

Cerveza y globalización. El pan bebible

by Rodolfo Garcia Samano et al - lunes, septiembre 08, 2008

https://vinculando.org/mercado/cerveza_y_globalizacion_el_pan_bebible.html

Una cuestión complicada

Si se trata de cervezas, es bueno ser estadounidense, pero es mejor ser multicultural.

Cuando Barak Obama, candidato demócrata a la presidencia de los Estados Unidos oyó que el consorcio Belga y Brasileño InBev pretendía hacer la compra hostil de Budweiser, dijo que sería una vergüenza para los estadounidenses. A pesar de esto, la operación se realizó. En contra de lo que piensa Barak Obama, la adquisición ayudará a tener un mundo más saludable y sostenible.

Estados Unidos es tierra de oportunidades, también tierra de innovación. Budweiser es la marca de cerveza estadounidense por excelencia. Todos esos lugares comunes se combinan en un solo mito: "American-way-of-life". Pero cuando Budweiser pasa a manos de los extranjeros, la espuma se viene abajo. Los estadounidenses resienten la adquisición como una derrota que les hace perder su preeminencia entre los países industrializados. Aunque se corre el riesgo de incomodar a los nacionalistas, hay que aceptar que la fusión de InBev con Anheuser & Busch está en el orden de las cosas. En estos momentos de crisis de biodiversidad y de caos ambiental, el mito estadounidense no vale más que la tradición y la rigurosidad de los belgas y brasileños al realizar su trabajo. La operación ahorrará mil quinientos millones de dólares en gastos diversos en los próximos cinco años. Todo este dinero podrá emplearse en otras causas útiles.

En Estados Unidos, temporada tras temporada, la final del football americano profesional es patrocinada por Budweiser. Los partidos del Supertazón se amenizan con una Budweiser degustada al ritmo del Rock o del Country; pero el resto del mundo se divierte con las marcas de International Beverages: Bélgica destapa una botella de cerveza Stella Artois al compás de André Rieu el mago del violín clásico; Brasil abre una lata de cerveza Brahma al ritmo de la Samba; Argentina se sirve una copa de cerveza Quilmes al ritmo de Tango, y China destapa una cerveza Sedrin al ritmo de Cantón.



Con mayor capitalización, fruto de su mercadotecnia global, la única desventaja de InBev era su debilidad en el mercado norte-americano. A causa de la primacía estadounidense en los medios de comunicación, las cervezas de Anheuser & Busch eran más conocidas que las cervezas de InBev. A pesar de esto, las marcas de InBev eran más consumidas, salvo en Estados Unidos. Esta era una dificultad considerable porque los accionistas de InBev enfrentaron, a principios de 2008, el riesgo de perder. Al no penetrar al mercado estadounidense, los eventuales compradores de acciones en las bolsas de valores de diferentes países europeos se desinteresaban en los productos agrícolas y alimenticios y las ventas de estas acciones resentían la baja cotizándose en menos de su valor estimado.

Los accionistas de InBev se decidieron a tomar el toro por los cuernos. En una estrategia mundial, InBev se deshizo de sus acciones en ciertas empresas como Cuauhtémoc-Moctezuma con su marca "Sol". Estas ventas le permitieron conseguir suficiente liquidez para intentar un golpe maestro. A principios de 2008 InBev ofreció sesenta y cinco dólares por acción a Anheuser-Busch.

Asombrados por la audacia de la propuesta, los propietarios de Anheuser & Busch argumentaron que la cantidad ofrecida era insuficiente, ganando tiempo para revisar sus alternativas. Ante las circunstancias, los estadounidenses se voltearon hacia sus colegas mexicanos del grupo Modelo, pero la talla de los dueños de "Corona" no era ni remotamente suficiente para enfrentar a los jóvenes y dinámicos gerentes de "International Beverages". Ellos tuvieron el valor de regresar y llevaban consigo la proposición de setenta dólares por acción. Pero esta oferta no era lo único arriesgado. Con la concreción de la venta se agitaron las aguas de los medios de comunicación y se desencadenó un escándalo global. Sobre todo, los gerentes de InBev, dirigidos por el Brasileño Carlos Brito, tuvieron el coraje de enfrentar el caos y la crisis que empezó primero en la cervecería, donde los empleados temían ver llegar una horda de vikingos para adueñarse de sus puestos en el Consejo de Administración. Luego hubo un sobresalto mayúsculo en Saint Louis y en todo el Estado de Missouri, que tembló ante la incertidumbre de perder dos mil plazas directamente asociadas con la fábrica de cerveza más los empleos indirectos, cosa que resultaba demasiado perturbadora, sobre todo tomando en cuenta que Estados Unidos se encuentra amenazado por el riesgo de recesión. Por último, los ejecutivos de InBev tienen que lidiar con la crisis desencadenada en todo Estados Unidos, que se pregunta cómo será el futuro. Ellos responden con toda confianza que no hay nada que temer. Y esto último parece ser verdad. Si los empleados y los consumidores están contentos, no se ve razón para que otros estén descontentos. En el peor de los casos, de ahora en adelante, la cerveza pasará de ser una bebida barata que

ofrece diversión para convertirse en un alimento más sofisticado, con un toque europeo que ofrezca otra cultura de consumo.

¿Cómo es posible que esto haya sucedido?

¿Acaso son responsables de esta modificación los ingredientes que las denominaciones de origen controlado autorizan en Bélgica, Alemania y Francia para fabricar cerveza? Toda desviación de estas normas debe ser seriamente discutida antes de autorizarse. Los estadounidenses, menos formales, se conforman con beber Budweiser que es una cerveza hecha de arroz.

¿Acaso fue un problema tecnológico? Tal vez, porque la fábrica de cerveza más tecnificada del mundo pertenece a InBev. Pero esa misma fábrica cerrará una vez que se haya aprobado la compra de Budweiser. Por lo tanto, la razón de existir de "Rolling Rock" en Pensilvania, era sólo cuestión de agregarle presión a las hostilidades.

¿Acaso fue un problema financiero? Lo principal, son las utilidades. El negocio de fabricar cerveza es cada vez más costoso y en esas condiciones ahorrar mil quinientos millones de dólares anuales es significativo. Ahí está la otra lección que hay que aprender de la compra de Anheuser & Busch por InBev; vale más seguir la divisa de Bélgica, "la unión hace la fuerza" o como dicen los europeos "unidos en la diversidad". Las finanzas del mayor grupo cervecero del mundo son mejores que las finanzas del mayor grupo cervecero de Estados Unidos. La mayor talla del grupo, hará mejor la gestión de la productividad, aunque las cosas se compliquen, haciendo que el proceso de fabricación de cerveza sea más sostenible.

¿Quizás fue un problema geográfico? Si uno oye lo que dijeron los ediles de San Luis Missouri cuando se anunció la operación, no podrá decir que fue agradable. Para ellos se trata definitivamente del final de la era cuando ser estadounidense era todo. Pero la venta de Anheuser & Busch a InBev acabará con el localismo. La marca de cerveza Budweiser definitivamente estadounidense se dará a conocer en todos y cada uno de los rincones del mundo como tal, como la cerveza de Estados Unidos.

Hasta los astrólogos se atribuyen una parte de responsabilidad en la adquisición. Los idus de julio no fueron favorables a la cerveza de las barras y estrellas. Es hora de preparar la cápsula del tiempo y enterrar una Budweiser estadounidense para las generaciones del futuro que sólo conocerá cervezas europeas. Además, los cómicos de Red State tienen ahora amigos en Bélgica.

La historia de la cerveza

Sin duda, la historia es la explicación de esta hecatombe cervecera. A lo largo de milenios, han habido fluctuaciones en las formulaciones, saltos en los precios, revoluciones tecnológicas, crisis de identidad de los consumidores y toda clase de anécdotas ligadas a la cerveza. Pero a pesar de todos esos cambios, durante más de mil años la cerveza producida en Bélgica ha sabido defender su posición principal. Lovaina, en Bélgica tiene un pasado cervecero mucho más antiguo que San Louis Missouri. La marca de cerveza insignia de InBev "Stella Artois" nació en 1366 en la Den Horne Brouwerij, cervecería que aún existe. Los maestros cerveceros belgas son dueños de una tradición que se remonta a la prehistoria. Ellos tienen muchos secretos que los innovadores estadounidenses despreciaron.

En China se explica el descubrimiento de la cerveza por la leyenda de un tazón de arroz dejado en el abandono por un campesino y que al cabo de varios días lo encontró con un sabor más agradable. Si uno se refiere a la tradición oral, las más antiguas referencias a la cerveza se encuentran en los cantos de los hechiceros africanos y de los trovadores finlandeses que desde el tiempo más remoto hablan de un brebaje que suelta la lengua. Así que se puede evocar el descubrimiento de la cerveza como una sucesión de eventos azarosos ligados a la naturaleza y al sentido

de observación del hombre: una cosecha que se inclina a causa del viento huracanado; los granos que empiezan a germinar y para salvarlo, el hombre los seca al sol. Luego de moler los granos, la sopa usual tiene un sabor deliciosamente dulce y que mejora conforme pasan los días. Acompañando al sabor viene la euforia. Uno explicará mucho más tarde, en el siglo XX, que la germinación liberó enzimas que transforman el almidón en azúcar fermentable, el alimento de las levaduras y que producen etanol. Hay evidencias que hablan de una isla de los simios ebrios. En efecto, en el pueblo de Shuangou, de la provincia de Jian Shu en el delta del río Huaihe se encontró el fósil de un antropeide viejo de quince millones de años que habría consumido alcohol. La primera referencia cervecera de la antigüedad se remonta a 4 000 a.C. en Sumeria con el monumento BLAU que muestra a una mujer realizando una ofrenda de cerveza a la diosa Nin-Hara. Existen tabletas de arcilla con caracteres cuneiformes que describen las recetas de la cerveza. ¡El Código de Hamurabi precisa sus usos y costumbres y aprovecha para crear los impuestos sobre la cerveza babilónica o Sikaru! Todos estos documentos de la antigüedad muestran a la cerveza ligada a la región de crecimiento de cebada (*Hordeum vulgare*) y que se asocia a los más antiguos establecimientos agrícolas de los que se tiene conocimiento. [J. P. Hebert](#) ha dado a conocer a una importante población de estudiantes los frescos egipcios del siglo II, a. C. la tumba del gran chambelán Kenamon durante el reino de Amenofis II describiendo las etapas del proceso de fabricación de cerveza. Esos frescos en Schech-el-Gurna, cerca de Luxor son un delicado testimonio de la profundidad del conocimiento cervecero que había alcanzado la civilización egipcia. Strabon informa que esta cerveza se llamaba "Vino de Pelusa" (hoy Port Saïd) y que tenía calidad de exportación. La civilización egipcia ofrece tesoros que explican el papel de la cerveza, bebida de los dioses ciertamente, pero también de los poderosos faraones y de los sacerdotes, sin obligar la bebida destinada a los constructores de las pirámides. Para el resto del pueblo la situación era diferente. No queda ningún registro de que los ciervos de la antigüedad pudieran beber otra cosa que agua simple. Para saborear estas cervezas sumerias o egipcias, era necesario tomar algunas precauciones. Ligeramente alcoholizadas, del orden de 2 a 3 grados Gay Lussac, su pH ácido, inferior a 4.5 les permitía evitar todo desarrollo de gérmenes patógenos peligrosos. Sin embargo esta cerveza tenía algunos elementos flotantes, paja, grumos en suspensión, etcétera, así que hacía falta beberla con un tubo al final del cual se encontraba un capuchón metálico perforado que hacía las veces de filtro.

Las cervezas sumeria y egipcia constituyen hoy en día una oportunidad. En la Cervecería ANCHOR de san Francisco, California: la Scottish and Newcastle Breweries Limited; los propietarios de Kronenbourg maltearon una cerveza ligera (*ale*) encontrando las recetas empleadas en tiempo de los faraones. Prepararon quinientos panecillos de harina de cebada cruda, malta, y cebada cocida y los mezclaron con agua a la que se había agregado algo de jarabe de dátiles. Esta cerveza bautizada "Ninkasi" de 1989 es similar al Ale de Tutankamón, mil botellas de las cuales fueron vendidas a 50 dólares la pieza en 1996 en Londres.

Durante la edad media la cerveza se democratizó. La bebida tomó el nombre latín de "Ceres", diosa de la agricultura y de "Vis" que significa fuerza. Para tener fuerza, toda Europa tomaba cerveza y su preparación era una tarea doméstica. En la tierra de Brabante, la región de los valles de Bélgica y las extensas planicies del norte se cubrieron de cebada. Las Artes y los Oficios en la zona incluían la agricultura. Preparar cerveza era el sustituto de la vinificación, actividad reservada a Champagne, la región campesina del sur, más cálida y propicia al cultivo de la vid que su vecina del Norte donde solo se daban los granos y no la viña. Para tener vino era necesario comprarlo o cambiarlo por cerveza, así que en el norte se encontraba además del trigo y la avena, la cebada que se usaba para preparar cerveza. Pero cocer granos de cebada no podía hacer cerveza, previa a la cocción estaba la germinación de los granos. Durante el verano en esas regiones templadas, el calor y el viento facilitaban la germinación y la oxigenación. Las frías aguas de los numerosos ríos de Bélgica que van desde el Meuse hasta el Quiebrain son de excelente calidad para permitir la gelificación e hidrólisis del almidón. Para rematar, la gran humedad del medio favorece la aparición de levaduras que actúan sobre los azúcares fermentables, convirtiéndolos en alcohol.

Durante la antigüedad, el lúpulo era desconocido, como nos enseña el Doctor Hebert. En su lugar, los celtas empleaban hisopo, junípero, cilantro, romero, jengibre, y otras plantas para dar un poco de gusto a una bebida que no es muy sabrosa por sí misma. A principios de la edad media, en algunas ciudades los obispos poseían el "Droit

de Gruyt", el derecho de mezclar especias aromáticas que servían para dar sabor a la cerveza. Era un monopolio lucrativo y un secreto celosamente guardado. Los cerveceros podían fabricar la cerveza sin problema, pero debían comprar en el molino cierta cantidad de "Gruyt" por costal de malta. Uno se puede imaginar los problemas que se plantearon cuando ciertas corporaciones de cerveceros decidieron protestar contra ese monopolio del que se valía el gobierno para hacerse de recursos. El empleo de lúpulo (*Humulus lupulus*) como agente de sabor y como bacteriostático data del siglo XI y se debe a Santa Hildegarda de Bingen. A partir de entonces se dice que la viña del norte tomó poco a poco el lugar de las hierbas aromáticas. La amargura extrema del lúpulo ameniza el dulzor de la malta e incita a beber más. Entonces la cerveza se convierte en Bière o Beer. La palabra apareció oficialmente en Francia por primera vez en 1489 en un edicto del Rey Carlos III para sencillamente... inventar un nuevo impuesto. La cerveza es agua, gastos de producción e impuestos, diría más tarde el creador de las cervecerías San Nicolás y de Vézélise, A. Moreau.

Los monjes aprendieron a fabricar cerveza respetando la jerarquía. La "*Prima Melior*" estaba reservada al superior, la "*Secunda*" a los monjes, la "*Tertia*" a los monjecillos y en cuanto a la cerveza de peregrino, tenía la ventaja de no ser agua y de presentar por lo tanto una garantía higiénica que permitía a los monjes conservar su clientela en buena salud.

La Cruz de los "Brasseurs" ("brazos" en francés es "*bras*"; es de ahí que viene el nombre de las "*Brasseries*" que son las fábricas de cerveza porque era necesario agitar vigorosamente la cebada con los brazos durante el malteado para oxigenar la germinación) simbolizaba los cuatro elementos, agua, aire, tierra y fuego, al mismo tiempo que simbolizaba los cuatro ingredientes esenciales de la cervecería. Malta, Agua, Cebada y Lúpulo. Esta Cruz de los Brasseurs con el tiempo se confundiría con la Cruz Templaria o Cruz de Malta, cuando los monjes guerreros de la orden del templo de San Juan en Jerusalén se convirtieron en Caballeros al servicio del Emperador.

De hecho, esta tradición cervecera medieval se conserva en la actualidad con las Cervezas "Trappistas" (Tramposas), de Abadía (Maredsous, Orval, Dethergens y otra cuarentena de marcas) que todavía se consiguen y que son preparadas siguiendo rigurosamente la tradición de la abadía. Estas cervezas no llevan mecanización de ningún tipo, su cebada se siembra con arado tirado por enormes caballos de raza ardenesa y se maltean y fermentan artesanalmente. El Monje designado para preparar la cerveza se ocupa de todo el proceso y no tiene derecho a enseñar sus secretos de fabricación más que a un novicio que tomará el oficio cuando el maestro se retire. Mil años después, la cerveza medieval sigue siendo muy sabrosa.

En paralelo a los monasterios, algunos artesanos descubrieron sus propias recetas de fabricación. Tales recetas se transmitían de padre a hijo. Sin embargo, para dominar los misterios del malteado y los secretos de la fermentación, estos artesanos se llenaban de precauciones basadas en la observación de ciertos rituales similares a la cruz de los Brasseurs. La Estrella de los "Brasseurs" recuerda a la estrella de David, pero no tiene ninguna relación con el judaísmo. Era más bien una señal de alquimia que relatava la influencia de los elementos en el proceso de fabricación de la cerveza. Los seis picos de la estrella simbolizaban respectivamente el agua, el aire, el fuego y la fermentación además de la germinación y de la sacarificación. Todas las aristas de la estrella forman el proceso de fabricación de la cerveza del mismo modo que la tierra y el cielo integran al universo. El fuego aparecía en forma de calor durante la germinación y era empleado para la fabricación durante el tostado de los granos para detener la germinación al igual que para calentar el agua donde se disolvía la malta molida. El agua era empleada para emparar los granos y favorecer la fermentación así como para disolver los almidones durante la cocción. El aire era necesario para la germinación y para la inoculación de las levaduras silvestres a la malta. Finalmente, la tierra es la que da a la cebada materia prima de la cerveza. Durante la edad media, la observación no reemplazó a los conocimientos aprendidos en la antigüedad y por ello se hacían las cosas un poco a ciegas. La bioquímica y la microbiología eran desconocidas, así que el éxito o los fracasos se adjudicaban a fuerzas ocultas. Esta cruz de los "Brasseurs" o estrella de los "Brasseurs" podía entonces ser similar a un amuleto de buena suerte.

Al tiempo que los artesanos se defendían de la mala suerte, los consumidores disfrutaban de la cerveza. Los

cuadros de Peter Bruegel (la feria del pueblo) muestran festividades y pastorales del siglo XV con placer para todos, mientras que durante la antigüedad este derecho perteneció solo a los emperadores.

Durante el siglo XVI el Emperador Carlos V, nacido en Bélgica, cedió a los caballeros de la orden de San Juan de Jerusalén y Hospitalarios, la isla de Malta donde se encontraban los fuertes de San Ángel y de San Elmo, bastiones inexpugnables protegidos por una gigantesca cadena que cerraba el paso de las embarcaciones a la bahía. El rey encargó a los caballeros de la orden de Malta defender la isla contra las invasiones musulmanas. Malta, en medio del Mediterráneo era la puerta de entrada al Reino de Nápoles, propiedad de Carlos V. El precio simbólico de un halcón (el halcón maltés) por año fue fijado entre el Emperador y el Marqués de LaValette, jefe de los caballeros de la orden de Malta. Bajo su mando, setecientos caballeros de la orden de Malta detuvieron durante meses el asedio de una fuerza musulmana cien veces superior en número. Los avituallamientos de los caballeros de la orden de Malta consistían de cebada y la convirtieron en cerveza. Al mismo tiempo que peleaban contra Solimán el Magnífico, los caballeros de la orden de Malta germinaban la mejor cerveza del mundo. El Prior de la orden de San Juan de Jerusalén y Hospitalaria, el Marqués de LaValette era originario del sur de Francia y el Emperador pagó con oro sus servicios. Cuatro siglos después, el Marqués de LaValette, heredero del Prior de la orden de Malta cedió al gobierno francés su terreno de: "LaValette", una importante porción del ecosistema conocido como "Garrigue" tierra adentro de las costas del mar Mediterráneo en la vecindad de Montpellier. La misión del terreno, según el testamento, es el uso agrícola. Obedeciendo esa última voluntad, el gobierno francés ha construido ahí el CIRAD (*Centre International de Recherche en Agriculture pour le Développement* o Centro Internacional de Investigaciones en Agricultura para el Desarrollo) destinado a promover el desarrollo agrícola. En el CIRAD imparte cursos de ingeniería de alimentos el doctor Jean Paul Hebert.

No fue sino hasta el siglo XIX, explica el Doctor Hebert, que dos descubrimientos permitieron la revolución de la práctica de la fermentación. Ferdinand Carré inventó el frío artificial en 1857 y el "Brasseur" Velten instaló el primer grupo frigorífico en Marsella. En 1876 Louis Pasteur publicó su famoso "*Traité sur la Bière*". Luego los conocimientos científicos se aceleraron. Controladas la fermentación y la pudrición, las cervecerías se convirtieron en catedrales de acero inoxidable. Los procesos se dominaron en todos sus aspectos y se empezó a ver botellas de cerveza por doquier. Al igual que los ingenios azucareros, que las empacadoras de vegetales y de carnes, las cervecerías se multiplicaron y a menudo constituían un símbolo de progreso en cualquier ciudad en donde se establecían. Las personalidades de la localidad consideraban "de buen tono" contar con una cervecería lo mismo que con una industria panificadora o que con una fábrica de pastas alimenticias. Ante la proliferación de las cervecerías, comenzaron a desarrollarse una serie de actividades paralelas: fábricas de malta, fábricas de levadura, fábricas automotrices para construir camiones, talleres mecánicos para reparar los transportes de cerveza. Esta compleja red de industrias se organizó de acuerdo a las condiciones políticas y económicas de cada región y se fundaron entonces las enormes sociedades cerveceras estadounidense y europea. Estos gremios son a menudo el disparador de las cámaras de industria de transformación y de las confederaciones patronales de cada país. La competencia entre las cervecerías se globalizó y obligó a los grandes grupos industriales a enfrentarse en ciclos de fusiones y de adquisiciones de empresas hasta que se llegó finalmente al resultado que ahora se comenta.

Ingredientes silvestres para un negocio global: más allá de la cebada, el lúpulo, la levadura y el agua.

¿Cuál es el futuro de la cerveza?



Es posible que en China y en África se decida la cuestión. Primero en China, donde la demanda es titánica. Casi toda la cerveza que se consume en China es industrial. Ahí se encuentran bien instalados todos los grandes grupos cerveceros industriales. En China se compite muy fuertemente y las estrategias de mercadeo son muy agresivas. Hay que asociar la cerveza a los valores Chinos y hay especialistas en el tema. Los cerveceros deberán distinguirse por su calidad y por su apego a la cultura sostenible. Las cervezas orgánicas serán siempre un atractivo para una población que busca el bienestar. Los problemas sociales que entraña el consumo de cerveza son aquí de gran importancia.

En cuanto a África, el panorama es completamente diferente. Ahí la cerveza industrial es relativamente débil, dejando muchísimo espacio para la producción y consumo de la cerveza tradicional. La cerveza de los desiertos se prepara con sorgo y se llama Dolo, siendo muy consumida en el centro de África. Más al sur, el clima permite otros cultivos y se fabrican otras bebidas fermentadas que despiertan la imaginación. La cerveza de plátano de Uganda, llamada "*Urgwagwa*" es mucho más complicada en su elaboración que el pulque mexicano. Al contrario del néctar de los dioses aztecas, la *Urgwagwa* tiene que disolverse e hidrolizarse antes de fermentar y la tarea se vuelve más difícil y arriesgada. Para Daniel Griffon, experto en plantas amiláceas, citado por el Doctor Hébert, el siglo XXI es el siglo del Munkoyo. Este arbusto de *Lulumbashi* (Leopoldville) en el Congo, es capaz de embriagar a un elefante. Las raíces de *Eminia polyadenia* (elmunkoyo, o en inglés *Monkoo* es una leguminosa del tipo de las habas que tiene una raíz con muchísimos tubérculos donde se almacena el almidón, de ahí su nombre "*polyadenia*") son empleadas por los maestros cerveceros congolese para preparar las bebidas alcoholizadas. Ellos emplean la raíz como un bastón para remover las jícaras donde se ha agregado agua y sorgo o mijo molidos. Este bastón hace las veces de un agitador que desprende enzimas amilo líticas y siembra levaduras para completar las dos etapas de germinación y fermentación. El truco del bastón es tan viejo que los ingenieros muchas veces se preguntan qué han estado haciendo los últimos diez mil años antes de descubrir el redituable negocio de las enzimas inmovilizadas. Clement Delaude, investigador belga delegado en el Congo reporta un consumo de 0.4 a 2.7 litros de cerveza de munkoyo por habitante y por día. Suficiente para alimentar a las poblaciones que de ningún modo padecen las carencias de las aldeas desnutridas de Sudán. En África del Sur se produce una cerveza ancestral de manera industrial. Es el *Kaffir* o pan líquido, bajo en alcohol pero rico en vitaminas del grupo B.

En paralelo a las grandes cervezas industriales de los grupos internacionales como InBev que se desgarran para adquirir partes del mercado, existe infinidad de cervezas autóctonas. El ingenio del hombre supo partir de un material almidonado para producir una bebida del tipo de la cerveza. Este brebaje representa para los más pobres una aportación determinante desde el punto de vista nutritivo.

Tal vez la cerveza de Munkoyo sea la Stella Artois del siglo XXVII.