



## El 77% de las empresas de alimentación y bebidas han sufrido un ciberincidente en el último año



**E**l 77% de las empresas españolas del sector alimentación y bebidas reportan haber sufrido un ciberincidente en los últimos 12 meses, según el estudio de ciberpreparación de Hiscox, Hiscox Cyber Readiness Report 2019, presentado por la aseguradora de empresas en colaboración con Forrester Consulting. El informe analiza la situación de España, EEUU, Gran Bretaña, Alemania, Holanda, Francia y Bélgica.

El 31% de los incidentes estuvo relacionado con la pérdida de datos, el 27% fue a causa de un virus, el 23% por ataque de ransomware (encriptación del software de una empresa), el 15% informa de un equipo extraviado, el 8% un ataque que provocó la denegación de un servicio y el otro 23% una brecha de seguridad con pérdida de información de clientes.

Alan Abreu, suscriptor líder de Cyber de Hiscox, asegura que para señalar un incidente tienen que haberlo sufrido y haber ocurrido. Añade que si otros sectores reportan menos incidentes es porque no están concienciados en esta cuestión. Lo que se traduce en que “las empresas de alimentación y bebidas españolas están concienciadas y ciberpreparadas, por lo que su capacidad de detección y detención de ataques de esta naturaleza es mayor”.

Las empresas españolas de la IAB demuestran una gran madurez en términos de recursos ciberseguros. Lideran la inversión reservando el 11,6% de su presupuesto de TI a este área, frente al 9,2% que dedican las empresas del mismo sector en otros países, o el 8,6% que reservan a esta partida de media las empresas españolas en otros sectores. Por otro lado, el informe de Hiscox afirma que solo el 46% de las empresas españolas de esta industria tienen previsto aumentar la inversión en ciberseguridad durante los próximos 12 meses, mientras que la media del estudio está en torno al 65%.

El 70% de estas empresas afirman disponer de un plan propio para protegerse. Un porcentaje muy superior al 56% de las compañías del mismo sector en otros países que realizan esta afirmación, o a la media de empresas españolas de otros sectores, donde solo el 57% dispone de una estrategia de ciberseguridad definida.

Entre las preferencias y los complementos que las empresas IAB consideran más relevantes en sus pólizas destaca: disponer de hardware/software de prevención (67%), acceso a formación (53%), programas de evaluación de riesgo (47%) e infraestructura para realizar simulacros (40%).

Consumer.es

## editorial

Volvemos a terminar un año y os queremos desear a todos una Feliz Navidad. Unos pensarán que para una empresa sólo cuentan las ventas realizadas al concluir un año. Resumiéndolo de la manera más sencilla: si son mayores se considera un buen año y si no es así se considera malo. Pues déjenme que les diga que no es así. Independientemente de las cifras que obtengamos este año solo lo podremos considerar como un mal año para GrupVIVÓ y eso es debido a que en Agosto perdimos, a causa de un accidente de tráfico, a una persona muy importante para todos nosotros: Jose Antonio Vega. Era Delegado de ventas de nuestra empresa desde hacía muchos años pero por encima de todo era una persona extremadamente positiva, luchadora y muy querida por todos los compañeros y por todos sus clientes. En esta vida hay personas ciertamente especiales y él lo era. Siempre estarás en nuestros corazones “Veguita”. No te olvidamos, amigo. *Grup VIVÓ*

## sumario

- 1 El 77% de las empresas de alimentación y bebidas han sufrido un ciberincidente en el último año
- 2 Smart Spirits crea un sistema de cápsulas para elaborar licores
- 3 Damm inicia su comercialización de cerveza con sabor a Whisky
- 4 España consumió 799 millones de litros de zumo en 2018
- 5 Los chupitos representan 1 de cada 10 euros gastados en hostelería
- 6 Coca-Cola revoluciona la entrega bajo demanda
- 7 Uber Eats presenta su servicio de recogida en local



## Smart Spirits crea un sistema de cápsulas para elaborar licores

La compañía valenciana Smart Spirits ha creado un dispensador de bebidas que transforma el alcohol de grano neutro en licores mediante un sistema de cápsulas de esencias (whisky, ron, vodka y ginebra) para hogares, hoteles o establecimientos de restauración.

La idea se remonta hasta el año 2014, cuando sus fundadores -Mark Smart, Ian Smart y Elisa Jarque-, se dieron cuenta de que a través de alcohol de grano neutro de alta calidad y formulado para uso alimentario podían crear una bebida con el sabor deseado a través de cápsulas de esencias. Este sistema permite además regular la graduación alcohólica de cada una de ellas, desde 0 a 40 grados, añadiendo agua y manteniendo su sabor.

El dispensador dispone también de conectividad Bluetooth lo que facilita su control a través de la aplicación móvil de la marca. Así, a través de cualquier smartphone, el consumidor puede controlar todas las funciones de la máquina, utilizar el bloqueo de seguridad para evitar el uso no autorizado y tener acceso a recetas de cócteles para cada uno de los sabores actuales.



La máquina es un desarrollo propio, mientras que el alcohol procede de Bulgaria y las esencias se fabrican en Liverpool y envasan en Valencia. El pack de inicio, compuesto por el equipo, más la botella de alcohol y una caja con 30 cápsulas, está a la venta por 225€. Posteriormente, tan solo es necesario adquirir el alcohol y las cápsulas. El producto ya está disponible a través de la página web oficial y las primeras unidades se han comercializado en países como Reino Unido, Taiwán, Italia y Francia.

Alimarket.es

## Damm inicia su comercialización de cerveza con sabor a Whisky



Innis & Gunn es una marca de cerveza escocesa, llegada a España de la mano de Estrella Damm. La cerveza, de variedad Ale (Innis & Gunn The Original) y Lager (Innis & Gunn Blood Red Sky), fue «descubierta» de una forma peculiar:

Todo empezó cuando un famoso fabricante de whisky escocés se puso en contacto con el maestro cervecero Dougal Sharp, para decirle que querían elaborar un whisky acabado en barricas de cerveza. Muchos otros fabricantes ya habían intentado hacer esto, pero ninguno lo había logrado. Dougal propuso un procedimiento diferente, utilizando una técnica muy especial: creó una cerveza única que infundía un carácter suave y único a las barricas de roble, lo que daba a su vez un sabor exclusivo al whisky que se maduraba dentro. Los fabricantes del whisky quedaron encantados con el proceso y el producto resultante, Ale Cask Reserve Whisky, tuvo mucho éxito.

La primera degustación de esta cerveza elaborada en “barricas de roble” fue un momento que hizo historia: era deliciosa y tenía un sabor como ninguna otra cerveza que Dougal había probado en su vida. El tiempo en las barricas especiales utilizadas en la destilería la había transformado por completo. Y no era sólo Dougal quien pensaba que se había descubierto algo especial; un equipo de catadores en la fábrica le otorgó una nota sin precedentes de nueve sobre nueve.

Dougal creyó tan fuertemente en el potencial de su descubrimiento, que dejó su trabajo para concentrarse en perfeccionar el proceso y en llevar su producto al mercado. Fue un año de largos días y traspasos, todo para refinar y perfeccionar esta cerveza pionera. Cuando por fin llegó el momento del lanzamiento, había nacido un nuevo estilo de cerveza envejecida en barriles de roble. Los muy cerveceros estaban encantados con el producto, así como los jueces de muchos certámenes, que dieron muchos premios a Innis and Gunn.

Disnova.es

## España consumió 799 millones de litros de zumo en 2018



El informe anual elaborado por la Asociación Europea de Zumo de Frutas (AIJN) indica que el consumo europeo de zumos y néctares fue de 9.067 millones de litros en 2018. Lo que supone un descenso del 1,4% respecto al año anterior. En concreto, España consumió 799 millones de litros ese año. Alemania, en cuanto a volumen, es el país que más ha consumido con 2.321 millones de litros, mientras que España ocupa el quinto lugar.

Por otro lado, la categoría más consumida en España es la que se encuentra a temperatura ambiente y en Irlanda, Suecia y Reino Unido optan más por la refrigeración.

En cuanto a las exportaciones, España se sitúa en los primeros puestos de la UE con casi 786 millones de kilos en 2018, lo que se traduce en 771,9 millones de euros. Javier Valle, secretario general de Asozumos, declara que “estas cifras revelan que somos un sector clave en Europa. Nuestras empresas continúan su apuesta firme por la calidad, la sostenibilidad, la innovación y la seguridad alimentaria”.

Además, Valle indica que “gracias a la gran disponibilidad y variedad de frutas y hortalizas que tenemos durante todo el año, sumado a nuestros compromisos de ofrecer un producto de gran valor, España se ha convertido en un buen jugador en el mercado internacional y nuestros zumos se han hecho un hueco importante”.

Revistaaral.com

## Los chupitos representan 1 de cada 10 euros gastados en hostelería

Según el informe “Ways of Drinking” de Horeca Digital LAB de Nielsen, el chupito preferido de los españoles es el licor de hierbas y prefieren tomárselo a las tres de la mañana. Aunque su consumo se reparte entre el mediodía, la comida y la cena. Tanto es así que el chupito representa uno de cada diez euros de gasto en hostelería.

Es en verano cuando se multiplica su consumo, llegando incluso a duplicarse el número de chupitos servidos en los establecimientos nocturnos. Además, en la noche, son múltiples las innovaciones para la puesta en escena del producto, desde probetas hasta máquinas que enfrían el chupito, lo que ha provocado que se consolide su consumo.

Al mismo tiempo, si bien el 75% del consumo nocturno está en manos del licor de hierbas y del

tequila, empiezan a emerger otras referencias, como el whisky con canela, que es el producto revelación.

Según el responsable de Horeca Digital LAB de Nielsen, Jaime Lecuona, “si decimos que la hostelería se adapta a las nuevas necesidades del consumidor, no es menos cierto decir que una manera de conseguirlo es a través de nuevos formatos de consumo. Los refrescos se presentan cada vez más grandes, como las botellas de vidrio de más de 300ml; mientras que, en cervezas, la copa, el doble y las jarras superan en ventas claramente a la caña tradicional de menor tamaño”.

Revistaaral.com



## Coca-Cola revoluciona la entrega bajo demanda

Coca-Cola European Partners (CCEP) ha invertido en dos innovadoras startups para explorar cómo las tecnologías de entrega bajo demanda y la tecnología de conducción autónoma pueden transformar la experiencia de los clientes. Ya han implementado algunas innovaciones en importantes ciudades.

Kol, es un innovador servicio de entrega de bebidas bajo demanda que se ha implementado en París. Distribuye directamente a la localización de los clientes en 30 minutos. CCEP Ventures tomará un 25% de participación, lo que permitirá a Kol expandir sus operaciones en las mayores ciudades de Francia.

TeleRetail, una compañía de tecnología de conducción autónoma, ha desarrollado, con el apoyo de la Agencia Espacial Europea, un robot autónomo llamado ‘Aito’ que utiliza vanguardistas imágenes satelitales para entregar productos de forma rápida y segura tanto en plantas industriales como en áreas urbanas. CCEP Ventures se hará con un 15% de

participación así como con un puesto en el Consejo de TeleRetail lo que contribuirá a apoyar a la empresa en sus ambiciones de desarrollo en el futuro.

Nik Jhangiani, chief Financial Officer de Coca-Cola señaló: que “CCEP Ventures encuentra, financia y fomenta nuevas ideas que ayuden a adaptarse a las nuevas tendencias al tiempo que respalda a algunas de las mejores start-ups del mercado a través de nuestra amplia experiencia y red. A medida que el ritmo al que cambian el comportamiento de los clientes y las tecnologías se acelera, buscamos constantemente vías que nos permitan evolucionar nuestro negocio y seguir ofreciendo un gran servicio a nuestros clientes”.

Consumer.es



## Uber Eats presenta su servicio de recogida en local

La plataforma de pedidos de comida Uber Eats, operada en España a través de Uber Systems Spain, lanzó el 8 de noviembre el nuevo servicio ‘Recogida’ con el que los usuarios pueden acudir a por su comida al restaurante elegido, ahorrándose los costes de transporte. Así lo ha anunciado Marta Anadón Rosinach, nueva directora de Uber Eats España desde el pasado mes de agosto. Esta opción estará inicialmente disponible en Albacete, Almería, Cádiz, Castellón de la Plana, Girona, Huelva, Jerez, Lleida, Logroño, Lugo, Ourense, Palencia, Segovia, Toledo, Jaén y El Puerto de Santa María, si bien se extenderá próximamente al resto de ciudades en las que está presente la plataforma. El servicio se añade a las recientes actualizaciones realizadas en la aplicación, como la información sobre alérgenos

o la iniciativa de reducción de plásticos de un solo uso. De igual manera, Uber Eats abrió el pasado verano su plataforma a restaurantes con servicio propio de reparto. La compañía preveía llegar a medio centenar de localidades españolas y 8.000 restaurantes a lo largo de 2019, tras iniciar actividades en nuestro país en 2017 y haber concluido el pasado año con presencia en 19 ciudades. A escala global, colabora actualmente con más de 220.000 restaurantes de más de 500 ciudades, en 36 países de los seis continentes. La puesta en marcha del nuevo servicio de recogida de Uber Eats en España se realiza apenas unos días después de que su competidora Deliveroo anunciara una iniciativa similar.

Alimarket.es



## noticias breves

### Damm presenta por sexto año consecutivo su cerveza de Navidad

Elaborada 100% con ingredientes naturales, la Cerveza de Navidad de Damm se presenta en forma de edición limitada, en una botella que evoca el recuerdo de aquellas primeras cervezas que los maestros cerveceros de Damm elaboraban especialmente para regalar a sus colaboradores y amigos en los años 50 por Navidad. Damm.es

### Récord de empresas en alimentación y bebidas

La industria de alimentación y bebidas creció en 2.324 empresas, pasando de 29.000 a 31.324, un 8 por ciento más que en el año anterior, según datos aportados por la Fiab (Federación Española de Alimentos y Bebidas). Eleconomista.es

### Central Hisúmer presenta tres nuevas ginebras muy afrutadas

Central Hisúmer presenta las últimas creaciones de Penderyn Distillery, varias ginebras de sabores, opción que ha aumentado su presencia considerablemente durante los últimos años. Revistaaral.com



## ¿Qué tiene este vino español para ser el mejor del mundo?

**T**ío Pepe Cuatro Palmas, de palomino fino, envejecido por González Byass durante 53 años, es reconocido como una joya enológica.

Recibió uno de los máximos galardones que se puede conseguir en el sector vinícola. El International Wine Challenge, celebrado en Londres y considerada la gran cita del vino internacional, premió el Tío Pepe Cuatro Palmas con el Champions of Champions Trophy, un reconocimiento que lo situó como el mejor vino del mundo del año. El concurso reúne las mejores referencias de todo el planeta, que compiten para llevarse tan preciado título, que en la 36ª edición reconoció, por primera vez en toda su historia, la calidad y singularidad enológica de un vino de Jerez.

El secreto de Tío Pepe Cuatro Palmas se encuentra en una serie de rasgos únicos e irrepetibles, que definen la personalidad de este vino muy viejo y que muestran la capacidad de la uva palomino fino para envejecer con elegancia y nobleza. Procede de solo una de las seis botas que permanecen, desde hace 53 años, en La Constanza Solera Museo de González Byass aguardando su momento para deslumbrar al mundo. Ha esperado durante más de medio siglo hasta que Antonio Flores, enólogo de González Byass, junto con la master of wine Natasha Hughes, han recorrido la bodega en su búsqueda. Es la bota donde el tiempo y la bodega han ido perfilando un vino con el que se recupera un legado histórico.

El resultado es un vino de crianza biológica de Jerez, limpio y brillante, que posee un

color caoba intenso con reflejos ambarinos. En nariz es complejo, profundo y despierta aromas a mueble antiguo, cedro, lacas y barnices. En boca es contundente, muy seco, directo y salvaje, que acaba en un final imponente reflejo del perfecto equilibrio entre acidez y vejez. “Combina lo que tiene que tener un gran vino, la viña y la bodega, y de ahí proceden sus sorprendentes cualidades, una salinidad que le proporciona la albariza (un tipo de suelo que cubre el campo del Marco de Jerez) y las notas de frutos secos propias de la palomino fino”, explica el enólogo.

El vino ha permanecido durante todos estos años en una bota de roble americano, lo que ha le ha permitido concentrar todas sus virtudes. “Muchas veces se piensa que lo viejo es bueno, pero no siempre es así. Para ser elegido el mejor del mundo tiene que ser el mejor vino de Jerez fortificado”, añade Flores, que detalla que de este vino solo se ha puesto a la venta media bota, o lo que es lo mismo, 250 litros, un total de 500 botellas.

Este premio reconoce algo más que un único vino, ya que Jerez tradicionalmente ha tenido más reconocimiento fuera de España que dentro, aunque todo esto está cambiando, debido al apoyo de la alta restauración y de los sumilleres, que destacan las bonanzas de algo único en el mundo. De hecho, añade el enólogo, con este premio España se sitúa en el centro mundial del panorama vitivinícola actual y, además y supone un paso más en la #Sherryrevolution, un movimiento global e imparables, impulsado por González Byass,

y que tiene por objetivo dar a conocer en todo el mundo la singularidad de estos vinos, así como la cultura y esencia de una de una de las grandes regiones vitivinícolas del planeta, como es Jerez.

**TIO PEPE**



A lo largo de las últimas décadas, González Byass ha ido incorporando bodegas de otras zonas de España. Entre ellas se encuentran Bodegas Beronia, en Rioja, Viñas del Vero, en la denominación de origen de Somontano, Cavas Vilarnau, Finca Constanza, en Castilla, Finca Moncloa, en Cádiz, Beronia Verdejo, en Rueda, Pazos de Lusco, en Rías Baixas, y Fournier, en Ribera del Duero. En 2016, adquirió la bodega familiar chilena Viñedos Veramonte, y en 2017 compró la marca Pedro Domecq (brandis y vinos), cuya principal actividad está en México.

Agroinformación.com



**GRUP VIVÓ**

**Burbujas**  
vivo

Boletín editado por GRUP VIVÓ  
(CAVISA - SUBESA - COVICAT - VIVOCAFÉ)

Polígono Industrial "Fonsanta"  
Av. Mare de Deu de Montserrat, 8 08970 Sant Joan Despí - Barcelona.  
Telf: 933 732 343 / 933 732 943 Fax: 933 735 901  
E-Mail: info@grupvivo.com  
www.grupvivo.es - www.grupvivo.cat - www.grupvivo.com

Las Noticias publicadas en esta revista, són una recopilación de noticias de diversas fuentes informativas del sector de la distribución y la alimentación. Grup Vivó no se responsabiliza de los comentarios de todas las noticias que no hayan estado redactadas por nuestro equipo editor.

