Innovación en tiradores y torres de cerveza

Un recorrido por la historia y el porvenir de la empresa española Aplimet, pionera en aplicar innovaciones tecnológicas y de diseño a los tiradores de cerveza, de la mano de su fundador

Alba Irigoyen Gómez

Son las 11 de la mañana y Daniel López Tripiana ya se ha reunido con los trabajadores de Aplimet para planificar la jornada, hablar de nuevos proyectos y revisar las incidencias. Por la tarde irá a ver a algunos proveedores. Damos un paseo por todas las instalaciones y me presenta a los compañeros de secretaría, producción, ventas, compras, diseño, almacén, control de calidad, etc. En 2000, él y su padre fundaron Aplimet. Ubicados en el polígono industrial de Montcada y Reixach (Barcelona), son 16 empleados de todas las edades. La gente entra y desarrolla su carrera profesional en la empresa, realmente se respira ambiente familiar. Apenas hay rotación y la previsión es seguir creciendo.

Tirador de cerveza desarrollado por Aplimet. Foto: Aplimet.

Daniel López Tripiana destaca la profesionalidad y motivación de su gente. Cuenta que el secreto está en hacer equipo y transmitir que todo es posible. Le brilla la mirada hablando de futuro, nuevas oportunidades, innovación, ampliar las instalaciones e impulsar el laboratorio de diseño para seguir creciendo. En España, prácticamente no tienen competencia y, en Europa, se están abriendo camino en los países nórdicos, Turquía, Francia y Alemania (para lo que fue crucial estar en la pasada feria BrauBeviale de Nuremberg). “Si en España nos ha ido bien, ¿por qué no va a pasar lo mismo fuera?”, dice Daniel. Nos vamos a tomar un café (todavía no es la hora de las cañas) y seguimos hablando de Aplimet.

Historia de una empresa familiar

Aplimet es una *spin-off* de otra empresa anterior que montaron el padre de Daniel y un socio. Eran artesanos del metal, soldaban, montaban y elaboraban objetos de decoración para el hogar. Pero tenían un cliente especial: la cervecera Mahou San Miguel, que les hacía encargos de columnas de cerveza y tiradores personalizados. El trato cercano con el cliente, la capacidad para adaptarse a las necesidades, el aprendizaje constante, la mente inquieta, la experimentación y el no ponerse límites llevaron a Daniel y a su padre a descubrir un nicho que nadie estaba cubriendo en España. Un día, ambos socios decidieron seguir sus caminos por separado y ahí surgió Aplimet.

Llegó 2005. Daniel tenía la maleta hecha para irse a estudiar a Nueva York, cuando a su padre le diagnosticaron un cáncer. La enfermedad acabó ganando la batalla y Daniel deshizo la maleta. Su padre le inculcó que para llevar una empresa había que empezar desde abajo, por lo que en esa primera etapa Daniel ya había ejercido de encargado, almacenista, operario, soldador, comercial, etc. Tras un silencio, le viene el recuerdo de cuando su padre le encargaba 100 tiradores: “Hazlo como puedas, pero hazlo”, le solía decir. Si para llevarlo a cabo, tenía que desechar 50, no había otra. “Nunca hemos dicho que no a nada, por eso me encanta mi trabajo. Es creativo, hay que investigar y encontrar respuesta a la demanda del cliente”. Para Daniel no existen los problemas, todo tiene solución.

Claves del éxito

En los comienzos, el 80% de la producción de tiradores iba destinada a Mahou San Miguel y el 20% restante, para dos o tres clientes más. En 2002, entró en juego una cervecera francesa mediante concurso, lo que implicaría un contrato de cuatro años y pasar de 300 a 5.000 unidades al año. En 2008, le pusimos nombre a la crisis económica española. Aplimet sufrió los efectos en 2009, pues pasó del millón y medio a los 800.000 euros de facturación. Daniel recuerda cómo la mayoría de las empresas de alrededores iban cerrando. No obstante, gracias a que los dividendos obtenidos en ejercicios anteriores se habían destinado a reservas y reinvertido en la empresa, Aplimet pudo salvar su principal valor: el capital humano. “No podíamos perder todo ese conocimiento y experiencia; eso se refleja en la calidad de nuestros productos”, dice. Los dos años de baja actividad sirvieron para diversificar la cartera. Hasta la fecha, Aplimet se mantiene con un crecimiento anual sostenido del 9%. Este año esperan sobrepasar los dos millones de euros de facturación.

Con esfuerzo y afán de superación, Aplimet se ha constituido como referencia en el sector. Pero pensar en términos de expansión implica un cambio de rumbo en la estrategia: proyectar la imagen corporativa, reforzar la presencia en ferias y seguir apostando por el diseño, la innovación, la especialización y la diferenciación, marcando tendencia y creando un catálogo propio con una oferta que funcione internacionalmente.

Según el *Informe socioeconómico del sector de la cerveza en España 2015*, la

hostelería es el principal canal de consumo de cerveza, ya que supone la cuarta parte de la facturación. Por otro lado, según datos extraídos del estudio *El sector cervecero artesanal español y sus posibilidades de internacionalización*, publicado por la revista *Regional and Sectorial Economic Studies* en 2015, las microcerveceras artesanales españolas se han multiplicado por 15 desde el inicio de la crisis. Para paradojas, el del mundo de la cerveza. Una explicación lógica vendría a ser el cambio de hábitos al que nos ha llevado la disminución de poder adquisitivo, preferimos invertir en calidad en detrimento de cantidad. Volvemos al producto de proximidad y lo artesano. La cultura de la cerveza se ha extendido significativamente. Los profesionales de la barra se han convertido en verdaderos cicerones (el *sumiller* de la cerveza). El consumidor de hoy es más exigente, pasando de consumir producto a tomar experiencias. Las grandes cerveceras, conscientes de la demanda, se alían con microcerveceras para estar más cerca del consumidor.

> "Algunos bares rompen con la exclusividad de las marcas y ponen su propio tirador que se identifique con el local"

Algunos propietarios de bares toman la sartén por el mango: rompen con la exclusividad de marcas; adquieren su propio tirador con un diseño que se identifique con el local (piezas casi de museo que a menudo provocan visita obligada al bar); eligen cervecera por la originalidad de los tiradores personalizados, u optan por columnas multigrifo para presentar una oferta variada de cervezas. La misión de Aplimet es hacer visible la marca, que cuando el cliente se acerque a la barra, vea el tirador, le impacte y recuerde la marca de la cerveza que se está tomando.

Desde que entablas conversación con Daniel, queda claro que sus pasiones son la empresa, la música y viajar. "Ver mundo es indispensable para mirar las cosas desde otra perspectiva y darte cuenta de lo que realmente importa". Hablando de cosas importantes, el poco tiempo libre que le queda lo dedica a su madre y a su hijo. Luego, se ha marcado como objetivo publicar disco el próximo verano. De Aplimet dice que es su vida, que la lleva en el corazón.

TRIBUNA

Una fusión de diseño, tecnología, conectividad, interacción y emoción

Javier Ordóñez

Hace poco, leía un artículo que auguraba un incremento de la demanda de ingenieros por parte de las empresas. A pesar de las buenas expectativas, creo que todavía no hemos salido de ese bache que supuso la crisis. Cada vez tenemos más jóvenes titulados frustrados por desempeñar otros trabajos. Yo empecé trabajando como técnico de mando medio, pero aspiraba a dirección de fábrica y comercial. Me titulé en ingeniería técnica industrial hace 20 años. La carrera te enseña cómo aprender y el oficio lo aprendes ejerciendo, más que con un máster. Hasta llegar a Aplimet, he pasado por diversas empresas del sector textil. Eran otros tiempos. Si las empresas facilitaran la circulación de capital humano, saldrían ganando en ambos sentidos.

En 2008 me incorporé a Aplimet como comercial técnico. Me recibió Daniel López Tripiana, el CEO de la empresa. Me pareció un joven emprendedor con una energía muy positiva. Me gustó la propuesta, diferente de lo que había hecho hasta el momento. Pero, ¿qué son las fábricas? Personas y máquinas; se trata de saberlo gestionar. Este 2017 cumplo 10 años aquí. Cada proyecto es diferente, eso me apasiona. El cliente te contagia su ilusión por empezar un nuevo negocio, nuestra función es hacer realidad su sueño.

El Ferrari del sector

Una cosa que me sorprendió de Aplimet es la meticulosidad para producir torres y tiradores de cerveza. La excelencia es nuestra meta. Desarrollamos productos sofisticados de gama alta con valor añadido, somos el Ferrari del sector. Nos conocen porque no tenemos límites, si no lo hacemos nosotros es que no lo hace nadie. Es un trabajo muy creativo y mi experiencia en el sector textil me ha ayudado mucho. Mi puesto de trabajo también requiere habilidades comunicativas y estoy constantemente haciendo de interlocutor entre la empresa y el cliente. Su satisfacción pasa por sentirse escuchado y que sus necesidades se vean reflejadas en el proyecto. Además, los técnicos industriales tenemos una base técnica que nos ayuda a hablar el mismo idioma.

Aplimet se diferencia por la flexibilidad y la capacidad de reacción. Respondemos en poco tiempo porque no producimos a gran escala. Crecemos con los pies en el suelo. Impulsamos la economía local, lo cual nos permite estar en contacto con proveedores e intervenir con mayor facilidad. La competencia opera a bajo coste, pero nuestro cliente busca exclusividad y calidad. Trabajamos codo con codo con él, sabemos qué necesita. El dueño del bar quiere piezas que se identifiquen con la personalidad del local; no le importa gastarse más dinero con tal de diferenciarse del bar de al lado. La cervecera pide más cantidad de tiradores; en proporción, invierte menos en el tirador y su objetivo es que se refleje la marca, que el consumidor se acuerde de la cerveza que está tomando. Las microcerveceras son un mix entre las otras dos. Desde Aplimet, somos conscientes de la necesidad de las marcas para dialogar con sus clientes. Por eso estamos apostando por la fusión de diseño, tecnología, conectividad, interacción y emoción. Nosotros ayudamos a que nuestros clientes conecten con el cliente final.

Para que la industria tire adelante hace falta motivación, retos, meterte de lleno en lo que haces y tener la oportunidad de aprender cosas nuevas. A modo de curiosidad, entrar en Aplimet me ha llevado por derroteros que nunca hubiera pensado, como que terminaría haciendo cerveza artesana en mi casa, algo que me ha ayudado a comprender mejor las necesidades de algunos de nuestros clientes.

Javier Ordóñez es ingeniero técnico industrial que trabaja como comercial técnico en Aplimet.