Cerveceros de España y Hostelería de España desvelan las claves de la relación entre españoles, hostelería y cerveza

**LA CERVEZA, LA BEBIDA FRÍA PREFERIDA EN HOSTELERÍA POR TODOS LOS ESPAÑOLES**

Se trata de la bebida con mayor alcance poblacional, llegando al 80 % de la población adulta, independientemente de la clase social

7 de cada 10 consumiciones de cerveza se realizan con otro alimento. El binomio cerveza-tapa es un gran dinamizador de la actividad de los locales de hostelería

Incrementar los impuestos que gravan su consumo generaría rechazo social

El lugar preferido para tomar una cerveza es el bar de confianza

Bares y restaurantes son considerados el mejor punto de encuentro para los españoles

**Madrid 18.02.2020.** Españoles, bares y cerveza conforman uno de los vínculos más estrechos de nuestro país y es que la cerveza es una de las bebidas más consumidas y populares en estos establecimientos, que se frecuentan al menos una vez a la semana y que son considerados el mejor punto de encuentro. Estas son algunas de las conclusiones extraídas de los estudios “La transversalidad de la cerveza” y “La relación de los españoles con los bares” y, realizados por Kantar World Panel y Madison Market Research, respectivamente, para Cerveceros de España.

De ambos estudios, que buscan conocer y radiografiar el vínculo social, cultural, emocional y económico que tienen los españoles con la hostelería y la cerveza, se desprende también que la cerveza es la bebida fría más transversal, que debería ser asequible para todos y que los bares son los escenarios favoritos para socializar y reunirse en torno a ella.

*“La cerveza es parte de la cultura de los españoles, eminentemente social y una de las bebidas con mayor alcance en la población adulta, con independencia de las características socioeconómicas del consumidor. Se trata de un producto popular, muy nuestro que se consume de forma moderada y responsable, homogénea y transversal,”,* explica Jacobo Olalla Marañón, director general de Cerveceros de España.

**Un imprescindible en la cultura mediterránea**

Los resultados de las encuestas muestran, una vez más, la estrecha relación de los españoles con la cerveza y su consumo en bares y restaurantes. De hecho, en 2018 se consumieron en España cerca de 40 millones de hectolitros, 7 de cada 10 ocasiones fuera del hogar.

La cerveza es una de las bebidas con mayor alcance poblacional (+18), pues su consumo es el más homogéneo entre las bebidas frías, independientemente de la clase social. Se trata de la bebida más elegida en hostelería, llegando al 80% de la población española adulta. Y es que España es un país cervecero, en el que la cerveza es un producto igualitario en cuanto a penetración de consumo en todas las zonas del país, con mínimas diferencias regionales y en el que se sigue un patrón moderado y típicamente mediterráneo, con un consumo per cápita por debajo de la media europea.

De este modo, la cerveza continúa siendo la bebida fría más consumida en establecimientos de hostelería, la que aporta más valor (el 86 % del gasto se produce fuera del hogar) y a la que se dedica una mayor inversión, independientemente del poder adquisitivo, pues el 30 % del presupuesto para bebidas frías se destina al consumo de cerveza.

Incrementar los impuestos que gravan el consumo de cerveza generaría un gran rechazo social. Y es que la mayoría de los españoles asocian la cerveza a momentos de convivencia, considerándola una bebida para todo el año (72,3 %), a la que asocian el pasar un buen rato (59,1 %), algo a lo que no querrían renunciar (52,2 %) e incluso su bebida favorita (48,7 %).

De este modo, la cerveza pertenece a la cultura mediterránea y su patrón de consumo deja también su huella en la hostelería.

La importancia de la cultura gastronómica y la dieta mediterránea como una de las más ricas en variedad y arraigo del mundo, hace que la cerveza sea la bebida que mejor cubre todos los momentos de consumo y que éste siempre vaya acompañado de alimentos, como parte de un modelo de vida. Sabiendo este contexto, del informe puede destacarse que 7 de cada 10 consumiciones de cerveza se realizan con otro alimento.

 “El vínculo entre cerveza y hostelería es muy estrecho, pues económicamente la cerveza puede suponer hasta el 25 % de la facturación de los bares, y hasta el 40% si éstos cuentan con menos de diez empleados, y social y culturalmente cumplen ambas la misma función de unión social y cultural, un catalizador muy propio del estilo de vida de mediterráneo”, explica Emilio Gallego, secretario general de Hostelería de España.

**Quien bien te quiere, te recomienda su bar**

Salir de bares es casi una rutina nacional y, como toda costumbre, posee unas características comunes que se repiten de forma habitual. La primera y más importante, el bar, el mismo bar; y es que la mayoría de los españoles frecuenta un único bar, “su bar”. Así, el 79,3 % de los españoles posee un bar de confianza, al que el 72 % acude todas las semanas, considerándose el lugar perfecto para tomar una cerveza con amigos (87 %) y, en la mayoría de los casos (68,60 %) recomendado por su círculo más cercano, amigos o familia.

De este modo, los bares son frecuentados tanto entre semana como los fines de semana, existiendo muy poca diferencia de afluencia entre los días de diario (81,7 %) y los fines de semana (94,6%).

**Bares, qué sociales**

Los bares y restaurantes son considerados el mejor punto de encuentro para los españoles, siendo la sociabilidad (42,2 %) la principal motivación para acudir a ellos. El bar es un lugar perfecto para pasar un tiempo con amigos tomando una cerveza (87 %), celebrar acontecimientos (75,2 %) y compartir buenas noticias (68,7 %).

Profundizando en las relaciones sociales que suceden en los bares, la encuesta “La Relación de los españoles con los bares” desvela que más del 84,10 % de los españoles forja sus vínculos sociales y emocionales más importantes en los bares, siendo éstos el lugar en el que iniciaron su relación de pareja (66,4 %) o conocieron a su mejor amigo (17,7 %).

En este sentido, el 62,1 % de los encuestados afirma que los momentos más importantes vividos en los bares estuvieron acompañados de una cerveza, confirmándose así que se trata de una de las bebidas que abarca más momentos de consumo y que encarna algo tan nuestro como es sociabilizar, compartir y estar con amigos. Así está presente en multitud de ocasiones: en una buena conversación (73,4 %), al pasar un buen rato y romper con la rutina (77,6 %) y al ver eventos deportivos (46 %).

Ahora bien, las relaciones sociales no se producen únicamente fuera de la barra; así, aunque lo que más destacan los españoles de los hosteleros es su profesionalidad (81 %), también se les atribuyen numerosas facetas más allá del propio trabajo, siendo las principales: consultor sentimental, policía, agente de viajes, organizador de eventos, consultor de recursos humanos, psicólogo y sanitario.

**SOBRE HOSTELERÍA DE ESPAÑA**

Fundada en 1977, HOSTELERÍA DE ESPAÑA es la organización empresarial que representa a los restaurantes, bares, cafeterías y pubs de nuestro país. La hostelería está formada por más de 300 mil establecimientos que dan trabajo a 1,7 millones de personas y tiene un volumen de ventas de 123.612 millones de euros, con una aportación del 6,2% al PIB de la economía española. Específicamente, los restaurantes, bares, cafeterías y pubs emplean a casi 1,3 millones de personas y tiene una facturación cercana a 94 mil millones de euros, aportando el 4,7% al PIB nacional.

**SOBRE CERVECEROS DE ESPAÑA**

Cerveceros es la entidad que representa en nuestro país desde 1922 a la práctica totalidad de la producción de cerveza en España. Esta asociación fue fundada por las compañías cerveceras: MAHOU SAN MIGUEL, HEINEKEN ESPAÑA, DAMM, HIJOS DE RIVERA, COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS Y GRUPO AGORA, que producen en España las principales marcas; a las que se están sumando las nuevas compañías cerveceras distribuidas por todo el territorio nacional.

****Toda la información sobre Cerveceros:

**OMNICOMPRGROUP** | equipo.cerveceros@omnicomprgroup.com | 91 788 32 00
<http://www.cerveceros.org>

Cerveceros recomienda el consumo responsable