

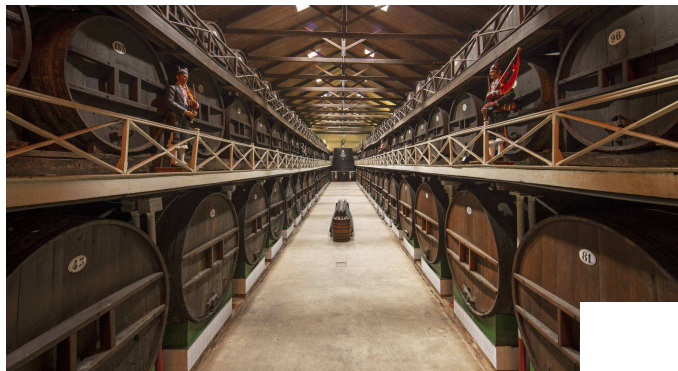


L

El  
su

FER

Madrid - 16 NOV 2017 - JUAN VEL



La empresa fabrica 31 millones

Calificada a veces de humilde (["pariente pobre del cava"](#)), la sidra se ha configurado estos años una triunfadora en el mercado mundial: entre el 2006 y el 2016 las ventas mundiales han crecido 769 millones de dólares. En España, Valle, Ballina y Fernández (propietaria de la marca El Gaitero) ha subido sus ingresos en un 50% en solo cuatro años hasta alcanzar los 35 millones de euros. La empresa, con 250 trabajadores, saca 31 millones de botellas al año, 25 en España y seis en el extranjero.

Claro que estas cifras, comparadas con las del cava, son pequeñas. Lo que explica que las empresas del sector, incluido el líder español, lleven años tratando de multiplicar su mercado. En el caso de El Gaitero, fundada en 1880, ubicada en Villaviciosa (Asturias) y [que va por los 127 años de existencia](#), los nuevos formatos forman parte del ADN de la compañía, al menos, desde los años 80 y la diversificación ha ido en varias direcciones, su estrategia actual de expansión se basa en la búsqueda de nuevos tipos y presentaciones de sidra y, el lanzamiento de bebidas refrescantes de la manzana, en diversos envases.

PUBLICIDAD



inRead invented by Teads

La empresa, [que a finales del siglo XIX inventó la sidra espumosa](#) para poder exportarla a América, ya que la natural no podía viajar, obtiene con este producto el 80% de sus ventas. Y de este 80%, la clásica sidra espumosa de toda la vida acapara el 95%. El problema es que la sidra clásica, dulce, sigue ligada a la Navidad, igual que pasa con el cava, "lo que nos obliga", explica José Cardín Zaldivar, vicepresidente y gerente de la compañía "a intentar desestacionalizar la producción". Esta necesidad y la percepción de que el público empieza a demandar otras variedades de la bebida, como sidra natural filtrada o seca (brut), han llevado a la firma a lanzar nuevas versiones del producto.

Además de la espumosa, "en la marca El Gaitero", dice Cardín, "tenemos una sidra semiseca, y una seca, con siete grados". También hay una sidra, Valle, Ballina, y Fernández, Brut Nature y fermentada en botella por el método Champenoise. La empresa viene desarrollando también una línea de sidras naturales filtradas, sin carbónico añadido.

#### MÁS INFORMACIÓN

El Gaitero, la sidra de los emigrantes y los indios

¿Sidra, Champagne?

La existencia de una denominación de origen de Sidra de Asturias, con criterios más estrictos en lo que respecta al tipo de manzanas que se pueden utilizar, llevó a la compañía a lanzar el 2014 una nueva marca, Pomarina, en un segmento de precio más alto que los de El Gaitero y, que ofrece, apunta Cardín, "las tres versiones de sidra: la espumosa, la tranquila y la natural filtrada". Al contrario de la de El Gaitero, la espumosa de Pomarina no es dulce sino brut (con un contenido de azúcar inferior a 15 gramos por litro), de segunda fermentación y ha sido diseñada "para competir con los cavas". Luego están las 'Sin'. La empresa tiene una sidra a la que le extrae el alcohol y ahora está elaborando, un mosto sin fermentar, para los países árabes. "Hemos tenido que crearla porque la otra 'Sin'" dice, "tenía trazas de alcohol en la analítica".

#### Nuevas presentaciones

Con el propósito de popularizar el mercado de la sidra, El Gaitero ha ofrecido nuevas presentaciones. "La sidra espumosa ya no viene solo en botella grande, que hace pop como el cava. La tenemos en un botellín de tercio, como una cerveza", explica Cardín. Luego están las nuevas bebidas, los zumos de manzana y otras frutas, y también los platos preparados de la gastronomía asturiana. El Gaitero tiene incluso una

planta de mosto concentrado, en Zaragoza, que exporta a granel a EE UU y Alemania.

De momento, sigue mandando el producto más clásico y conocido. Pero el futuro, dice el vicepresidente de la empresa, "está en la sidra seca". Y en las nuevas variedades. El Gaitero no es la única que prueba con nuevas fórmulas. Multinacionales como Heineken y Carlsberg, que tienen importantes divisiones de sidra, han optado por el mismo camino. Lento, pero que ya empieza a funcionar. Se echa en falta de momento una gran apuesta por alguno de los nuevos productos, la sidra seca o la natural filtrada, que las ponga de moda. Igual que ha pasado con la ginebra o el procecco italiano, que ahora son bebidas presentes en el día a día de los consumidores.

Quizá por lo antigua que es, El Gaitero tiene una cultura de ir paso a paso. La empresa sabe lo que es no tener éxito. Algunos de los productos no han cuajado. "Lanzamos una cerveza con mezcla de manzana, pero no funcionó". Además, ¿por qué precipitarse si las cosas le van bien? Si de algo sabe El Gaitero es salir airosa de las crisis. La empresa, que nació por iniciativa de empresarios retornados de la emigración, que montaron la planta de Villaviciosa en exclusiva para exportar el producto a América, donde había mucha demanda y poca oferta, sufrió un gran batacazo en 1960, cuando estalló la revolución en Cuba, que era su principal mercado.

Nacida para exportar, y sin gran interés entonces por el mercado interno, la empresa tuvo que centrarse en España. Eran los 60 había decenas de firmas de sidra y El Gaitero supo imponerse aquí con campañas de publicidad que afianzaron la marca. "Nos consolidamos como líderes en los 70". Luego, volvió a la exportación y ahora vende el 25% fuera, básicamente en Latinoamérica y EE UU, que cada vez consume más sidra. Y también a Europa, "donde al principio" prosigue el vicepresidente de la compañía, "nos dedicamos a buscar colonias asturianas en Alemania, Bélgica o Suiza, que fueron nuestros primeros clientes". La empresa también vende a Inglaterra, para cuyo mercado llegó a crear una sidra especial.

En Argentina el grupo tiene una empresa productora, en el Valle del Río Negro, adquirida en los 80% y que aporta el 10% de los ingresos del grupo. "Cuando la compramos", recuerda Cardín, "se llamaba La Asturiana y producía anís. Empezamos a hacer sidra y ahora es una marca líder". La empresa intentó entrar en México, con un socio local, pero no le fue bien. Definen la crisis en España como dura: "Hubo un fuerte parón del consumo a partir del 2009, que solo empezó a resolverse en el 2012, cuando volvimos a crecer de forma importante". Ahora, la empresa bate récords de ventas. Los beneficios cayeron algo esos años malos, pero nunca hubo pérdidas, algo importante para tener contentos a los más de cien accionistas de las 10 ramas familiares que descienden de las tres familias fundadoras. Si bien les han aparecido novias, los propietarios han dicho que "no" a esas ofertas.

#### ARCHIVADO EN:

Sidra · Principado de Asturias · Bebidas alcohólicas · Bebidas · Alimentos · España · Alimentación · Industria

#### CONTENIDO PATROCINADO



**La mochila que triunfa en EEUU llega a España (Rebajada al -30%)**  
(NOTICIAS TECNO)



**Si Hubiera Comprado 5 € De Bitcoins Hace 7 Años, Ahora Tendría 4,4€ Millones!**  
(24BUSINESSREPORTES)



**EnerZona Chips Classic de Soja 5 bolsas x 23 gr**  
(BULEVIP)



**6 vinos de Juan Gil a un precio inigualable, solo en esta tienda**  
(BODEBOCA)

#### Y ADEMÁS...



**Cristina Pedroche, harta: "Es mi cuerpo. Dejarme en paz"**  
(TIKITAKAS)



**La grandeza del rugby: se da cuenta de la lesión de su rival y le protege con el**  
(AS.COM)



**La monumental metedura de pata de Toñi Moreno con Vaneza Martín**  
(HUFFINGTON POST)



**Black Friday 2017: ofertas en Zara, Amazon, El Corte Inglés en directo**  
(TIKITAKAS)

recomendado por

© EDICIONES EL PAÍS S.L.

Contacto | Venta de contenidos | Publicidad | Aviso legal | Política cookies | Mapa | EL PAÍS en KIOSKOY MÁS | Índice | RSS |