de distribución, el desarrollo de las compañías transportadoras, las cuales, a su vez, por concepto de servicios mecánicos y repuestos, generan efectos positivos para otras industrias. Tales cadenas, donde los proveedores iniciales se convierten en consumidores de más proveedores, son las que generan un alto valor agregado.

Asimismo la industria cervecera es abanderada en otros dos frentes que han sido propuestos por la política del gobierno: el fortalecimiento de las empresas para entrar a competir en el mercado mundial y el desarrollo tecnológico ambientalmente sano.

Recientemente hemos visto la alianza de las dos más importantes productoras de cerveza del país, Leona y Bavaria. A través de este acuerdo, posibilitado tras la autorización de la Superintendencia de Industria y Comercio, nuestro sector cervecero ha realizado los desarrollos corporativos necesarios para asumir las condiciones actuales de competencia. Aunque

sometidos a la obvia condición de no incurrir en abusos de posición dominante o prácticas restrictivas respecto a otras empresas, nuestros productores entran así más fortalecidos a un sistema donde se opera en grandes escalas y aprovechan al tope la infraestructura existente.

En el campo de los desarrollos técnicos, que en la política industrial del gobierno hemos querido fortalecer mediante la creación de 40 Centros de Desarrollo Tecnológico y 5 Parques Tecnológicos, la alianza Leona-Bavaria cuenta además con una de las plantas más modernas de América Latina. Ubicada precisamente en el lugar donde se encuentra uno de estos parques, esto es, en la zona de Sopó - Tocancipa, esta planta cuenta con unas cualidades de diseño y automatización que son admiradas por las más modernas cervecerías del mundo.

En cuanto al tema de la sostenibilidad ambiental, considerado por el gobierno como una condición indispensable para el desarrollo, nuestros cerveceros también están a la vanguardia. En el caso de cervecerías como Boyacá o Unión se están cumpliendo los estándares de las normas internacionales de calidad. Asimismo se están llevando a cabo los programas de reciclaje, tanto de vidrio como de aluminio, que aseguran la

reducción de los desechos. Por último, en cuanto al tratamiento de aguas y al manejo de desechos, la planta de Tocancipá, anteriormente mencionada, tiene excelentes sistemas de tratamiento y un puntual cumplimiento de las reglas ambientales establecidas por la CAR. ¡Todo un ejemplo a seguir!

Cualidades empresariales como las que acabo de mencionar son las que están jalonando el crecimiento económico. Durante el período de enero a Julio del presente año, según las últimas cifras de la Asociación Nacional de Industriales, la industria colombiana ha crecido en un 8.5%. Si tenemos en cuenta que en el mismo período del año pasado la producción nacional presentó un descenso del 12.8%, no podemos sino reconocer los alentadores signos de recuperación y ver que el trabajo conjunto del gobierno y de la empresa privada da pie para un sensato optimismo.

La cerveza es parte de este proceso. Esta bebida, que está en origen de la civilización y que algunos consideran más importante que el invento del fuego o de la rueda, será también parte de nuestro mañana. Con empresarios como los nuestros y con organizaciones como ALAFACE, que logran la

permanente coordinación y comunicación del sector cervecero de este trozo del continente, no creo estar diciendo vanas profecías.

Nuestras naciones, gracias a ustedes, seguirán enriqueciéndose y dándose a conocer ante el mundo. Bien decía al respecto un músico americano “No se puede ser realmente un país, a menos que tengas una cerveza o una aerolínea. Quizás puede ayudar que tengas armas o un equipo de fútbol, pero como mínimo necesitas una cerveza”.

¡Ojalá sigan sus éxitos, amigos empresarios, y mucha suerte en el futuro a nuestras rubias y morenas!

Muchas gracias