

# CELCE

## MAGAZINE

Revista de Coleccionismo e Información Cervecera

Nº 51 - Junio 2008

### 17ª CONVENCION ANUAL

**CELCE visita Estrella de Levante**



Placas esmaltadas y cartelería FRANCESA



Miniaturas de grandes CERVEZAS



CLUB ESPAÑOL DE COLECCIONISMO CERVECERO

# CELCE MAGAZINE



## CARTA DEL PRESIDENTE



Fueron los pasados 2 y 3 de Mayo cuando por segunda vez visitamos las instalaciones de la cervecera Estrella de Levante en Murcia, para celebrar la Convención de Primavera. El tiempo, soleado y primaveral como era de esperar, nos acompañó durante todo el fin de semana. Porque apostar por sol y buen clima en Murcia es jugar sobre seguro.

La organización y recepción para las más de 160 personas que concurrimos a esta Convención corrió a cargo de Juan Miguel Gómez, responsable de Comunicación y Relaciones Públicas de Estrella de Levante, a quién tengo que agradecer en nombre de todos los socios de Celce el esfuerzo y el gran trabajo realizado para que todo fuera un éxito. Espero que Juan Miguel guarde también un buen recuerdo de todos nosotros y que en el futuro podamos contar otra vez con su ayuda para organizar una nueva Convención.

Agradecer también el esfuerzo y los regalos que, por iniciativa personal, fueron dados a todos los socios por Antonio José Gonzalez Bautista y Felipe Espejo. Gran detalle por su parte.

De reseñar es la atención que llamó nuestra reunión entre los medios de comunicación murcianos, siendo cubierta por los diarios La Opinión, El Faro y La Verdad que dieron cumplida información de la misma en sus páginas del domingo. Además de las informaciones y entrevista a Felipe Espejo emitidas en la televisión autonómica.

Y siguiendo con Murcia quiero comunicar a todos los socios el nombramiento de Felipe Espejo como nuevo delegado de Celce en esta Comunidad. Agradecer a Juan Hernández, anterior delegado que por motivos laborales no puede seguir desempeñando esta labor, la dedicación que ha prestado a nuestro Club durante estos años y desear a Felipe en su nuevo cometido, por lo menos, el mismo éxito que ha tenido con su catálogo de latas españolas.

Hablemos ahora del servicio de etiquetas de nuestro club que tan bien lleva nuestro amigo Darío, y de las de otros países que últimamente están llegando para este servicio y que tan buena acogida han tenido entre todos los socios. Mención especial merece la ayuda recibida desde Sagres Portugal con su último envío de etiquetas y tapones corona, por el que damos las gracias a la Dra. Paula Portugal.

Para terminar, agradecer también la confianza puesta en nuestra revista por La Zaragozana a través de su anuncio. Esperemos contar pronto con Cervezas Alhambra para que nuestra revista sea un referente del coleccionismo y la "casa" de todas las empresas cerveceras españolas.

Deseamos un feliz verano a todos, y que nos veamos otra vez en la próxima Convención de otoño.

*Enrique Solaesa Rodríguez*

VISITA LA NUEVA PÁGINA WEB OFICIAL DE CELCE

[www.celce.org](http://www.celce.org)

## JUNTA DIRECTIVA

### PRESIDENTE DE CELCE

Enrique Solaesa Rodríguez. N° 63  
e-mail: jesolaesa@yahoo.es

### VICEPRESIDENTE DE CELCE

Juan Antonio Llorente de Diego. N° 320  
e-mail: jallorente@illat.com

### SECRETARIO DE CELCE

José Manuel González Rossi. N° 181  
e-mail: jmrossi@mi.madritel.es

### TESORERO Y DELEGADO DE CELCE EN LA ZONA CENTRO ADMINISTRADOR DE CELCE MAGAZINE

Luis M° de la Sierra Salvador. N° 275. Telfs.: 91 555 21 83 / 616 180 188  
e-mail: luismdelasierra@hotmail.com

### RELACIONES INSTITUCIONALES

Angel González Rossi. N° 40  
e-mail: agrossi52@yahoo.co.uk

## DELEGADOS

### DELEGADO DE CELCE EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Alejandro Valiño Arcos. N° 282  
e-mail: Alejandro.Valino@uv.es

### DELEGADO DE CELCE EN CATALUÑA

Carlos Cervantes Cuadra. N° 153  
e-mail: cervantesca@menta.net

### DELEGADO DE CELCE EN LA COMUNIDAD MURCIANA

Felipe Espejo Arévalo. N° 599  
e-mail: felipeespejo23@yahoo.es

### DELEGADO DE CELCE EN ANDALUCÍA

Julio Guzmán Ortega. N° 190  
e-mail: juliogzmn@yahoo.es

### DELEGADO DE CELCE EN GALICIA

Juan Carlos Cotón Vazquez. N° 303  
e-mail: cortonix@terra.es

### DELEGADO DE CELCE EN CASTILLA Y LEÓN

Joaquín Sáez Martín. N° 543  
e-mail: quino106@hotmail.com

### DELEGADO DE CELCE EN PORTUGAL

Carlos Martins. N° 299  
e-mail: caamartins@clix.pt

### DELEGADO DE CELCE EN IBEROAMÉRICA

Juan Carlos de Marco. N° 361  
e-mail: demarco1971@hotmail.com

## GRUPOS DE TRABAJO

### SERVICIO DE POSAVASOS DE CELCE

Luis M. de la Sierra. N° 275  
e-mail: luismdelasierra@hotmail.com

### SERVICIO DE ETIQUETAS DE CELCE

Dariusz Pankiewicz. N° 259  
e-mail: dario\_servicio\_etiquetas@wanadoo.es

### SERVICIO DE TAPONES CORONA DE

Julio Fernández Corral. N° 587  
e-mail: jufenco@hotmail.com

### RESPONSABLE DE LA PÁGINA WEB DE CELCE

Carlos Cervantes Cuadra. N° 153  
e-mail: web@celce.org

### CRONISTA OFICIAL DE CELCE

Pedro Miguel Ortega Martínez. N° 533  
e-mail: portega52@telefonica.net

### REDACCIÓN Y PUBLICIDAD DE CELCE MAGAZINE

Apdo. 181. 28760 Tres Cantos (Madrid). Fax: 91 803 32 90.  
e-mail: celce1987@yahoo.es

### ADMINISTRACIÓN DE CELCE MAGAZINE

Apdo. 181. 28760 Tres Cantos (Madrid).  
Tel.: 91 555 21 83. Fax: 91 803 32 90.  
e-mail: luismdelasierra@hotmail.com  
CIF: G-96/144290  
Depósito Legal: V-4151-1995

### CREACIÓN Y MANTENIMIENTO DE WEB

Crit Comunicació. Tel.: 93 245 57 61  
e-mail: inf@critcomunicacio.com

### IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

REPROFOT. Celeste, 2. 28043 Madrid.  
Tel.: 91 733 87 28. e-mail: comercial@reprofot.com

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. Se permite la reproducción de la información escrita, sólo si se indica la fuente. **Celce Magazine** no se hace responsable de las opiniones de sus colaboradores, ni se identifica necesariamente con las mismas. Tampoco, mantendrá correspondencia sobre los artículos publicados.

## SUMARIO

### Artículos

- |           |   |           |   |
|-----------|---|-----------|---|
| <b>3</b>  | HISTORIA AMPLIADA Y CORREGIDA CERVEZA EN PORTUGAL<br><i>Carlos Martíns</i>              | <b>40</b> | COPA DEL MUNDO DE CERVEZA 2008<br><i>Boris de Mesones</i>                                   |
| <b>8</b>  | VASOS DE PLÁSTICO<br><i>José Luis Escrivá de Romani</i>                                 | <b>42</b> | VAN NOSTRANDT BREWERY<br><i>Manuel González Rossi</i>                                       |
| <b>10</b> | HASTA LOS NIÑOS "SABIAN" QUE LA CERVEZA ES MEJOR<br><i>Pedro Miguel Ortega Martínez</i> | <b>43</b> | EL COLECCIONISMO TEMÁTICO DE ETIQUETAS. Cuarta parte<br><i>Enrique Solaesa</i>              |
| <b>11</b> | NUEVA CERVEZA ROSITA<br><i>Joan Roig</i>  | <b>44</b> | VIAJE AL PAÍS DEL SOL NACIENTE<br><i>Boris de Mesones</i>                                   |
| <b>12</b> | 17ª CONVENCIÓN ANUAL<br><i>Pedro Miguel Ortega Martínez</i>                             | <b>46</b> | BREWERIANA ARGENTINA<br><i>Ángel González Rossi</i>   |
| <b>16</b> | EL SERVICIO DE POSAVASOS<br><i>Luis M. de la Sierra</i>                                 | <b>48</b> | PLACAS ESMALTADAS Y CARTELERÍA FRANCESA<br><i>Ángel González Rossi</i>                      |
| <b>17</b> | LA ESTRELLA DE AFRICA<br><i>Ángel González Rossi</i>                                    | <b>50</b> | EL TAPÓN CORONA NOVEDADES 2008<br><i>Eduardo Casas</i>                                      |
| <b>18</b> | EL SERVICIO DE ETIQUETAS<br><i>Dariusz Pankiewicz</i>                                   | <b>50</b> | COLECCIÓN DE CHAPAS MAHOU<br><i>Sebastián Mogedas</i>                                       |
| <b>20</b> | MINIATURAS DE GRANDES CERVEZAS DEL MUNDO<br><i>Pablo Otero Fernández</i>                | <b>54</b> | POSTER DANESES   CULTURA CERVECERA<br><i>Ángel González Rossi</i>   <i>Carlos Cervantes</i> |
| <b>23</b> | EL SERVICIO DE TAPONES CORONA<br><i>Julio Fernández Corral</i>                          | <b>55</b> | JARRAS ANTIGUAS Y CURIOSAS<br><i>Juan Antonio Llorente</i>                                  |
| <b>24</b> | NUEVAS LATAS DE CERVEZA<br><i>Julio Guzmán Ortega</i>                                   | <b>56</b> | TAPÓN CORONA ANTIGUO ESPAÑOL. CCC TENERIFE 1939<br><i>Carlos García Cordero</i>             |
| <b>26</b> | CERVEZAS MASET DEL LLEÓ<br><i>Joan Roig y Francesc Font</i>                             | <b>58</b> | CALENDARIOS VARIOS<br><i>Javier Ferrer Alcalá</i>   |
| <b>28</b> | NUEVOS POSAVASOS ESPAÑOLES<br><i>Modesto González Corral</i>                            | <b>60</b> | NUEVA BREWERIANA DE PRIPPS ESPAÑOLA<br><i>Ángel González Rossi</i>                          |
| <b>31</b> | LIBROS CON CERVEZA<br><i>Pedro Miguel Ortega Martínez</i>                               | <b>60</b> | NUEVA CRISTALERÍA SAN MIGUEL<br><i>Ricardo Díez</i>   |
| <b>32</b> | NUEVAS CERVEZAS EN BARCELONA.CCM<br><i>Jorge Expósito</i>                               | <b>61</b> | BANDEJAS DE PROPINA<br><i>Ángel González Rossi</i>  |
| <b>34</b> | DE CAÑAS PERSONALIZADAS POR BURGOS<br><i>Ricardo Díez</i>                               |           |   |
| <b>35</b> | RELOJES CERVECEROS<br><i>Ángel González Rossi</i>                                       |           |   |
| <b>36</b> | CALSBURG Y SUS POSAVASOS EXÓTICOS<br><i>José Francisco Benedicto</i>                    |           |   |
| <b>38</b> | BOTAS CERVECERAS. Primera parte<br><i>Julien Guricks</i>                                |           |   |
| <b>39</b> | RINCÓN DEL GOURMET<br><i>José Luis Escrivá de Romani</i>                                |           |   |

REUNIONES LOCALES DE INTERCAMBIO  
2008

#### REUNIONES PREVISTAS EN MADRID 2008

28 Junio • 6 Septiembre • 19 Diciembre

Se celebrarán, a partir de las 17 h. en LA FABRICA-MUSEO DE LA CERVEZA. Genova, 21. Madrid.

Para mayor información: **Luis M<sup>o</sup> de la Sierra**.

#### REUNIONES PREVISTAS EN BARCELONA 2008

Bar LA PILARICA. Clot, 34. 08026 Barcelona:  
7 Junio • 6 Septiembre • 8 Noviembre

Para mayor información contactar con **Carlos Cervantes**.

# Historia ampliada y corregida DE LA CERVEZA EN PORTUGAL



Por Carlos Martins Nº 299

primera parte

La historia de la cerveza en Portugal es ya bastante antigua. Muchas de las tribus que por aquí pasaron producían bebidas que, podemos considerar, eran parientes lejanas de las cervezas. Estudios arqueológicos recientes demostraron que los Lusitanos, pueblos pre-románicos que habitaron en la Península Ibérica, vivían esencialmente de una agricultura rudimentaria, del pastoreo y la recolección de productos que la naturaleza ofrecía. Como relató Estrabón, se alimentaban de carne de cabra y fabricaban pan de lande, no de cereales; usaban mantequilla en vez de aceite, bebían agua, y una especie de cerveza de cebada pues el vino era solo usado en fiestas. Después de la derrota de los Lusitanos y de otras tribus que habitaban la Península Ibérica por los conquistadores romanos, la historia de la cerveza pasa por un periodo de oscurantismo, puesto que como ya referimos anteriormente, en la historia de la cerveza en la Antigüedad los romanos daban preferencia al vino.

Solo con la caída del Imperio Romano de Occidente y la llegada de los pueblos bárbaros como Suevos, Alanos y Visigodos, se volvió a consumir cerveza, o algo parecido con ella, en cantidades significativas. El paso de los árabes por la



Península Ibérica no trajo grandes novedades al respecto de la producción de cerveza. Solo con la conquista llevada a cabo por D. Alfonso Henriques y terminada por sus descendientes, se implantó una cultura que posibilitaba la producción y consumo de cerveza. Muchas de las victorias que obtuvieron nuestros reyes se debieron a la ayuda de nobles extranjeros que, en búsqueda de fama y riqueza, lucharon al lado de los primeros portugueses en la reconquista de las tierras en poder de los moros. Después de las batallas los reyes daban parcelas de tierra a esos nobles para que se quedasen y empezasen la repoblación y el aprovechamiento agrícola. Siendo muchos de ellos originarios de Europa Central, no es de extrañar que cultivasen cereales que serían posteriormente utilizados en la producción de cerveza.

Ya existen noticias de un consumo de cerveza en cantidades reseñables en el siglo XVII, hecho que se refleja en la existencia en esa época de un local en Lisboa denominado Patio de la Cerveza, situado en la antigua freguesía de Conceição Nova. En ese momento el consumo de cerveza no era tan importante como en otros países europeos.

Existe un relato histórico curioso de la llegada de la Infanta D<sup>a</sup> Catarina de Bragança a Portsmouth, con motivo de su boda con el rey inglés. Después de un viaje largo y difícil para llegar a esa ciudad inglesa, se hospedó en King's House y se quedó retenida allí algún tiempo debido a una infección en la garganta. Entonces el médico de la corte recomendó darle un vaso de cerveza, bebida que ya era de uso común en Inglaterra. D<sup>a</sup> Catarina no lo acepta, y con la garganta

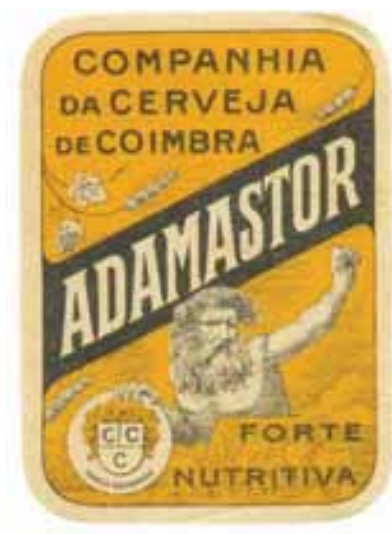
ardiendo y mucha fiebre, pide en español una taza de té, lo que debió haber producido una enorme turbación entre los presentes, pues el té no era una bebida conocida en la corte. El té, hoy bebida oficial del Reino Unido, ¡fue introducido por nuestra reina en la corte inglesa! Esta pequeña reseña histórica nos sirve para entender el hecho de que la cerveza haya entrado tan tarde en el gusto de los portugueses.

En la era moderna de la industria cervecera portuguesa, dos empresas se destacan: SCC Sociedade Central de Cervejas e Bebidas y UNICER. Por una cuestión meramente alfabética, vamos a comenzar por Central de Cervezas e Bebidas.

Todo comenzó en 1836, año en que fue fundada en Lisboa la Fábrica de Cerveja da Trindade, instalada en la Rua Nova da Trindade. A esta le siguieron otras, propiciando un clima de gran competencia entre estas pequeñas empresas productoras de cerveza. Casi un siglo



después, en 1934, nació la Sociedade Central de Cervejas (SCC), fruto de la asociación de la Companhia Produtora de Malte e Cerveja Portugalia, de la Companhia de Cervejas Estrela, de la Companhia da Fábrica de Cerveja Jansen y de la Companhia de Cervejas de Coimbra. Un año más tarde, el patrimonio de la Fábrica de Cerveja da Trindade, incluyendo su cervecería, es integrado en la SCC, llegando a alcanzar la producción de cerveza de esta sociedad los 5,1 millones de litros. La marca Sagres aparece en 1940, aprovechándose del clima de relativa euforia que entonces se vivía en el país debido a la realización de la



## Historia ampliada y corregida DE LA CERVEZA EN PORTUGAL



Exposición del Mundo Portugués. Intentando ocupar los diferentes segmentos del mercado, la SCC crearía en 1941 la Imperial, una marca de lujo que aún a día de hoy es sinónimo de cerveza de barril servida en vaso. Teniendo en cuenta la excelente aceptación de estas marcas en el mercado nacional, se inició la exportación, teniendo como principales destinatarios los territorios de ultramar. Una vez más el éxito fue inmediato, hecho que contribuyó para la creación de CUCA (Companhia União de Cervejas de Angola, SARL), formada por la SCC y por la CUFP (Companhia União Fabril Portuense). Referir que SCC detentaba también participaciones en las cerveceras del Grupo Reunidas de Moçambique, en la CICER – Companhia Industrial de Cervejas e Refrigerantes da Guiné-Bissau Lda., y también en la Empresa de Cervejas de Madeira Lda. y en la Fábrica de Cervejas y Refrescos João de Melo Abreu, Lda (Açores).

Los años 60 fueron intensos para la SCC, no solo debido a la crisis colonial sino también por las innumerables actividades comerciales e industriales que la sociedad llevó a cabo. Es de esa época el famoso slogan del poeta José Ary dos Santos: "Cerveza Sagres, la sed que se desea". En 1968 comenzó la producción en la fábrica de Vialonga, en esa fecha la mayor unidad fabril de Europa dedicada a la producción de cerveza, que garantizaba la cobertura total de los mercados interno y externo. La nueva fábrica fue inaugurada el día 22 de Junio, representando una inversión de 360 mil contos (1,8 millones de euros) y con capacidad para producir capacidad para producir 4,8 millones de hectolitros de cerveza, 600.000 hectolitros de refrescos y 50 mil toneladas de malta. El año 1969 fue también de gran importancia, ya que en ese año finalizó la política de acondicionamiento industrial que se

mantenía en vigor ¡desde 1931! Este hecho permitió la aparición de nuevas unidades industriales, y el ámbito de las bebidas no fue una excepción. Así son creadas Cergal (Cervejas de Portugal, SARL), Copeja en Santarém donde se produce la marca Clock, y la Imperial (en Loulé) donde se fabrica la cerveza Marina.

La década de los 70 fue un periodo bastante turbulento, tanto para la SCC como para todo el propio país. Con el 25 de abril de 1974, muchas empresas son nacionalizadas y la SCC no se escapa a esa regla. Además el gobierno de Angola confisca la CUCA, por lo que gran parte de la estructura industrial del sector cervecero desaparece, por lo menos del modo que la conocíamos hasta el momento. La reestructuración del sector se realiza mediante una operación de fusión, en la que las cinco mayores empresas del continente son agrupadas en dos: la Centralcer –Central de Cervejas EP, que engloba la Sociedad Central de Cervejas y la Cergal– y la Unicer que une a CUFP, Copeja e Imperial.

Los años 80 no fueron fáciles en sus inicios, debido a las dificultades del propio país y a la inestabilidad creada por los muchos y sucesivos gobiernos mientras que Central de Cervejas era empresa pública. La luz al fondo del túnel empezaría a verse en 1989, año en que la cerveza Sagres se destaca como líder del mercado, con una cuota de un 45 %, surgiendo los primeros rumores de privatización de la empresa por parte del Gobierno. Esta situación será una realidad en 1990, con la privatización del 100% del capital de la empresa. Entrando a partir de entonces en una época de reestructuración y expansión, con el lanzamiento de marcas como Jansen (sin alcohol), Imperial (en este caso relanzamiento) y las cervezas de los clubes Benfica, Sporting y Oporto.

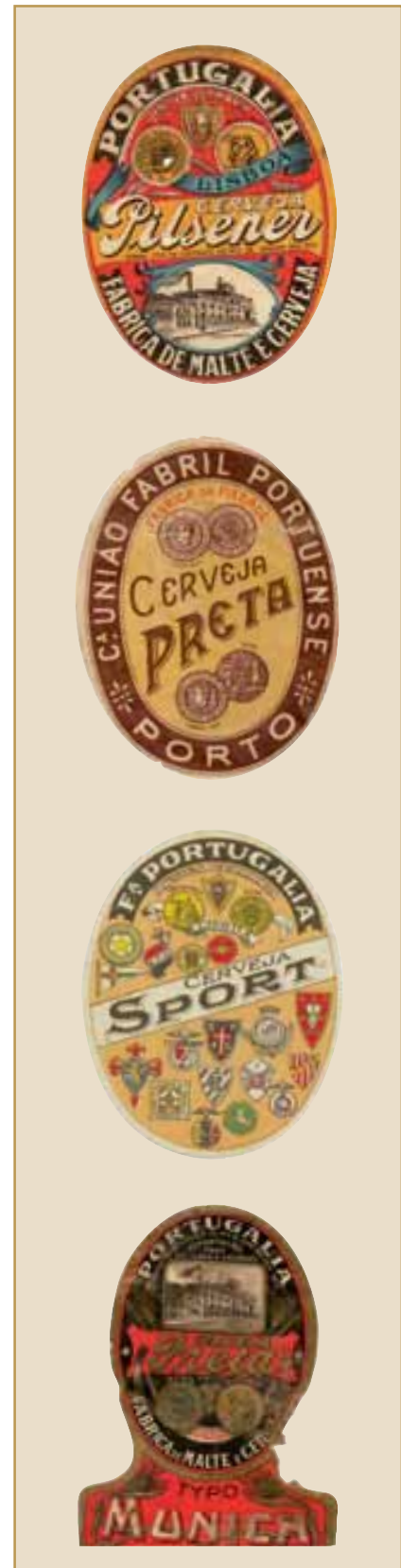
En el nuevo milenio la SCC fue comprada por uno de los mayores grupos cerveceros europeos, la Scottish & Newcastle, empresa que controla marcas como las belgas Maes y Grimbergen, la griega Mitos, la francesa Kronenburg, y otras. Y que a su vez acaba de ser comprado en este año por el grupo cervecero de capital holandés Heineken.

Actualmente, su portafolio incluye las cervezas Sagres, Sagres Negra, Sagres Bohemia, Sagres Bohemia 1835, Sagres Bohemia D'ouro, Sagres Limalight, Sagres Zer0 (gama sin alcohol), Sagres Zer0 Negra, Sagres Zer0 Limalight, Sagres Chopp, Imperial, Jansen sin alcohol Blanca y Negra y también marcas internacionales como Foster's, Grimbergen, Kronenburg, Beamish, John Smith's, Bud y Guinness. La Sagres Bohemia 1835 fue lanzada en 2006 en una edición limitada a un millón de botellas, destinada a celebrar simultáneamente un año de éxito de la Sagres Bohemia y una fecha que señala los 150 años de la Cervecería de Trindade. La última novedad fue la introducción de la Sagres Limalight, una "shandy" extremadamente leve y fresca, bien al gusto de los consumidores para los días calientes de verano en Portugal.

En 2007 la cerveza de Sagres presenta su nueva imagen, que se traduce en un estilo más atractivo, joven e urbano sin perder su fuerte ligación a los valores de la "Portugalidade" que identifican la marca. La cerveza Sagres es también la primera marca de cerveza nacional en incluir en sus embalajes y etiquetas la recomendación "Sé responsable. Bebe con moderación". Ésta es la primera vez que una marca de cerveza nacional se preocupa con la comunicación de este concepto.

Como ya hemos referido con anterioridad, el gran competidor de la Central de Cervezas es la Unicer. Su origen se remonta a 1890, época en que las seis fábricas de cervezas existentes en Oporto (Fábrica da Piedade, Fábrica do Mello, M. Achevk & Cia, J.J. Chentrino & Cia., J.J. Persival & Cia. y M. Schereck y la Fábrica de Ponte da Barca fueron integradas en una única empresa, la Compañía de Unión Fabril Portuense de Fábricas de Cerveza y Bebidas Refrescantes (CUFP). A pesar de los problemas iniciales, como fueron el cambio de instalaciones, la dificultad de encontrar materia prima de calidad y la de adquirir un know-how necesario para la elaboración de una cerveza de categoría, la CUFP fue creciendo, tanto que en 1920 inicia la contratación de mano de obra femenina, y la sustitución de los carros tirados por bueyes por camiones. En 1926 la buena calidad de la cerveza de la compañía empieza a ser reconocida a través de la obtención del Grand Prix y de tres medallas de Oro en la Exposición Industrial que se realizó en Octubre de ese mismo año en el Palacio de Cristal. Ese año marca también la entrada de las cervezas de Lisboa en el mercado del norte, para competir con la Cristal.

Los años 30 son el inicio de la apuesta de la CUFP por el mercado del sur del país. Para apoyar esta expansión son lanzadas dos nuevas marcas: Super Bock y Zirta, una cerveza morena, entre la blanca y la negra, seguidas posteriormente por la aparición de la Nevalia, una cerveza que existió solamente durante los años de la II Guerra Mundial y que sirvió para preservar las otras marcas de la deficiente calidad de las materias primas. En 1941 surge la Victoria, marca de la cual fueron vendidas grandes cantidades para apoyar a los soldados que se encontraban en Gibraltar. Más allá de la apuesta en el mercado nacional, la CUFP



## Historia ampliada y corregida DE LA CERVEZA EN PORTUGAL



de la historia del Central de Cervezas.

El crecimiento de la empresa era constante y a mediados de la época de los 50, la CUPF producía más de tres millones de litros y las rentas alcanzaban el valor récord de 28 millones de escudos (140.000 euros). En esta altura la CUPF producía las marcas Cristal, Super Bock, Invicta Negra, Invicta Cola, Além-Mar y Zirta. La construcción de una nueva fábrica en Leça do Balio fue un hito extremadamente importante en la historia de la Unicer, entonces aún CUPF. El día 13 de Marzo de 1964 marcó la fecha de producción de la primera cerveza negra en la nueva fábrica y el día 20 de Marzo fue la vez de la primera cerveza blanca. El aumento de la producción significó también un aumento de las ventas y de los beneficios. Esa fase de crecimiento solo estaría limitada por la decisión de nacionalizar la empresa, tomada por el Movimiento de las Fuerzas Armadas dentro de la Revolución del 25 de Abril de 1974. A continuación vino un proceso de reestructuración del sector hasta que el día 1



también participa en el capital social de la CUCA, empresa de cervezas de Angola de la cual ya hemos hablado dentro

de Junio de 1977 el Consejo de Ministros decidió crear dos empresas públicas para esta área, surgiendo así a finales de año la Unicer –“Unión Cervecera, E.P.”, resultado de la fusión de la CUPF con Copeja (localizada en Santarém) y con Imperial (localizada en Loulé) y también con Rical (fábrica de refrescos en Sta. Maria de Azóia). Esta nueva sociedad fijaría su sede en las instalaciones de la ex CUPF, en Leça do Bailo. Todavía en 1977, las cervezas Cristal y Super Bock obtienen medallas de oro en el concurso “Monde Selection de la Qualité”, realizado en Luxemburgo, llegando al año siguiente a un acuerdo con la United Breweries para el inicio de la producción de la cerveza Tuborg.

La década de los 80 es un periodo de consolidación de la empresa, con la modernización de los procesos productivos y de distribución y la introducción de nuevas marcas y nuevos productos. En 1982 se decide ampliar la comercialización de la Cristal a todo el país, al mismo tiempo que se abandona la producción de las marcas Clok y Marina. En 1986 la empresa es líder de mercado, con un índice del 50,8 %. Tres años después de este momento histórico, la empresa es privatizada vendiéndose el 49% de su capital en un acto celebrado en la Bolsa de Valores de Oporto. Un año después sería vendido el 51% restante pasando a ser totalmente privada. Mientras, nuevos productos fueron lanzados como Calsberg, Nautic Light (cerveza baja en calorías), Cheers (cerveza sin alcohol), Tuborg 7.2º y la Cool Beer, marcas que permitieron a la empresa reforzar su posición de líder en el sector. Actualmente la Unicer comercializa las marcas: Super Bock, Super Bock Stout, Super Bock Green, Super Bock Twin, Cheers, Cheers Negra, Carlsberg, Cristal, Cristal Negra, Cristal Weiss, Tuborg 7,2º, Clok (relanzada en 2002), Guinness, Tetley's y Kilkenney. En 2006 hicieron su aparición el mercado la cerveza Super Bock Abadia y la sidra Decider, la prime-

ra sidra comercializada a gran escala de una de las mayores marcas portuguesas. Se produjo también la reaparición de la cerveza Marina, un nombre con tradi-



ción en el panorama cervecero nacional.

Las últimas apuestas de la compañía fueron la Super Bock Tango, una cerveza con sabor a grosella, también una novedad en términos de estilo de cerveza en Portugal y la nueva familia de cervezas sin alcohol Twin. En este caso, más allá de la Lager normal, son destacables la Twin Negra sin alcohol y la Twin Melocotón sin alcohol. Siendo esta última un palpable ejemplo de innovación, asociando una bebida sin alcohol al creciente mercado de las cervezas con sabor. Además son productos con el 0% de alcohol, hecho destacable, porque muchas cervezas que se dicen sin alcohol tienen siempre un porcentaje residual que ronda el 0,4-0,5% de ABV.

En lo relativo a otras marcas, su lucha continúa con la creación de productos de suficiente atractivo, capaces de derribar a esos dos pesos pesados que son Sagres y Super Bock. Uno de esos primeros esfuerzos vino de parte de las cervezas Cintra. Después de lanzar un gran empresa en Brasil, el empresario Sousa Cintra creó la “Drinkin-Compañía de Industria de Bebidas y Alimentación S.A”, dedicada a la producción y comercialización de cervezas y refrescos en Portugal. Después de la instalación de una fábrica en la zona de Santarém, esta



## Historia ampliada y corregida DE LA CERVEZA EN PORTUGAL



empresa pasó a producir la Cintra Pilsen, cerveza del tipo pale lager, dorada, fresca y leve. Entre tanto, las dificultades por conquistar cuota de mercado hicieron que la administración decidiese vender el negocio que tenía en Portugal a Iberpartners, del empresario Jorge Armando, conservando todavía su marca y producción en Brasil. La nueva gerencia mantuvo la marca y los productos antes comercializados, a saber: Cintra Pilsen, Cintra Mulata y Cintra Munich Dunkel.

Muy recientemente, concretamente en el año 2000, surge otra marca portuguesa en el mercado, Tagus, fabricada por Cereuro en Viseu. Esta empresa forma parte del grupo Sumol y, aparte de la cerveza Tagus, produce también la Magna y la bien conocida Grolsch, hecho que no es de extrañar puesto que esta firma holandesa posee una parte del capital de Cereuro y comparte el know-how cervecero con la empresa portuguesa. La Tagus es una cerveza de pura malta de cebada, apostando en su calidad para enfrentarse a los dos gigantes del mercado cervecero



portugués: Sagres y Super Bock. La Magna es una cerveza oscura, del género de la Schwarzbier, con sabor a malta tostada, café y caramelo. En el año 2004 Cereuro produjo cerca de 9,2 millones de litros de cerveza.

En Madeira, la fecha de mayor relevancia será el año 1872, año en que fue constituida por iniciativa de Henry Price Miles la sociedad "H.P. Henry Miles & Cia", que tenía como objetivo la producción de cervezas y bebidas refrescantes. Después de numerosos altos y bajos, esta empresa consiguió subsistir de una forma independiente y solitaria, ya que solo en 1926 tuvo competencia real con el surgir de la empresa "Araújo, Tavares y Passos, Lda". Con todo, un mercado tan pequeño como el de la isla de Madeira llevó a que las dos empresas se fundiesen, uniéndose también la "Leacock Cia. Lda". Así en 1934 aparece la "Empresa de Cervezas de Madeira, Lda", cuya principal unidad industrial se encontraba en la Rua Alferes Veiga Pestana, en el centro de Funchal. Actualmente, la ECM es conocida por los refrescos Brisa y por las cervezas Zarco y Coral, viendo la luz esta última marca en 1970. Esta pale lager, hoy también vastamente comercializada en el continente y en países como Australia, Angola e Inglaterra, es una imagen de marca de Madeira. La ECM también detenta la "Fábrica de Cervezas y Refrescos João de Melo Abreu, Lda", empresa productora de cervezas en Azores, con productos como Melo Abreu Especial y Melo Abreu Munich.

Actualmente el mercado nacional se encuentra dominado por los dos grandes fabricantes: Unicer y Central de Cervejas, los cuales controlan aproximadamente el 90% del sector. Ambas poseen diferentes marcas que ocupan varios segmentos de mercado, desde marcas regionales como la Clok, pasando por las cervezas sin alcohol ZerO, Jansen, Cheers y Twin, cervezas más



populares como la Sagres, Super Bock y la Cristal y cervezas de gama más alta como Carlsberg o Bohemia. Comercializan también cervezas en barril para consumo inmediato en los locales de venta. El consumo en Portugal continúa creciendo y las empresas, atentas a este fenómeno, van lanzando nuevos productos capaces de satisfacer a los consumidores habituales y a los apreciores de esta bebida a los que no satisface una cerveza clásica. Ejemplo de ello es la aparición de estilos de cerveza diferentes a los que estamos acostumbrados, como la Sagres Bohemia, la Cristal Weiss o la Cintra Mulata entre otras.

Algunas otras marcas están también en el recuerdo de muchos portugueses. Hablar de la cerveza Laurentina, Cuca o 2M no deja de avivar la memoria de los millares de portugueses que pasaron por África y que aún hoy en día, en confidencia, me confiesan que no había cerveza que se les pudiese comparar, dependiendo de donde hubiesen vivido en Angola o Mozambique. La Laurentina era producida antiguamente por la Fábrica de Cervejas Reunidas, y hoy es fabricada por Cervezas de Mozambique (SABMiller), que produce también Laurentina Negra, la 2M y Manica.

Por mi parte, todavía me acuerdo bien de la Sagres Europa, de la Bohemia (no confundir con la actual Sagres Bohemia) y de la Topazio, por poner un ejemplo. Pero la historia continuará con el sabor de las nuevas cervezas y de los nuevos acontecimientos... □

# Vasos DE PLÁSTICO

Por José Luís Escrivá de Romaní Nº 128



En la revista Celce Magazine nº 18 de Marzo de 2000, páginas 44 y 45, ya hice un artículo sobre vasos de plástico. En primer lugar quiero dar las gracias a todos los socios que se acuerdan de mí y me guardan estos vasos, ya que sin su ayuda no habría podido obtener tan importante colección.

Si queréis conseguir vasos de los que tengo repetidos, solo tenéis que enviarme una carta y yo os los llevaré gratuitamente a la próxima convención (no mando por correo). Sólo puedo dar de los que salen en el artículo. □



**AGL-001:**

Vaso de plástico blanco. Anverso, círculo rojo y águila en blanco. Reverso, águila bicéfala dorada. 20 cl.



**AGL-002:**

Izquierda, vaso de plástico duro, doble anagrama, cabeza dorada, águila rojo. 30 cl.

**AGL-003:**

Derecha, igual. 25cl.



**AGL-004:**

Izquierda: vaso de plástico duro; en círculo, cerveza águila en negro, águila bicéfala dorada; sobre fondo rojo, "águila" en blanco. 25 cl.

**AGL-005:**

Derecha. Igual pero con diferente forma. 25cl.



**AGL-006:**

Derecha: Igual anagrama y forma que el anterior. 40 cl.

**AGL-007:**

Izquierda: vaso de plástico duro, fondo blanco, águila bicéfala dorada. 25 cl.



**AGL-008:**

Izquierda. Vaso de plástico blando. Anverso: sobre fondo blanco "Águila" y sobre fondo rojo "Cerveza 100% malta". Reverso, publicidad. 30cl.

**AGL-009:**

Vaso de plástico blando; sobre fondo blanco "Águila" y sobre fondo rojo "Cerveza". 20 cl.



**AGL-010:**

Izquierda. Vaso de plástico duro; sobre fondo blanco "Cerveza Águila" y sobre fondo rojo "Amstel 100% malta". 30cl.

**AGL-011:**

Centro. Igual al anterior, pero sin la palabra cerveza. En el reverso, "Aquí bebe gente 100%". 25 cl.

**AGL-012:**

Derecha. Igual al anterior pero sin nada en el reverso. 25 cl.



**AGL-013:**

Izquierda. Vaso de plástico duro; sobre fondo blanco "Cerveza Águila" y sobre fondo rojo "Amstel 100% malta". 30 cl.

**AGL-014:**

Centro. Vaso de plástico blando, anagrama igual anterior. 25 cl.

**AGL-015:**

Derecha. Igual al anterior. 30 cl.



**AGL-016:**

Izquierda. Vaso de plástico duro, con rebaje en su forma; sobre fondo blanco "Cerveza Amstel" y sobre fondo rojo "Águila 100% malta". En reverso, publicidad. 40 cl.

**AGL-017:**

Derecha. Igual al anterior, sin rebaje. Anagrama más grande. En reverso, publicidad. 30 cl.



**AGL-018:**

Izquierda. Vaso de plástico blando. Sobre fondo blanco, "quality product amstel" y sobre fondo rojo "100% malta cerveza". 25 cl.

**AGL-019:**

Derecha. Vaso de plástico blando. Sobre fondo blanco, "Cerveza Amstel" y sobre fondo rojo "100% malta lager". 25 cl.



**BUK-001:**

Izquierda. Vaso de plástico blando. Buckler cerveza sin. 40 cl.

**BUK-002:**

Derecha. Vaso de plástico blando. Buckler sin original. 25 cl.



**BUK-003:**

Izquierda. Vaso de plástico blando, todo azul. Buckler 0,0%. 25 cl.

**BUK-004:**

Derecha. Vaso de plástico blando. Buckler limón. 15 cl.



# Hasta los niños "sabían" QUE LA CERVEZA ES MEJOR...

Por Pedro Miguel Ortega Martínez Nº 533



Encuentro entre mis papeles un documento que, a la vista de los años transcurridos, seguro resulta de interés a nuestros socios y lectores. No en balde han pasado más de cuarenta años. Creo merece rescatar esta página del periódico "El Bar", una publicación quincenal dirigida –me parece recordar– a camareros y profesionales de la hostelería, publicada en octubre de 1966.

Evidentemente se trata de una publicidad promovida, entonces, por la cervecera Henninger Española, S.A. Creada en Madrid el año 1963 y presentada a dicho mercado en mayo de 1965, cuando por San Isidro se celebraba bianualmente La Feria del Campo. Transcurrido tanto tiempo, nuestros usos y costumbres, los cambios en educación o alimentación, sería impensable hoy promocionar una novedosa cerveza tal como hicieron entonces los comerciales de esta marca, original de Frankfurt del Main (Alemania).

En el publlirreportaje se pueden observar dos temas diferentes: de una parte la cervecera mostraba sus modernas instalaciones –embotellado–, pues fue pionera en utilizar cajas de plástico y botellas no pirograbadas; de otra, se animaba a los clientes para consumir su marca, en razón –y no les faltaba– hasta los niños "sabían" si su consumo moderado era bueno. Se puede observar a un chaval de dos años, tomando... un "culín" de cerveza. Algo sano y de agradecer, tal como este comentarista –contando entre 8 ó 10 años– disfrutaba de mano de sus buenos padres durante alguna merienda en el campo: tomar un botellín de "quinto", Águila o Laurel de Baco, era el complemento perfecto para cualquier bocadillo, de mortadela o salchichón, a orillas del río. El modesto sueldo de un ferroviario, no daba para mucho más.

Nos hemos vuelto tan perfeccionistas en la alimentación, tan metódicos en la educación, que además de no dar un "culín" de cerveza a los críos, ya no se les lleva a visitar este tipo de fábricas industriales donde se fermentan cereales. Esta posibilidad, promocionada antiguamente por marcas cerveceras, solicitadas por colegios e institutos, dejaban muy buenas impresiones en los alumnos; tanto es así que muchos eligieron después enfocar sus vidas hacia carreras técnicas o de ciencias. Sin ir más lejos, un servidor de ustedes visitó la antigua planta de Coca Cola, en el madrileño paseo de las Acacias; esas impresiones quedaron después reflejadas en un examen escrito de lengua, una redacción libre, donde expuse mi deseo de poder trabajar –algún día– en un fábrica similar, con tantas botellas corriendo por cintas transportadoras... y cumpla este año cuarenta y cuatro de vida laboral en la industria cervecera.

A destacar de las fotos publicadas en esta página del citado periódico, lo novedoso que resultaba ver salir las botellas limpias de una lavadora tan grande –entonces– como la ballena de Jonás. Una operaria miraba si salían relucientes, y otros empleados junto a la llenadora de botellas vigilaban que todo funcionara correctamente. La tolva de tapones corona, esas chapas tan buscadas por los coleccionistas, no era muy aséptica que digamos pero cumplió su buena función durante muchos años. Igual que el pasteurizador transversal a la lavadora; sirvió para pasteurizar primero botellas de tercio, luego tercio y quinto, y finalmente las botellas de litro.

Las fotos correspondientes al niño, que dicen de dos años, en la terraza ajardinada de un bar, destacan al crío deleitándose con ese "culín" de espumosa cerveza Henninger. Este cliente más joven de dicha marca, será hoy un hombre sano de cuarenta y pocos años. Decía el articulista: "No ha aprendido a pronunciar



Periódico EL BAR, Octubre de 1966

## Hasta los niños "sabían" QUE LA CERVEZA ES MEJOR...

bien CERVEZA (con mayúsculas) y pronuncia algo así como CEZA. Pero ya sabe distinguir, él sólo quiere Henninger". Desde luego, si se me permite, el estilo de marketing era también acorde a esa época.

Hoy los tiempos han cambiado nuestras costumbres, nuestros alimentos... pero yo sigo recomendando a mis familiares y amigos la ingesta moderada de nuestras buenas cervezas. Desde aquí, un saludo para mis sobrinas Marta y Cristina –por vía

conyugal– quienes en su actual estado de gestación lactante, gustan de tomar un botellín de cualquier marca 0'0 –o unas cucharadas de levadura cervecera– y las veo criar a sus respectivos hijos con muy buena salud. Enhorabuena. □

## Nueva CERVEZA ROSITA

Por Joan Roig Nº 67



**E**stamos de enhorabuena, pues al cumplir el primer aniversario Cervezas la Gardenia lanza al mercado el día de Sant Jordi la cerveza Rosita con aromas de pétalos de rosa.

Es lo típico de la jornada regalar una rosa para las mujeres y un libro para los hombres, en este caso cerveza.

Sale con una producción limitada de 3.000 botellas. El formato es en botella, tipo cava, de 75cl. y con 5,5º alcohol. El tapón no lleva ningún logo: es liso, dorado con número de serie y caducidad. La contra-etiqueta tiene una pequeña descripción del producto. En la botella normal de 33cl, el tapón sí lleva logotipo. Reproduce lo que será la primera entrega de diseños de diferentes artistas.

También se firmó un convenio con el Ayuntamiento de Tarragona para promocionar en las etiquetas la candidatura de Capital Europea de la Cultura 2.016, con una tirada de 80.000 botellas. Esta será la bebida oficial en todos sus actos. Bienvenidas iniciativas tan positivas. □



Nueva chapa Rosita normal



Tapón Rosita especial