

INFORME
SOCIOECONÓMICO
DEL **SECTOR**
DE LA CERVEZA
EN ESPAÑA
2018

Publicación conjunta de



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Con la colaboración de



HOSTELERÍA
DE ESPAÑA ©

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Edita:

©Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Secretaría General Técnica
Centro de Publicaciones

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado
<http://publicacionesoficiales.boe.es/>

NIPO: 003191624

Depósito Legal: M-22833-2019

preámbulo

Cerveceros de España y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación son las principales fuentes de información de los datos recogidos en este Informe. Asimismo, se han utilizado otras fuentes documentales, tal y como se especifica en el texto y las notas al pie de página.

Las cifras de Cerveceros de España han sido obtenidas mediante su sistema de recopilación de datos estadísticos referentes a la producción y comercialización de cerveza o a través de datos agregados elaborados a partir de información pública (memorias, páginas web u otros documentos publicados) de las empresas que conforman esta institución.

El informe recoge, tal y como se indica en cada caso, datos del panel de consumo de Kantar Worldpanel, referente en este campo por la exhaustividad y fiabilidad del comportamiento de los consumidores y sus actos de compra. Cabe señalar que la nueva metodología incorporada en la presente edición (a través de una app para facilitar la exactitud de la lectura de códigos de compra y declaración instantánea, ampliación de muestra y extensión a más tipos de establecimientos, entre otros) suma nuevas ocasiones de consumo al estudio y por lo tanto, algunas de las variables no pueden ser comparadas con años anteriores.



contenidos

Quiénes somos	Página 4
Mensaje del director general de cerveceros de España	Página 6
1 Consumo de cerveza	Página 7
2 Ventas de cerveza	Página 13
3 Producción del sector	Página 17
4 Comercio exterior	Página 21
5 Aportación de la cerveza a la economía nacional	Página 23
6 Apuesta por la materia prima nacional	Página 28
7 Sostenibilidad medioambiental	Página 31
8 Sector comprometido con la sociedad	Página 35
9 Bebida natural y mediterránea	Página 40
10 Nuestras Marcas	Página 43



QUIÉNES SOMOS: CERVECEROS DE ESPAÑA

Cerveceros de España es la entidad que representa en nuestro país a la práctica totalidad de producción de cerveza. Esta asociación empresarial, nacida en 1922 como Asociación de Fabricantes de Cerveza de España, fue fundada por las compañías cerveceras que producen en España las principales marcas: MAHOU SAN MIGUEL, HEINEKEN ESPAÑA, DAMM, HIJOS DE RIVERA, COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS y GRUPO ÁGORA, a las que se están sumando nuevas cerveceras distribuidas por todo el territorio español.

Cerveceros de España representa a un sector diverso y unido con presencia en todo el país.

Esta asociación está integrada en la **FIAB** (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas) y a través de ella en **CEOE**, donde ostenta una vocalía en su Junta Directiva. Se encuentra también muy involucrada en las actividades desarrolladas por los organismos europeos **Cerveceros de Europa** y **EBC** (European Brewery Convention, entidad científica dedicada a mejorar la calidad de la cerveza), así como la **WBA** (World Brewing Alliance).

El sector cervecero es uno de los fundadores de **Ecovidrio**, asociación que promueve y gestiona el reciclado de los residuos de envases de vidrio en toda España, y contribuye también a **Ecoembes**, que gestiona los residuos de envases domésticos de otros materiales.



COMPAÑÍAS FUNDADORAS DE CERVECEROS DE ESPAÑA



NUEVOS CERVECEROS ASOCIADOS



AECAI





La cerveza, una bebida de todos

El balance del 2018 nos indica que el sector de la cerveza en España continúa en la senda positiva, tanto en aportación económica como de producción y ventas, donde se ha registrado un ligero incremento. La popularidad de esta bebida entre los españoles sigue la misma tendencia, ya que más del 87% de los adultos la han consumido en algún momento fuera del hogar en este periodo, 2,5 puntos porcentuales más que el año pasado.

También hemos de reconocer que el consumo total de cerveza realizado en nuestro país está directamente ligado al incremento de la facturación de las actividades de restauración, así como al de turistas extranjeros que nos visitan. Es destacable el hecho de que cerca del 90% de cerveza que se toma en España se produce aquí. Algo que, sin duda, está relacionado con el peso que el consumo de esta bebida tiene en el PIB nacional, que alcanza el 1,3%.

Que somos un país cervecero no solo lo corrobora ese aumento en el número de españoles que en algún momento deciden optar por esta bebida, sino que al menos 8 de cada 10 personas, independientemente de su clase social, la ha consumido, lo que la convierte en la bebida más transversal entre toda la población española. Y lo más importante es que este dato es compatible con el consumo moderado que practicamos: seguimos manteniendo un consumo per cápita por debajo de la media europea, a la vez que optamos a ser el tercer productor del continente.

Otro dato relevante que contribuye a construir nuestra marca país, no solo dentro de nues-

tras fronteras con la oferta hostelera que ofrecemos, es que las exportaciones de nuestras cervezas continúan creciendo hasta los casi 3 millones de hectolitros.

Todo ello, con un compromiso por el empleo, la sociedad y el medioambiente: en 2018, el 92,4% de la energía eléctrica en las cerveceras procedía de fuentes renovables y se han reciclado el 73% de los envases de vidrio. Este camino nos ha animado a trabajar en nuevos compromisos en materia medioambiental anunciados en 2019 para seguir contribuyendo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas en los que todos debemos implicarnos.

Estamos orgullosos de nuestros resultados por lo que representan en términos de oferta de un producto para todos y al alcance de todos los adultos españoles; de aportación a toda la cadena de valor (desde el agricultor hasta el profesional de la hostelería, o los deportistas y artistas que se benefician de nuestro apoyo); de compromiso por que el consumo de esta bebida sea siempre moderado y responsable y dentro de un estilo de vida mediterráneo y activo; y de empeño por preservar el medioambiente en el que queremos seguir disfrutando de esta bebida.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J. Olalla Marañón'.

Jacobo Olalla Marañón

Director General de Cerveceros de España

| 1 |

CONSUMO DE CERVEZA

En 2018 el consumo total de cerveza en España ha superado la barrera de los 40 millones de hectolitros¹, un 1,5% más que el año pasado, en un ejercicio en el que se ha batido un nuevo récord de turistas extranjeros de 82,8 millones de visitantes (más de un 1% de incremento con respecto al año anterior)².

El turismo no ha sido el único factor que ha favorecido este dato; la mayor estabilidad económica y fiscal también contribuyó a que, a mayor confianza del consumidor en la economía, se incrementara el consumo en hostelería. De hecho, la facturación de las actividades de restauración experimentó un crecimiento del 3,4% con respecto al año anterior³.

A la vez, el consumo per cápita se sitúa en 51,8 l⁴, manteniéndose por debajo de la media de la Unión Europea. Algo que, sin duda responde a las pautas de consumo mediterráneas: de manera moderada, acompañada de alimentos y en un contexto social.

Estas cifras confirman la transversalidad de esta bebida, que además es patente por el hecho de que, al menos 8 de cada 10 personas, independientemente de su clase social, la ha consumido en el último año⁵.

La hostelería, el principal espacio para el consumo en España⁶

El consumo fuera del hogar, fundamentalmente en hostelería, incrementa protagonismo como modalidad favorita para el consumo de cerveza en nuestro país, registrando el 67% del total, con un incremento de 4 puntos porcentuales. De hecho, la penetración del consumo de cerveza de esta manera se ha incrementado 2,5 puntos: el 87,4% de quienes han

realizado consumo fuera del hogar en 2018, ha optado en alguna ocasión por esta bebida.

Por ello la cerveza es la bebida fría más consumida fuera del hogar, con un 38,3% en valor, muy por encima de otras opciones. El hecho de que el 86% del gasto en cerveza en España se produce fuera del hogar, sobre todo en establecimientos de hostelería, muestra la preferencia de estos espacios de consumo. Si se analiza únicamente el consumo de los residentes en España, el 80% del gasto dedicado a la cerveza tiene lugar fuera del hogar⁵.

Cabe destacar el incremento de penetración entre las mujeres, de 4 puntos porcentuales, pasando de un 82,6% a un 86,6% que han consumido cerveza fuera del hogar. Así, la diferencia por sexos se reduce a solo dos puntos.

Que la cerveza es una bebida social no solo lo confirma la preferencia por estos espacios de consumo, sino que casi el 93% de quien la disfruta de este modo lo hace acompañado de amigos, familia, pareja o compañeros de trabajo.

El consumo de cerveza para acompañar alimentos se ha incrementado también en 2018, ya que el 38,4% de la cerveza se consume en comidas o cenas, más de 4 puntos porcentuales más que el año anterior. Esto trasciende el consolidado binomio cerveza-tapa, presente en otros momentos como el aperitivo (el 29,2% de cerveza se consume en esta ocasión) o la tarde (28,7%).

Además, la cerveza impulsa el consumo de alimento en estos momentos y se constituye como un gran dinamizador de la actividad de los locales de hostelería y del valor añadido que se genera en los mismos.

¹ Consumo aparente de cerveza: suma de la producción y las importaciones restando las exportaciones.

² Instituto Nacional de Estadística. Movimientos Turísticos en Fronteras- Turistas 2018.

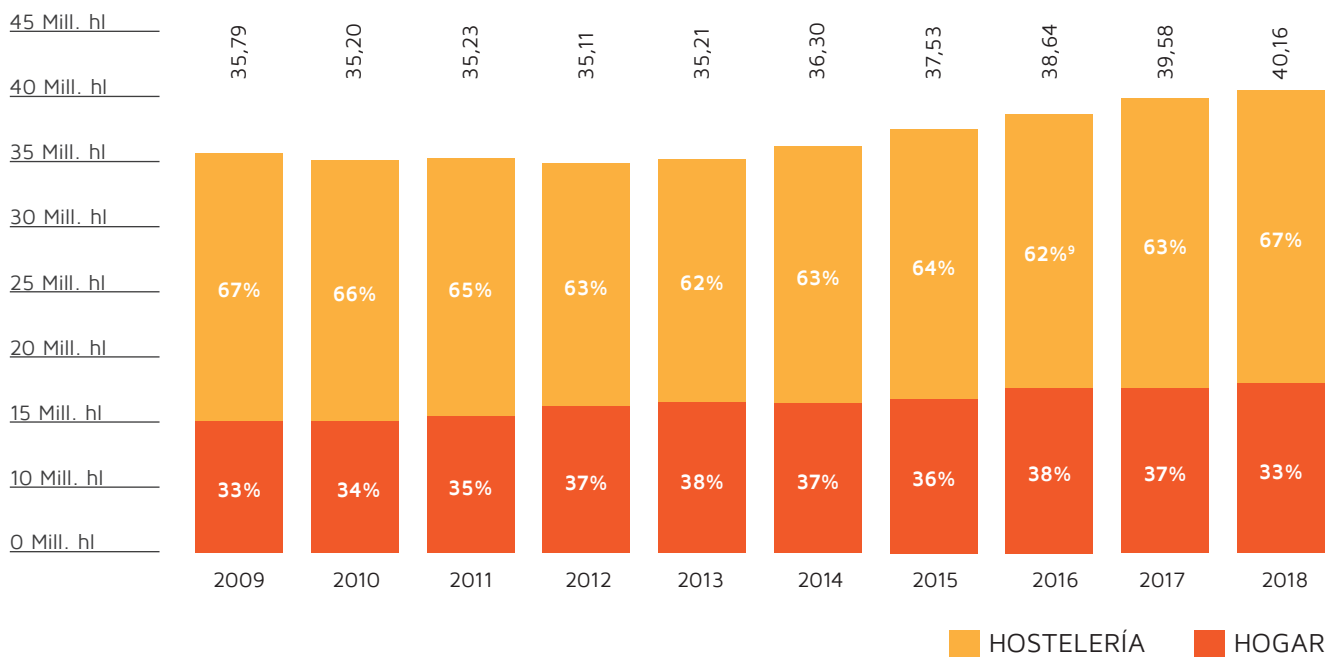
³ Hostelería de España, según Indicadores de Actividad del Sector Servicios del INE.

⁴ "El consumo de cervezas fuera del hogar en 2018". Kantar Worldpanel. A partir de panel de consumo para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (solo contempla consumo de adultos +18).

⁵ "Análisis de consumo de cerveza dentro y fuera del hogar" Kantar Worldpanel.

⁶ "El consumo de cervezas fuera del hogar 2018" Kantar Worldpanel. Salvo indicación, todos los datos de este epígrafe están extraídos de este informe.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO APARENTE DE CERVEZA POR CANAL (millones de hectolitros)⁷⁻⁸



La cerveza, una bebida de todos

La cerveza es una de las bebidas más transversales (si no la que más), en la que apenas se registran diferencias por sexos ni por clase social en cuanto a su consumo.

Así lo constata la gran penetración de consumo fuera del hogar, fundamentalmente en hostelería, ya que en 2018 ha sido consumida por el 88,5% de los hombres que ha hecho alguna compra fuera del hogar y por el 86,6% de mujeres.

Si nos fijamos en la clase social, es poco significativa la diferencia de penetración de consumo de cerveza fuera del hogar, que es donde más cerveza se consume. Así, si el promedio de españoles que ha consumido cerveza en algún momento de esta manera en 2018 fue del 85,5%, el porcentaje solo desciende o asciende 4 puntos cuando hablamos de las clases más bajas o más altas respectivamente.

Esto muestra que la cerveza es una bebida que no entiende de ingresos ni estratos sociales y es una de las más populares.



⁷ "El consumo de cervezas fuera del hogar en 2018". Kantar Worldpanel. Hipótesis elaborada a partir del panel de consumo para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) teniendo en cuenta el número de turistas.

⁸ Tanto en 2016 como en 2018 ha habido cambios en la metodología.

Prueba de ello es que cerca del 70% de las ocasiones de consumo de cerveza se produce en momentos en los que se ingiere algún tipo de alimento, ya sean comidas, cenas o aperitivos.

Esta preferencia de los consumidores por la cerveza puede suponer hasta el 25% de la facturación de bares, y hasta el 40% si éstos cuentan con menos de diez empleados⁹, lo que nos indica hasta qué punto esta bebida es dinamizadora económica de más de 180.000 pequeños negocios en España.

Por otro lado, en línea con el incremento del consumo de cerveza en hostelería, el empleo en el sector hostelero creció en 2018 un 4%, muy por encima del aumento que se han producido en otros sectores¹⁰.

El consumo de cerveza sin alcohol, un fenómeno español

España continúa liderando el consumo de cerveza sin alcohol en Europa en relación con el total de esta bebida, tanto en producción como en consumo. La penetración de esta variedad en el canal hostelero ascendió 3,5 puntos, hasta convertirse en una opción más para el 46%

de los consumidores de esta bebida en 2018. Así, la variedad sin alcohol representa el 13%¹¹ del consumo per cápita de los españoles.

El consumo de la variedad sin alcohol la hacen mayoritariamente consumidores de cerveza tradicional: el 96% de aquellos que consumen “sin” en establecimientos hosteleros beben a su vez cerveza con alcohol. Esto muestra una gran diferencia con la manera de consumir cerveza de los españoles, que mayoritariamente buscan en esa bebida sabor, disfrute o unas determinadas propiedades y no graduación alcohólica que, en el caso de la cerveza tradicional es igualmente baja, con 4,5 grados de promedio en las más vendidas.

La cerveza, una bebida fermentada

La graduación de esta bebida es fruto del proceso de elaboración que caracteriza a la cerveza: la fermentación natural. Las bebidas fermentadas son aquellas naturales, de carácter agrícola, uso alimentario, elaboradas exclusivamente a partir de la fermentación de la uva, los cereales, los frutos carnosos o las bayas. Así, la cerveza, junto al vino, es la única bebida que es considerada alimento por la legislación¹².



⁹ “Informe del valor generado por la cerveza en la hostelería y el turismo”. PricewaterhouseCoopers, 2016.

¹⁰ Estudio de Población Activa. Instituto Nacional de Estadística (INE).

¹¹ Panel de Consumo de Cerveza en España. Ministerio de Agricultura y Pesca y Alimentación (MAPA).

¹² Real Decreto 678/2016 por el que se aprueba la Norma de Calidad de la cerveza y de las Bebidas de Malta.

Así nos gusta la cerveza: en moderación y compañía

En España están registrados cerca de 270.000 locales de restauración, según datos del INE¹⁴; esta cifra es una muestra de la preferencia de la población a la hora de disfrutar del encuentro social y es el entorno en el que se consumen casi 3 de cada 4 cervezas en nuestro país¹⁵.

Y además, se hace de una forma muy característica y diferente a otros países, ya que cerca del 93%¹⁵ prefiere hacerlo en compañía de amigos, familiares o compañeros de trabajo, entre otros, pero sobre todo, con alimentos que la acompañen.

La cerveza se consume mayoritariamente con algún alimento sólido: en 7 de cada 10 ocasiones en las que se adquiere cerveza (ya sea en casa o en un establecimiento de hostelería), se toma con algo de comida (sin contar las tapas que habitualmente el establecimiento ofrece por cortesía para acompañar esta bebida)¹⁵. A ello se suma un consumo per cápita por debajo de la media de la UE, lejos de los países grandes productores entre los que nos encontramos, lo que nos presenta una forma moderada de consumo.

En la Unión Europea solo superan en producción a nuestro país Alemania, Reino Unido (donde se consumen casi 15 litros más por persona y año) y Polonia (donde el consumo per cápita duplica al español)¹⁶. Así, podemos observar cómo con un sector productivo relevante y una alta transversalidad en el consumo, se mantienen unos hábitos moderados y sociales.

De hecho, la Organización Mundial de la Salud (OMS) registró en su último informe publicado en 2018 tendencias muy alentadoras que superan el objetivo marcado por la propia organización en cuanto a la reducción de un 10% en el uso nocivo del alcohol. España presentaba valores de consumo total de alcohol similares a la media europea¹³.

El mismo informe constata la mejora del consumo de cerveza a la vez que se reduce el consumo abusivo de alcohol global, lo que es un indicador de un patrón de consumo mediterráneo de cerveza en España.



¹³ "Global status report on alcohol and health 2018". Organización Mundial de la Salud.

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística-INE. Restaurantes y puestos de comidas y establecimientos de bebidas 2016 (último dato disponible).

¹⁵ "Análisis de consumo de cerveza dentro y fuera del hogar" Kantar Worldpanel.

¹⁶ Beer statistics 2018 edition. The Brewers of Europe.



| 2 |

VENTAS
DE CERVEZA

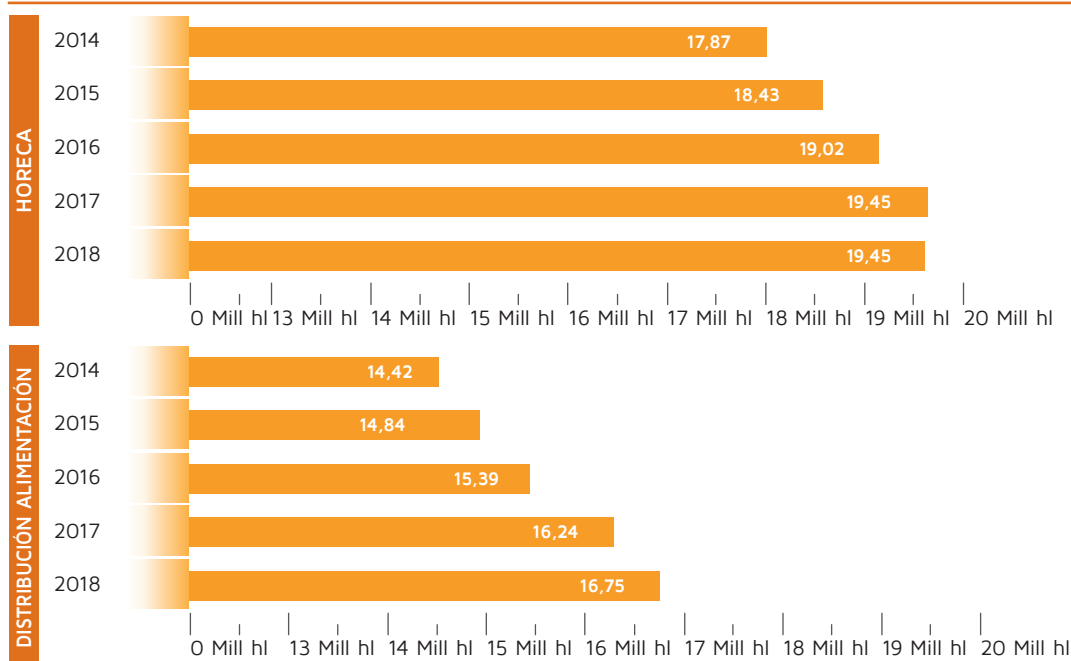
| 2 | VENTAS DE CERVEZA

En 2018 las cerveceras españolas comercializaron 36,2 millones de hectolitros, un 1,4% más que el año anterior. El crecimiento es una muestra de la potencia del sector productor español, y coherente con la evolución de la economía y del turismo: tras 4 años de incrementos por encima del 2 y 3% en años posteriores a la crisis, las ventas continúan una tendencia positiva, pero de forma más moderada¹⁷.

Ventas por canal

De mismo modo que el consumo, las ventas de las cerveceras al canal de hostelería son mayoritarias, alcanzándose los 19,45 millones de hectolitros comercializados, en cifras similares al año anterior. En el canal de distribución, las compañías comercializaron 16,75 millones de hectolitros, con un incremento superior al 3%.

GRÁFICOS VENTAS POR CANAL (millones de hectolitros)



Más de una cuarta parte de la cerveza se comercializa en barril

El barril supone cerca del 28% de la cerveza comercializada. Además, el 18% del total de cerveza se vende en botella de vidrio reutilizable al canal hostelero.

Precisamente la botella de vidrio es el envase más utilizado en España, y el que mejor tasa de retorno por reutilización y reciclaje registra: el 40% del total de cerveza se comercializa en estos envases. Además, el 51% del total de envases de vidrio puestos en el mercado son reutilizables. Esto es una muestra más del compromiso del sector por el medioambiente.



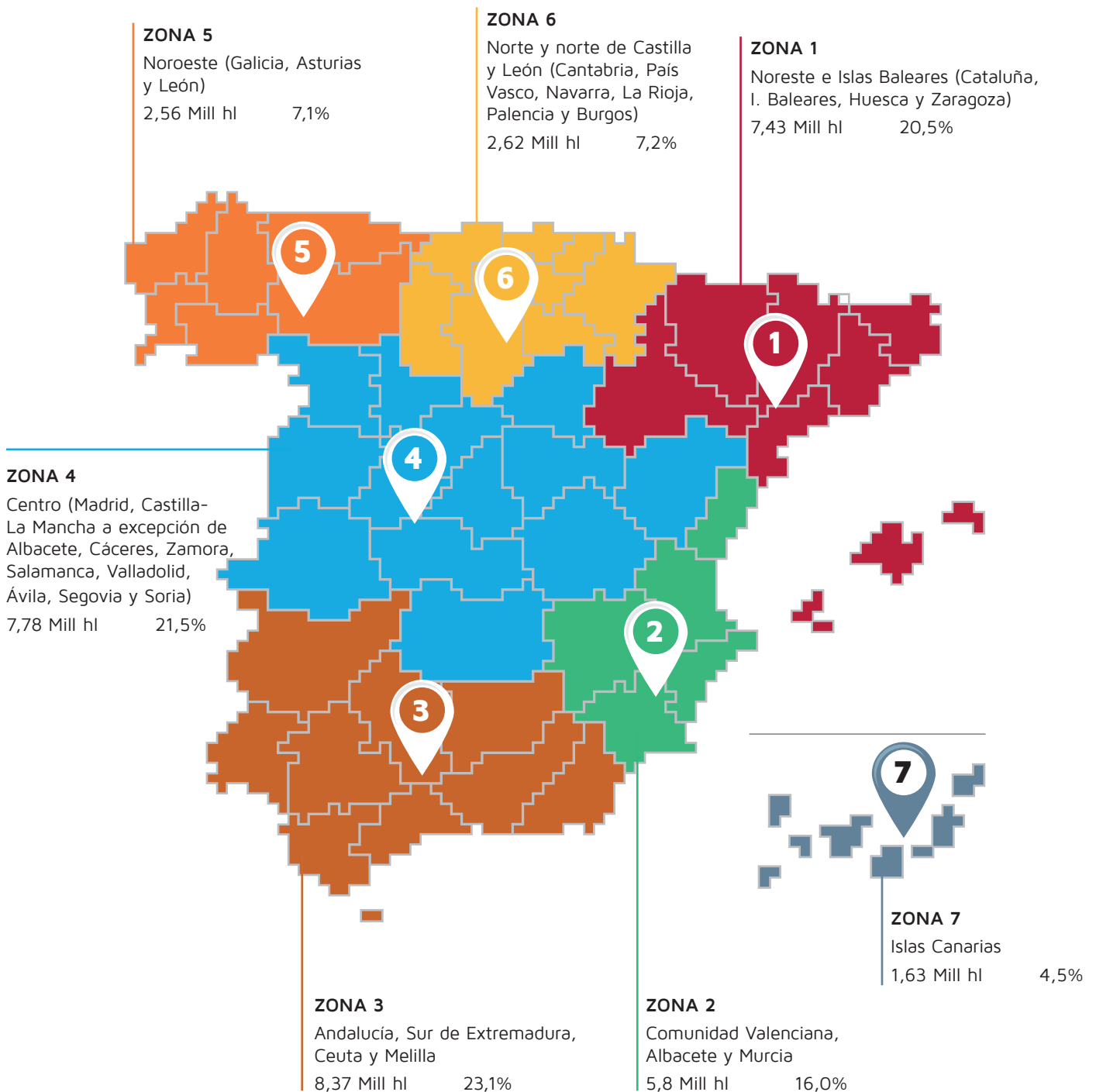
¹⁷ Ventas de las compañías de Cerveceros de España.

Ventas por zona geográfica

La zona donde más cerveza se comercializó en 2018 sigue siendo donde hay una notable influencia del turismo y buen clima: la sur (Andalucía y Badajoz), con 8,37 millones de hectolitros, lo que representa un 23% del total de ventas en nuestro país.

Le sigue el centro de la península, con 7,77 millones de hectolitros, y el noreste peninsular e Islas Baleares, con 7,43 millones de hectolitros. Precisamente esta zona es una de las que ha experimentado un crecimiento más notable (de casi el 4%), aunque no tanto como el que ha tenido lugar en el noroeste, que consiguió un aumento de cerca del 9%.

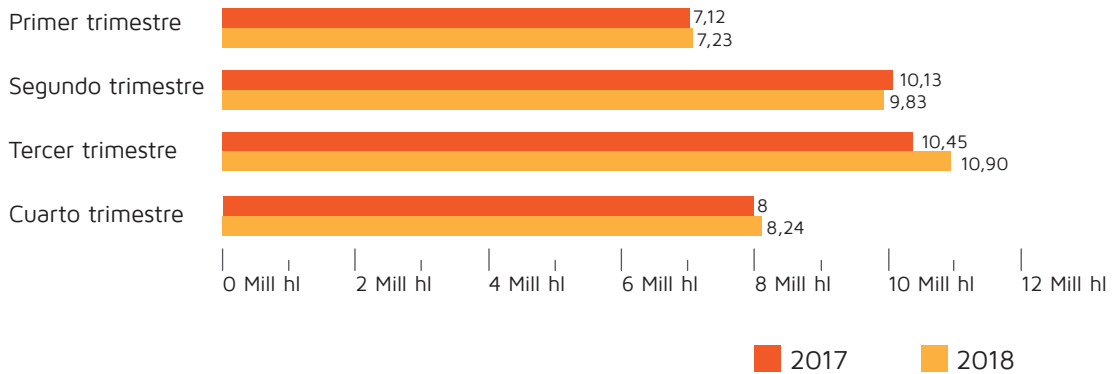
Así, se observa que mientras que en las zonas donde las ventas absolutas son mayores se han registrado ligeros decrecimientos y son las zonas del norte y Levante donde la evolución ha sido positiva.



| 2 | VENTAS DE CERVEZA

Ventas por trimestre

El hecho de que la Semana Santa coincidiera en el primer trimestre del año contribuyó a generar un incremento de las ventas en ese periodo del 2018 con respecto al año anterior, a costa del segundo trimestre. Se constata igualmente que, aunque el consumo de cerveza se ha desestacionalizado, las ventas ascienden significativamente en primavera hasta el periodo de verano que es el que registra un mayor volumen, precisamente con un mes de septiembre cálido que alargó la estación. De nuevo, el consumo social de esta bebida propio de nuestras costumbres marca las ventas.



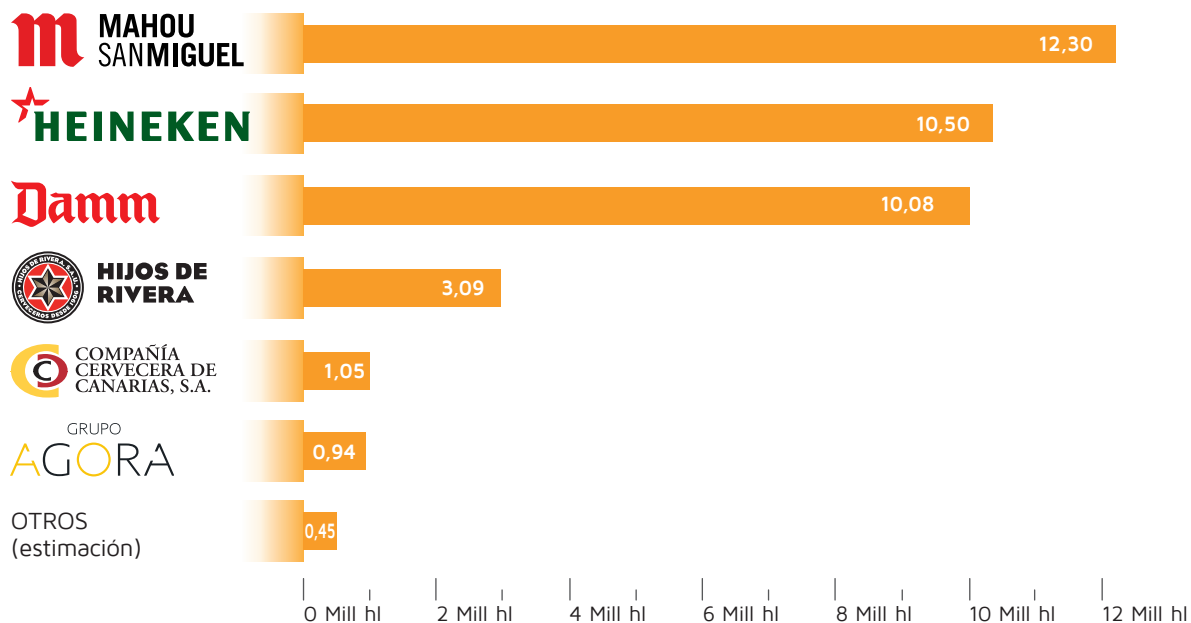
| 3 |

PRODUCCIÓN
DEL SECTOR

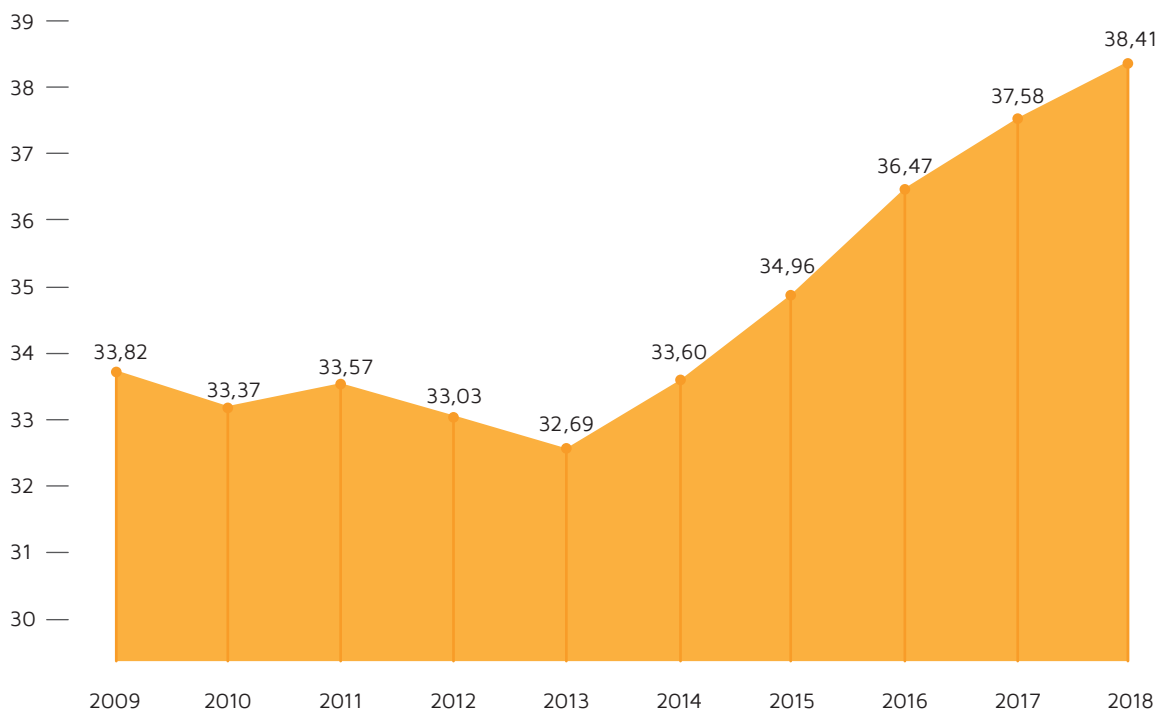
| 3 | PRODUCCIÓN DEL SECTOR

Las cerveceras produjeron en España un 2,2% más de cerveza, alcanzando los 38,4 millones de hectolitros.

PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN ESPAÑA 2018 (millones de hectolitros)

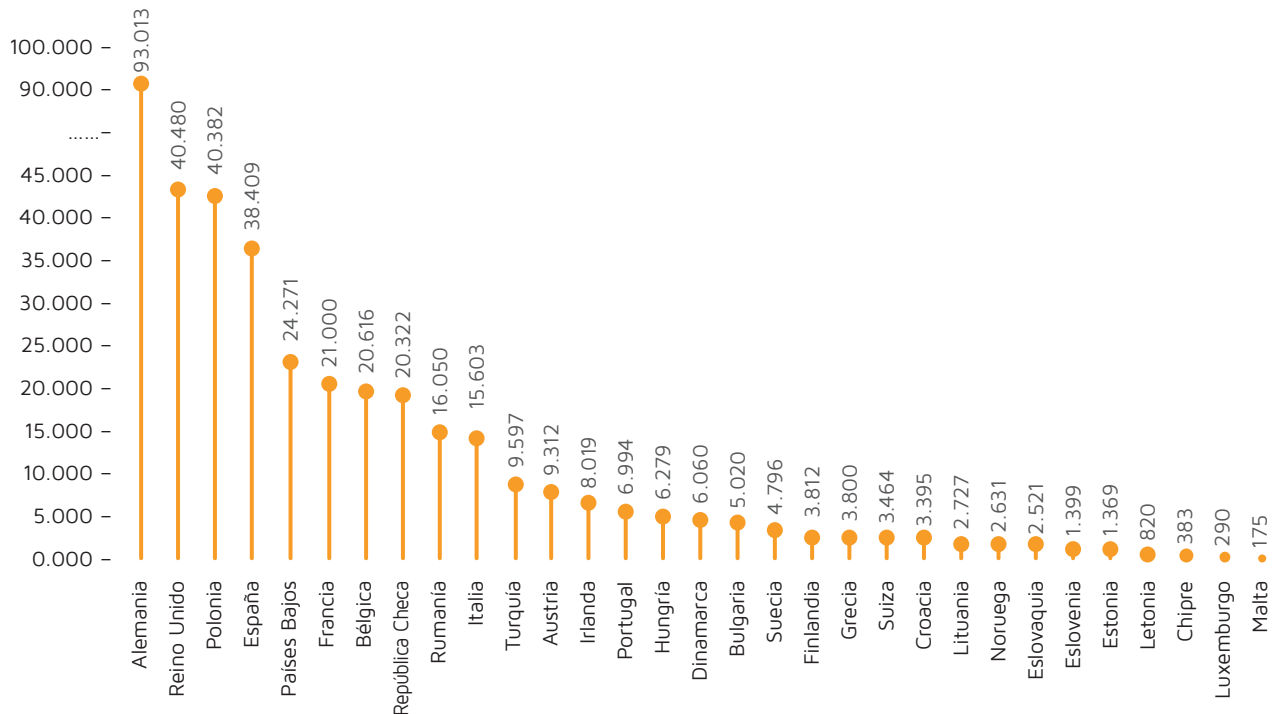


EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN ESPAÑA EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS (millones de hectolitros)⁸

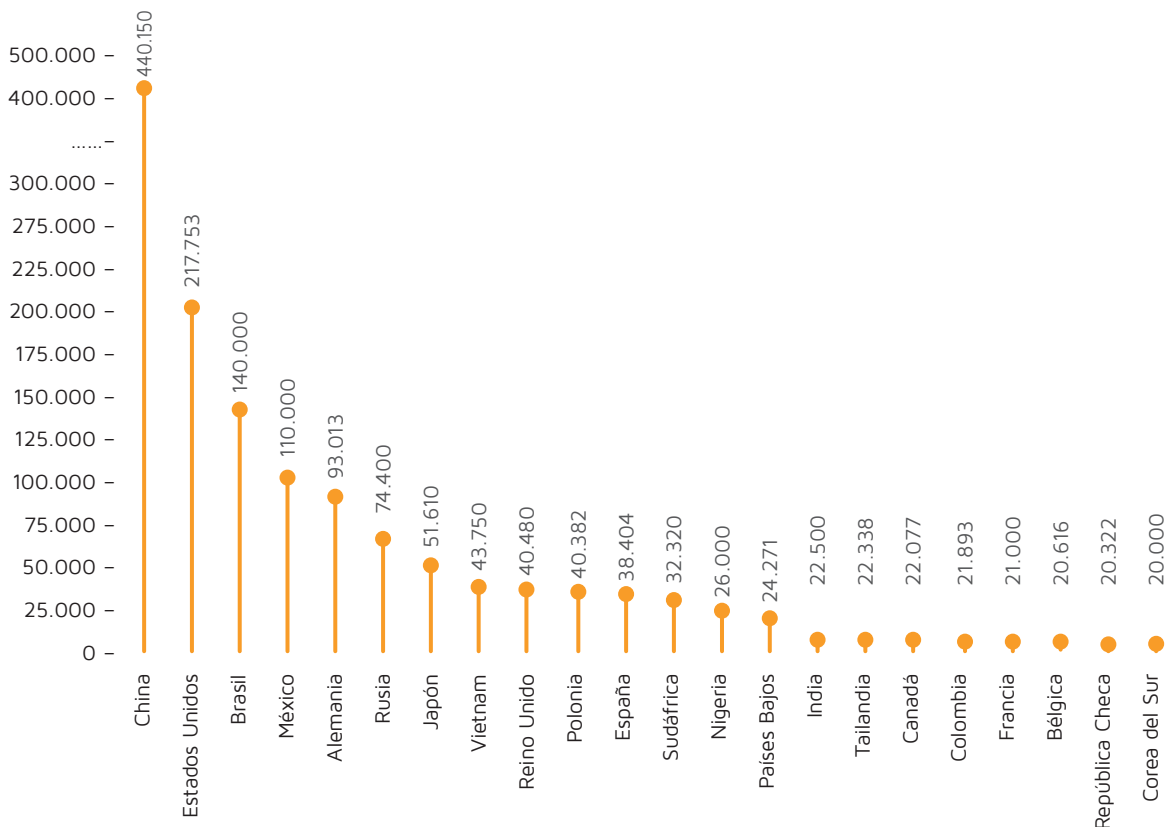


Esta capacidad y potencia de las cerveceras en nuestro país mantiene a España como cuarto productor europeo, por detrás de Alemania, Reino Unido y Polonia, y undécimo mundial.

PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN EUROPA (miles de hl)¹⁸



PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN EL MUNDO (miles de hl)¹⁹



¹⁸ Beer Statistics, 2018 edition. Brewers of Europe (datos de 2017, excepto dato de España de 2018 y de Bélgica, que es de 2016).

¹⁹ Elaboración propia a partir de datos de Barth-Haas Group y Brewers of Europe (datos de 2017, a excepción de España -2018).

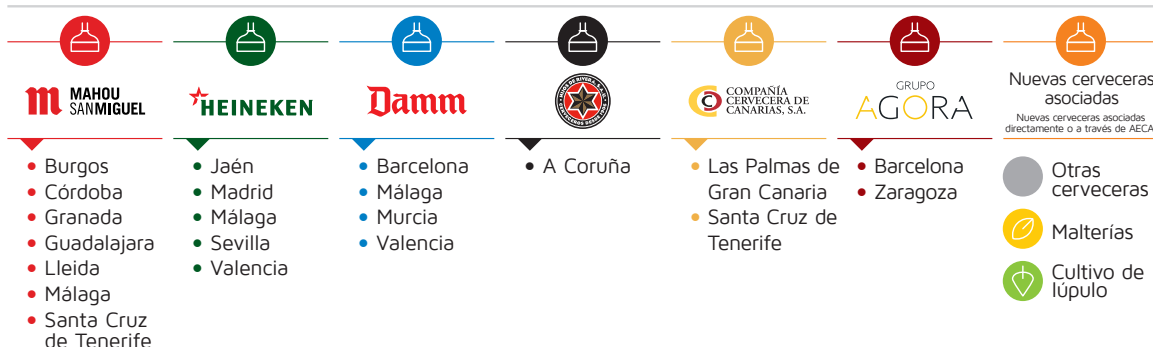
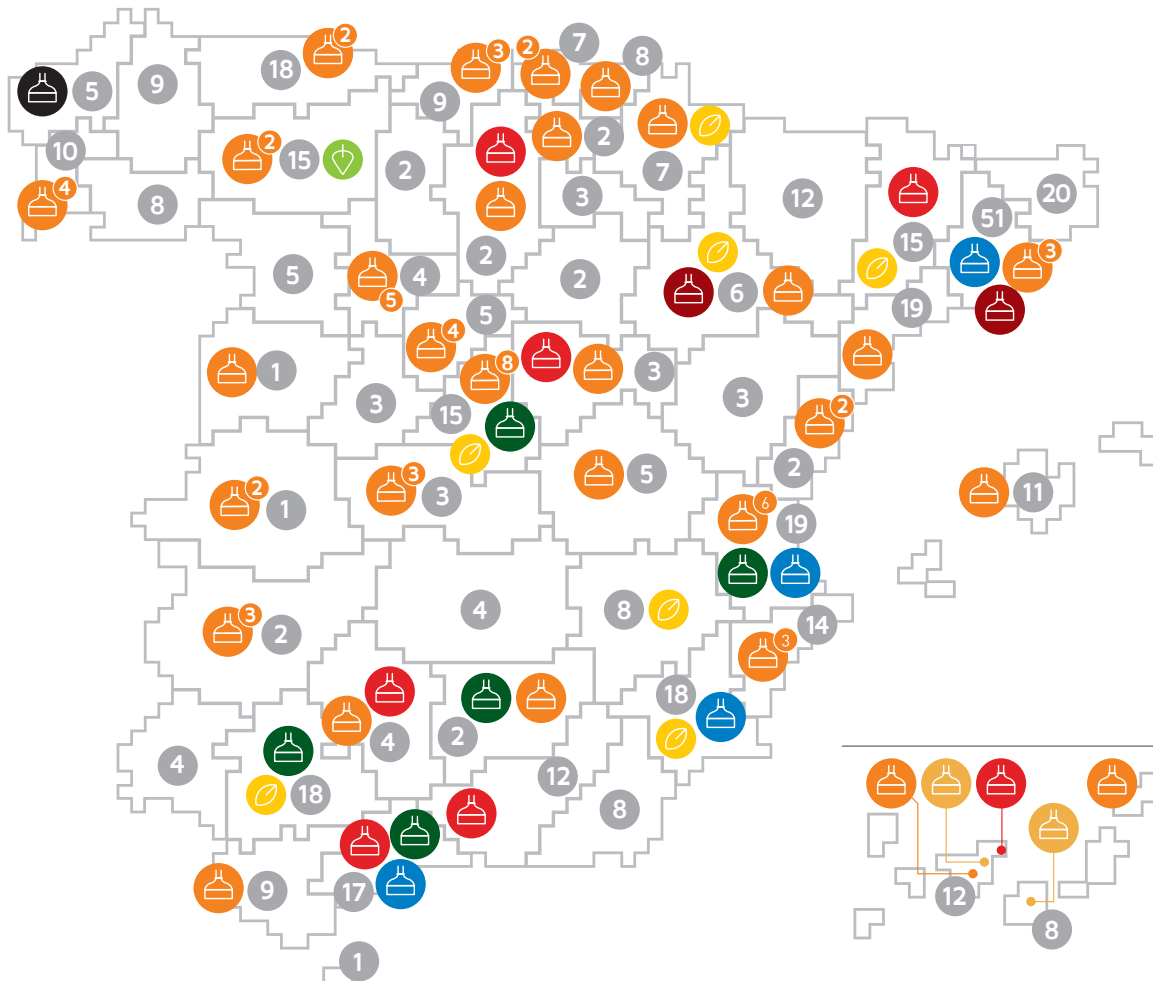
| 3 | PRODUCCIÓN DEL SECTOR

Un sector con una gran presencia en toda España

Además de la gran popularidad y transversalidad de la cerveza, España ha experimentado un creciente interés por esta bebida en los últimos años, principalmente en los tres anteriores: la oferta de cervezas, aromas, sabores y estilos ha crecido de manera notable. De ahí se deriva tanto la mayor oferta en productos de las grandes cerveceras, como el auge de nuevas compañías. Prueba de ello es la evolución de cifras referentes a centros de elaboración: en 2018 había 538 cerveceras registradas, 18 más que en el año anterior. Cataluña encabeza el ranking, con 111 centros, seguida de Andalucía con 85 y Castilla y León, con 53.

Las nuevas cerveceras surgidas en España han contribuido de manera significativa al dinamismo del sector, uno de los más notables en toda la Unión Europea. Así, actualmente todas las compañías de España ofrecen nuevas especialidades para satisfacer el interés de los consumidores por disfrutar de diferentes tipos de cervezas en función de cada momento o gusto personal.

MAPA DE CENTROS PRODUCTIVOS POR PROVINCIA



| 4 |

COMERCIO
EXTERIOR

| 4 | COMERCIO EXTERIOR

España continúa incrementando sus exportaciones de cerveza: en 2018 alcanzaron los 2,97 millones de hectolitros, cerca de un 3% más que el año pasado y un incremento acumulado en los últimos 10 años del 336%.

El hecho de que la gran mayoría²⁰ de los turistas extranjeros que visitan nuestro país hayan consumido cerveza durante su estancia con nosotros, también influye en el éxito de la cerveza española fuera de nuestras fronteras.

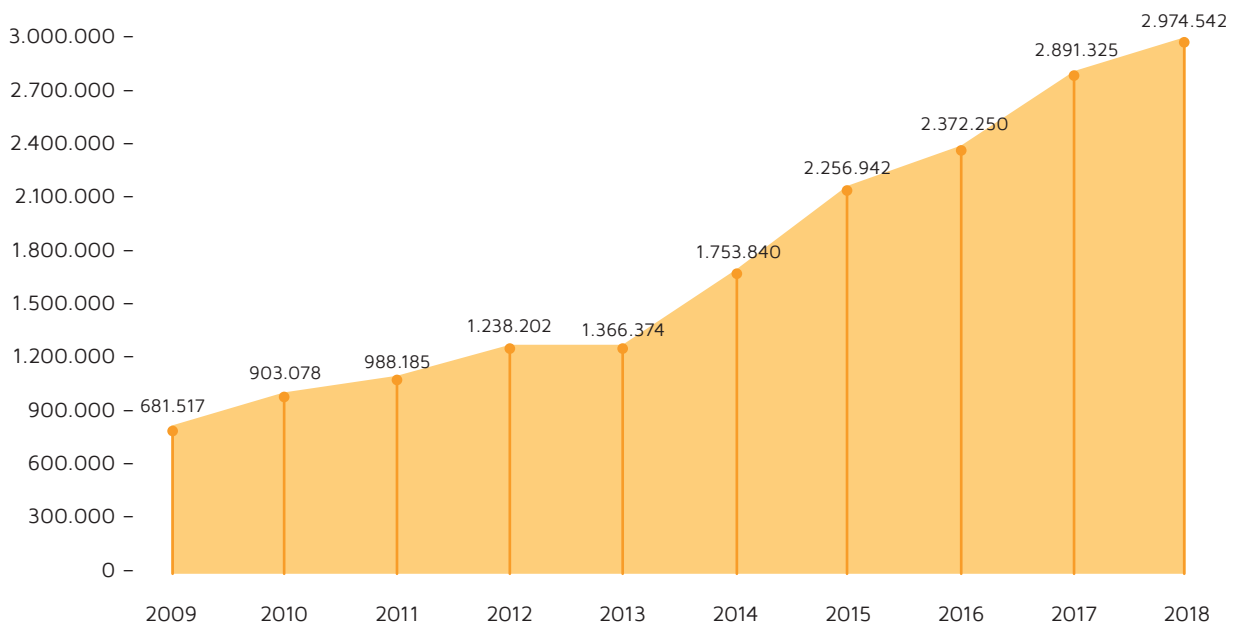
Portugal, China y un país tan cervecero como Reino Unido fueron los principales importadores de cerveza producida en España en

2018. China, un país con fuerte demanda de productos gastronómicos de “marca España” continúa experimentando un incremento en la importación de cerveza española.

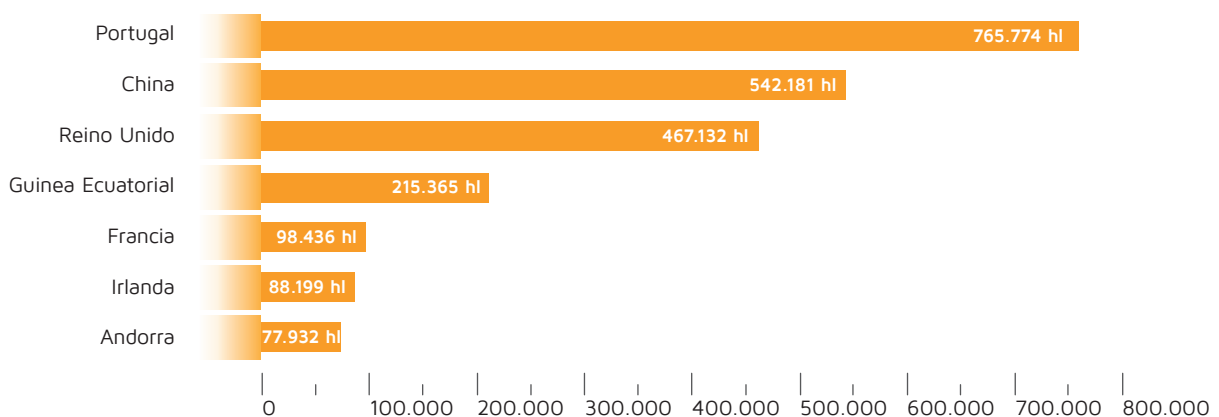
También Reino Unido continúa en el podio de los países importadores, precisamente el principal país de origen de turistas extranjeros²¹ y segundo en producción y consumo de la Unión Europea²².

Por otro lado, las importaciones de cerveza registraron un descenso del 3%, situándose en 4,7 millones de hectolitros; Francia, Alemania y Países Bajos son los principales países de origen de esta cerveza.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CERVEZA DE LOS 10 ÚLTIMOS AÑOS (hectolitros)



PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES DE CERVEZA (hectolitros)



²⁰ “Consumo de bebidas con contenido alcohólico por los turistas en hostelería”. Análisis e Investigación, 2016.

²¹ Instituto Nacional de Estadística - INE.

²² Beer Statistics, 2018 edition. Brewers of Europe.

| 5 |

**APORTACIÓN
DE LA CERVEZA
A LA ECONOMÍA
NACIONAL**

La transversalidad y popularidad de la cerveza conlleva un alto impacto económico positivo para el país: se trata de la bebida con contenido alcohólico con mayor recaudación de impuestos y generación de empleo, fundamentalmente en el sector hostelero. De esta forma, el sector cervecero se constituye como uno de los más dinámicos y claro referente en el panorama agroalimentario de España. Cabe destacar que cerca del 90% de la cerveza que se consume en el país es de producción nacional.

La cerveza alcanza un valor en el mercado en nuestro país de más de 15.500 millones de euros²³ y supone un 1,3% del PIB²⁴. Además, la cerveza genera 7.000 millones de euros en valor añadido para nuestra economía.

El sector productor de cerveza, con 3.563 millones de euros (un 7% más que el año anterior), representó el 21% del total de la cifra de negocios del sector de bebidas y el 3% del de la alimentación en su conjunto. El valor añadido al coste de los factores (personal y seguros sociales en general), que subió un 8% con respecto al ejercicio previo, fue el segundo mayor dentro de las industrias productoras de bebidas, solo por detrás

del vino y muy lejos de bebidas con contenido alcohólico. Así, su tasa (valor añadido dividido entre el valor de la producción) del 38% es la más alta en el sector de alimentación y bebidas²⁵.

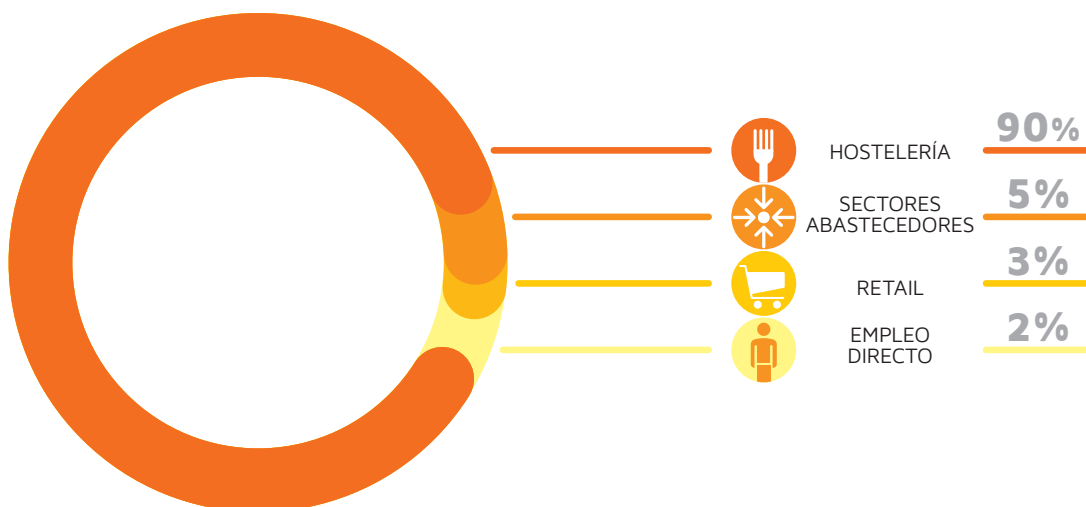
Por otro lado, las inversiones alcanzaron los 265 millones de euros, una cifra un 43% mayor que en 2017. Dicha inversión supone el 22% del sector de bebidas y el 6% de alimentación y bebidas en su conjunto²⁵.

Un sector generador de empleo

La cerveza impulsa el empleo en nuestro país, fundamentalmente en el sector de la hostelería. El cálculo de puestos de trabajo generado por esta bebida asciende a más de 344.000²³. De ellos, más del 90% en uno de los sectores emblemáticos de nuestra economía, la hostelería; en esta actividad el empleo en 2018 continuó la línea ascendente de los últimos años, superando los 1,6 millones de personas (un 2,8% más que el año anterior)²⁶.

De este modo, España se mantiene como el segundo país de la Unión Europea en el que el sector cervecero crea más empleo, solo por detrás de Alemania, y representa el 15% del empleo generado por la cadena de valor de la cerveza en la UE²³.

EMPLEO GENERADO POR EL SECTOR DE LA CERVEZA



²³ "The Contribution made by beer to the European Economy". Europe Economics, 2016. Dato de 2014.

²⁴ Instituto Nacional de Estadística (INE). Dato de 2018.

²⁵ Encuesta estructural de Empresas. INE. Dato 2017.

²⁶ Estudio de Población Activa. Instituto Nacional de Estadística (INE).

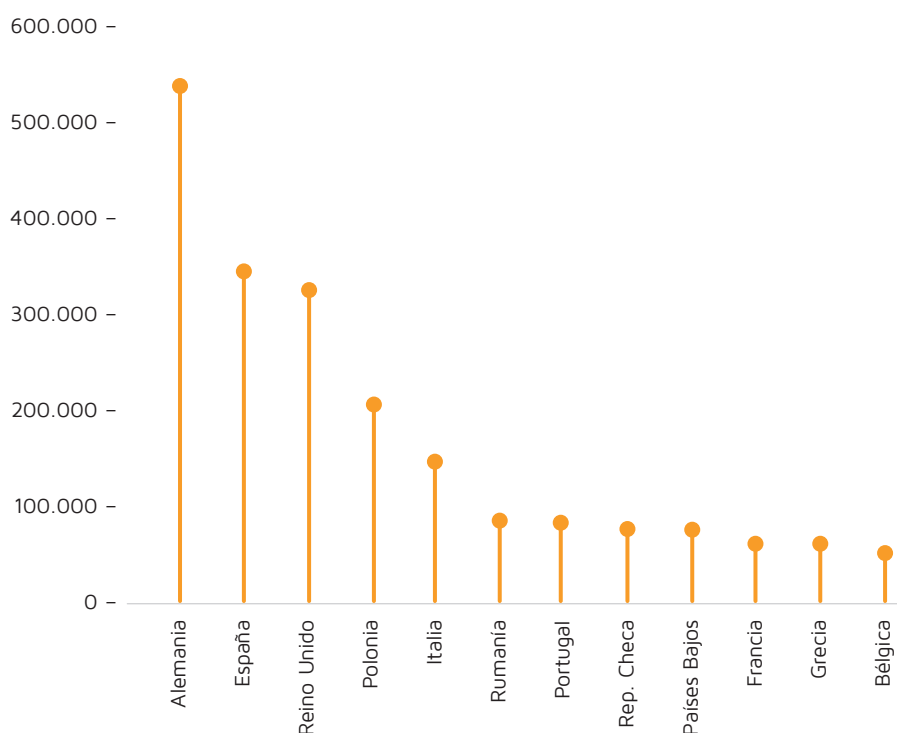
El empleo directo en el sector ha continuado su crecimiento, registrando en 2017 (último dato disponible según encuesta estructural de empresas publicada por el INE) un 3% más de puestos en las cerveceras, superando los 7.000²⁷. Así, el empleo directo generado por el sector cervecero representa el 14% del total de personal de la industria de bebidas.

Cabe destacar que, por cada empleo creado en la industria cervecera, se generan otros dos en el sector minorista, 3,5 en los sectores proveedores –especialmente en agricultura, con 5.700 puestos de trabajo - y 55 en HORECA²⁸.

En paralelo, creció el empleo generado por su cadena de valor (un 5,9% en 2014, que supone cerca de 20.000 nuevos puestos de trabajo, la mayor parte en hostelería²⁸).

Además, el sector elaborador de cerveza en nuestro país ocupó el primer lugar con respecto al resto de la industria alimentaria en términos de productividad, en gastos medios de personal, en tasa de valor añadido y en tasa bruta de explotación. En todos estos parámetros multiplica por entre un 2 y un 4 al de alimentación y se sitúa en torno al doble de los indicadores del sector de bebidas²⁷.

CONTRIBUCIÓN AL EMPLEO POR PAÍSES



La aportación a los ingresos del Estado

El total de recaudación que la cerveza genera para el Estado a través de impuestos se calcula en más de 3.600 millones de euros²⁹ (cifra que podría ascender a cerca de 5.000 millones de euros según fuentes de estudios europeos), un 40% más que lo recaudado con otras bebidas con contenido alcohólico.

El consumo en hostelería es el principal motor de esta aportación, con un 83% del total que genera. Esto se debe al empleo que genera y las cotizaciones a la Seguridad Social e IRPF (62%) y el IVA en este canal (33%)²⁹.

²⁷ Encuesta estructural de Empresas. INE. Dato 2017.

²⁸ "The Contribution made by beer to the European Economy". Europe Economics, 2016. Dato de 2014.

²⁹ "Informe del valor generado por la cerveza en la hostelería y el turismo". PricewaterhouseCoopers, 2016.

RECAUDACIÓN POR LOS IMPUESTOS A LA CERVEZA



Según los datos provisionales de la Agencia Tributaria, en 2018 se devengaron 10 millones más de impuestos especiales a la cerveza, hasta alcanzar los 354 millones de euros³⁰. Los buenos datos en la recaudación de impuestos a la cerveza registrados en los últimos años confirman la relevancia de mantener estable el tipo impositivo a esta bebida, sobre todo por la conexión con la hostelería. Un mantenimiento de la fiscalidad para estos sectores, claves para el turismo y la economía nacional, arroja sin duda un balance positivo.

La fiscalidad que soporta la cerveza contribuye a su aportación a la economía nacional, con un IVA que alcanza el 21% (incluso en su variedad sin alcohol).

De hecho, otra muestra del estrecho vínculo entre cerveza y hostelería es que esta bebida puede suponer un 25% de la facturación de los establecimientos hosteleros y hasta un 40% en el caso de los locales con menos de 10 empleados³¹, que suponen el 97% del total (siendo España uno de los países con mayor densidad de locales de hostelería, con cerca de 270.000 establecimientos³²).

Una fiscalidad equilibrada con retorno positivo

La estabilidad fiscal de la cerveza y la hostelería ha supuesto, por parte de los diferentes decisores, una apuesta por el crecimiento; nuevamente en 2018 los datos de recaudación arrojan una evolución positiva, tanto en términos absolutos como en empleo para los sectores productor y hostelero implicados.

Por otro lado, un cambio en los tributos a la cerveza podría afectar de diferente manera según clases sociales en su poder adquisitivo. Se ha visto la alta transversalidad a través de los datos de penetración de consumo de cerveza y la diferencia es muy pequeña: al menos 8 de cada 10 españoles, independientemente de su clase social,

ha consumido cerveza en algún momento el pasado año. Un estudio de Kantar Worldpanel ha constatado que, ante una posible subida de impuestos sobre el consumo de cerveza, la clase media y media-baja serían las más molestas, generando un impacto directo sobre los grupos que más gastan en cerveza y que suponen el grueso poblacional de nuestra sociedad³³.

Puesto que se ha constatado que los incrementos impositivos generan una detracción del consumo, el efecto en la hostelería y toda la cadena de valor sufriría las consecuencias, tanto en términos de empleo como en recaudación final.

³⁰ Agencia Tributaria, 2018.

³¹ "Informe del valor generado por la cerveza en la hostelería y el turismo". PricewaterhouseCoopers, 2016.

³² Instituto Nacional de Estadística-INE. Restaurantes y puestos de comidas y establecimientos de bebidas 2016 (último dato disponible).

³³ "Análisis de consumo de cerveza dentro y fuera del hogar" Kantar Worldpanel.

**El sector cervecero y el turismo,
de la mano en crecimiento económico**

España sigue siendo un destino atractivo para los turistas, tal y como confirma el incremento de visitantes registrado en 2018. Y como se ha indicado al inicio del informe, el consumo de cerveza en nuestro país no es ajeno a este fenómeno; la inmensa mayoría de los visitantes extranjeros mayores de 18 años, consume cerveza durante sus vacaciones en España³⁴.

El turismo aprecia y consume la cerveza española e impulsa además las exportaciones de esta bebida. La relación calidad-precio de la oferta hostelera (con el mantenimiento de los tipos impositivos), la calidad y variedad del producto, el alto nivel de servicio y profesionalidad así como las buenas instalaciones (con las valoradas terrazas) han hecho de la hostelería

española un gran atractivo. Y el sector cervecero apoya a estos establecimientos a través de formación, innovación y herramientas para el desempeño e imagen de los negocios.

Todo ello, sin olvidar otro de los grandes activos de nuestro país, como es el deporte, al que el sector cervecero apoya a través de la publicidad y el patrocinio. La inversión en patrocinios deportivos y/o de interés cultural supera los 72 millones de euros, favoreciendo la celebración de relevantes eventos deportivos de carácter nacional e internacional en España.

De este modo se cierra el círculo de colaboración e impulso en una actividad económica, como es la hostelería, de las más relevantes para España y que mayor empleo genera, así como de otros activos para la marca país.



³⁴ "Consumo de bebidas con contenido alcohólico por los turistas en hostelería". Análisis e Investigación, 2016.

| 6 |

APUESTA POR
LA MATERIA
PRIMA NACIONAL

El proceso de elaboración de cerveza comienza en el campo, con el cultivo por parte de los agricultores de los cereales (fundamentalmente cebada) y el lúpulo. De esta forma, esta bebida de origen natural se encuentra ligada al sector agrícola, y especialmente al campo español, de donde proviene la inmensa mayoría de la materia prima de la cerveza que se elabora en nuestro país. Precisamente el sector genera 6.000 puestos de trabajo en el campo español³⁵.

El lúpulo, alma de la cerveza

Si hay un ingrediente exclusivo de la cerveza es el lúpulo, que aporta el característico amargor a la cerveza, aromas complejos y la mayor parte de otros compuestos como los antioxidantes presentes en la lupulina.

Fundamentalmente se cultiva en la Ribera del Órbigo, en León, además de en La Rioja, Navarra, Galicia y Cataluña. Las mejores condiciones meteorológicas de 2018 con respecto al año anterior incrementaron la cosecha hasta unas 900 toneladas de flor de lúpulo en las más de 500 hectáreas cultivadas. Así, España

se mantiene en el “top 10” de producción de esta planta en el mundo, como sexto productor europeo y noveno del mundo.

La malta de cebada, la base del mosto cervecero

La elaboración de la cerveza comienza con el malteado de la cebada cervecera. Este proceso es el que potencia la formación de enzimas que facilitarán su fermentación y por ello, la producción de alcohol.

De los 1,2 millones de toneladas de cebada cervecera cultivada en España se realiza una selección aplicando estrictos parámetros de calidad para buscar la más adecuada para la elaboración de la cerveza. Así, se elaboraron cerca de 500.000 toneladas de malta de cebada que alcanzaron un valor de en torno a 178 millones de euros³⁶.

Malteros de España es la asociación que promueve la mejora de la calidad de cebada cervecera, así como de las instalaciones y procesos para hacer de esta materia prima una herramienta de competitividad para el sector en los mercados internacionales.

La Red de Ensayos, un caso de impulso a la innovación del campo español

El sector cervecero viene financiando la I+D del campo español desde hace más de 25 años, a través de la Red de Ensayos, que pretende mejorar la calidad y el rendimiento de las variedades de cebada en nuestro país.

Es una actividad desarrollada en el marco de la colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en la que han colaborado centros públicos de investigación de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, la comunidad de Madrid y Navarra.

Las compañías cerveceras y malteras se encargan de financiar esta red que promueve el análisis de las variedades que aporten un mayor valor y calidad en la producción de la cerveza, a la vez que una mejor rentabilidad para los cultivadores al adaptar su oferta a la demanda del mercado.



³⁵ “The Contribution made by beer to the European Economy”. Europe Economics, 2016 (Dato de 2014).

³⁶ Malteros de España.



CULTIVO DE CEBADA CERVECERA

LISTA DE VARIEDADES COSECHAS 2018 -2019*

1. VARIEDADES PREFERIDAS	2. VARIEDADES EN OBSERVACIÓN
PEWTER, SHAKIRA, Y TRAVELER	RGT PLANET, KWS FANTEX Y CHRONICLE

- 1. Variedades preferidas:** variedades que por su calidad cervecera son las más apreciadas.
- 2. Variedades en observación:** variedades que han demostrado a nivel de ensayos potencial de desarrollo agronómico y cualitativo.
- 3. Variedades en validación:** variedades en pruebas pendientes de confirmación técnica, agronómica y cervecera. Actualmente en pruebas para confirmar su adaptación agronómica a las distintas condiciones del campo español: RGT Asteroid, Sienna y Laureate.

* Esta clasificación está determinada exclusivamente en función de los resultados agronómicos y comportamiento cervecero de las variedades de cebada, evaluados mediante ensayos técnicos independientes, sin que implique garantía de precios o de demanda de dichas variedades.



ESPECIFICACIONES ORIENTATIVAS DE CALIDAD

(Conforme a estudios técnicos independientes para el fomento de la calidad cervecera de la cebada)

HUMEDAD: 11,5% MÁXIMO
PROTEÍNA s/s: ENTRE 9,5 - 11,5. ÓPTIMO 10 - 11
CALIBRE > 2,5: 65% MÍNIMO
CALIBRE < 2,2: 10% MÁXIMO
GRANO PARTIDO + IMPUREZAS < 4%
PUREZA VARIETAL: 95% MÍNIMO
CAPACIDAD GERMINATIVA: 97% MÍNIMO

Calidad sanitaria: según la legislación en vigor en materia de metales pesados, residuos pesticidas y micotoxinas.

Trazabilidad: de aplicación la guía de trazabilidad elaborada por Malteros de España.

Almacenamiento y transporte: de aplicación el Código de buenas prácticas de almacenamiento y el Código de buenas prácticas de transporte, elaborados por Malteros de España.



Almagro, 24 - 2º izda.
28010 Madrid
Tfno.: 91 702 70 81
Fax: 91 308 66 61
info@malteros.org

| 7 |

**SOSTENIBILIDAD
MEDIOAMBIENTAL**

| 7 | SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

El sector cervecero siempre se ha caracterizado por mantener un firme compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad, que se ha ido plasmando a lo largo de los años en el desarrollo de prácticas respetuosas con el medio ambiente. De hecho, la industria ha asumido los objetivos internacionales derivados del COP 21 (Acuerdo de París), así como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. De esta manera, el sector cervecero español aporta su granito de arena a la lucha contra el cambio climático, buscando siempre minimizar el impacto medioambiental de su actividad.

La industria ha ido implementando medidas en diversos ámbitos que le han permitido mejorar la eficiencia del consumo energético y de las materias primas, reducir las emisiones, mejorar la tasa de materiales reciclables o reciclados y reducir e incluso reutilizar residuos generados durante el proceso de elaboración del producto. En ese sentido, algunos de los logros más destacados de los últimos años son³⁷:

CONSUMO DE ENERGÍA



En la última década, el sector cervecero ha logrado una reducción del 31% de intensidad en el consumo de energía por cada hectolitro de cerveza elaborado.

31%

ENERGÍAS RENOVABLES



En 2018, el 33% de la energía total empleada por las cerveceras procedía de fuentes renovables. E incluso en el caso de la energía eléctrica, hasta el 92% de la utilizada procedió de fuentes renovables.

92%

HUELLA DE CARBONO



300 mil T

El sector ha evitado emitir más de 300.000 toneladas de gases de efecto invernadero en los últimos dos años precisamente gracias al consumo de energías renovables.

CONSUMO DE AGUA



19%

El sector cervecero ha reducido el consumo de agua, uno de sus principales ingredientes en la elaboración de la bebida, hasta un 19% en la última década.

ENVASES DE UN SOLO USO RECICLADOS



21%

El sector cervecero ha logrado que, en la última década, la tasa de reciclado de sus envases de vidrio de un solo uso se incremente un 21%.

RESIDUOS



99%

El sector valoriza, a día de hoy, prácticamente el 99% de los residuos que genera.

³⁷ Memoria de Sostenibilidad Ambiental del Sector Cervecero, elaborado con la asistencia técnica de PWC.

A la vista de estos resultados, y como clara muestra del compromiso que el sector quiere seguir manteniendo a largo plazo, las cerveceras de España han adquirido en 2018 una serie de compromisos medioambientales, que de hecho han quedado plasmados en la Memoria de Sostenibilidad Ambiental del Sector Cervecerero, elaborado con la asistencia técnica de PWC³⁸. Éstos son:

ÁMBITO

Circularidad del envase:

Impulsar la circularidad del envase en toda la cadena de valor promoviendo la reutilización, el reciclaje y la prevención del littering, así como fomentando el ecodiseño de los envases y embalajes.

Energía:

Apoyar la transición energética para contribuir al cumplimiento de los objetivos de España en este ámbito.

Agua:

Optimizar el uso de agua empleando las mejores tecnologías disponibles y promover el marco necesario para alcanzar mayores ahorros en el futuro en toda la cadena de valor

OBJETIVOS

En hostelería, alcanzar un 80% de volumen de venta de cerveza en envase reutilizable, respecto al total del canal.

Desarrollar una botella reutilizable estándar para todo el sector para el formato de 1/3, que facilite su reutilización.

Alcanzar que un 80% de los envases de un solo uso de vidrio, sean reciclados.

Alcanzar que un 90% de los envases de un solo uso de metal, sean reciclados.

En la composición de los envases de vidrio, alcanzar un 80% de material de origen reciclado.

Apoyar los avances del sector del packaging de metal, para establecer la contribución del sector a los objetivos de incremento del contenido de aluminio reciclado en los envases.

Consumir un 100% de electricidad procedente de fuentes renovables.

Alcanzar el rango del 20% de menor consumo energético respecto a los valores de referencia definidos en el nuevo BREF europeo, actualmente en desarrollo.

Incrementar en un 10% la aportación de energía térmica procedente de fuentes renovables a la demanda de los procesos productivos.

Reducción en un 10% en el ratio de consumo de agua bruta (HI de agua consumida/HI de cerveza producida).

Seguir reduciendo nuestro ratio de vertido de agua residual mediante la implantación de mejoras en las plantas de producción.

³⁸ Memoria de Sostenibilidad Ambiental del Sector Cervecerero, elaborado con la asistencia técnica de PWC.

ÁMBITO

OBJETIVOS

Huella de carbono:

Reducir la huella de carbono a lo largo de toda la cadena de valor para apoyar al cumplimiento del acuerdo climático de París.

Sensibilización ambiental:

Promover la sensibilización ambiental como un valor fundamental asociado a la producción y consumo de cerveza

Conseguir que el 100% de los grandes productores calculen su huella de carbono teniendo en cuenta los alcances 1, 2 y 3 del GHG Protocol.

Reducción de un 15% en el ratio de emisiones de gases de efecto invernadero generados en las instalaciones (Alcances 1 y 2) (kg CO₂/HI de cerveza producida) en los centros de producción vs. 2018.

Lograr que un 60% de los equipos de frío en el punto de consumo incorporen sistemas de alta eficiencia energética y estén libres de gases hidrofluorocarburos (HFC).

Reducción de un 15% en las emisiones de gases de efecto invernadero generadas en los procesos logísticos.

Adhesión del 100% de los grandes productores a la iniciativa Lean & Green dirigida a reducir las emisiones asociadas a actividades logísticas.

Aumento en un 40% de las compras que incorporan requerimientos ambientales.

Alcanzar el 99% de los residuos valorizados.

Reducción en un 40% en el valor de la tasa de residuos no valorizados (Gramos de residuos no valorizados /HI de cerveza producida) vs 2018.

Promover mediante la colaboración público-privada, la creación de un fondo I+D, para la reducción de los impactos ambientales del sector cervecero.

Conseguir que el 100% de los eventos organizados por productores se desarrollen de forma acorde a las buenas prácticas medioambientales definidas a nivel sector.



| 8 |

**SECTOR
COMPROMETIDO
CON LA SOCIEDAD**

El sector cervecero mantiene un firme compromiso con la sociedad y, por ello, lleva años realizando todo tipo de campañas e iniciativas centradas en prevención de consumo de alcohol por parte de menores, embarazadas y conductores; así como en fomentar un estilo de vida saludable dentro de nuestras pautas mediterráneas. En este sentido, el sector se apoya en todo tipo de organizaciones, desde instituciones públicas y privadas, asociaciones de consumidores y de hostelería, entidades del ámbito de la seguridad vial y sociedades médicas.

Prevención del consumo de alcohol en menores

Cerveceros de España sostiene que ningún menor debe tomar alcohol en ninguna circunstancia y, en línea con este planteamiento, desarrolla iniciativas y campañas para evitar este consumo indebido.

Los padres tienen la palabra. La campaña, lanzada en 2004 y dirigida a padres de menores entre 6 y 13 años, busca fomentar la implicación de los progenitores a la hora de educar y ayudar a sus hijos a tomar decisiones responsables en lo que se refiere al consumo de alcohol.

Se trata de una guía que cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y el de las asociaciones de padres y alumnos más representativas de España (CONCAPA y CEAPA). Desde su lanzamiento, se han distribuido más de 30.000 ejemplares en todo el territorio nacional. También se han distribuido más de 2.400 cuadernos del formador entre las Confederaciones de Padres y Madres de todo el país con el propósito de dotar a los centros de las herramientas necesarias para organizar jornadas formativas con los padres de sus alumnos.

Responsabilidad y moderación entre los jóvenes adultos

Un dedo de espuma, dos dedos de frente. Esta campaña se lanzó en 2000 a un público general, aunque especialmente centrada en jó-

venes adultos, con el objetivo de recordar que el consumo de cerveza debe ser siempre responsable y moderado. Para ello, se realiza un certamen creativo al que los jóvenes pueden presentar proyectos en cuatro categorías: vídeo, microrrelato, imagen (tanto gráfica como fotografía) y, arte urbano, disciplina que se incorporó al certamen en la edición de 2018.

La iniciativa cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y con la asociación de consumidores CECU, así como el apoyo del Instituto Europeo Di Design (IED) y de Club de Creativos.



Seguridad Vial

En la carretera, cerveza SIN...y también en bicicleta. El sector cervecero lleva desde el año 2000 concienciando a la población sobre la incompatibilidad entre alcohol y conducción a través de la campaña *En la carretera, cerveza SIN*. En su modalidad inicial, tras diversos cambios a lo largo de los años, un grupo de moteros recorre la geografía española promoviendo el consumo de cerveza sin alcohol al volante; y, además, en 2018, para seguir evolucionando y adaptándose a los cambios de la sociedad, así como a las nuevas formas de movilidad, la campaña comenzó a dirigirse hacia un público en particular: los conductores de bicicletas en el entorno urbano. De esta manera, se traslada a la sociedad que alcohol y conducción son totalmente incompatibles, sea cual sea el tipo de vehículo.

La iniciativa es una campaña de referencia para la sociedad y el resto de países de la Unión Europea en cuanto a seguridad vial. Entre los hitos de la campaña destacan su incorporación a la Carta Europea de la Seguridad Vial, el reconocimiento por parte del Consejo Europeo de Seguridad en el Transporte por su éxito en materia de seguridad vial y la concesión de la medalla al mérito de la Dirección General de Tráfico (DGT) por su labor y resultados en sus 10 años de trayectoria. Además, en 2014 la campaña recibió el Premio de la Fundación CEA. Cabe destacar el fuerte respaldo institucional de la campaña, que cuenta con el apoyo de cerca de 20 instituciones, entre las que destaca la Dirección General de Tráfico, y numerosos ayuntamientos españoles.



Embarazo y lactancia sin alcohol

Un embarazo SIN. Se trata de una campaña que tiene el apoyo de la Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia (SEGO) cuyo objetivo es recordar la incompatibilidad del consumo de alcohol durante el embarazo, que recomienda a las mujeres embarazadas que, si van a beber cerveza, opten por la variedad sin alcohol, dentro de una dieta completa y equilibrada.

Su alimentación depende de ti. Durante la lactancia, bebe SIN. Esta campaña promueve hábitos saludables de alimentación y conciencia a las mujeres sobre la incompatibilidad del consumo de alcohol durante el periodo de lac-

tancia, ofreciendo la cerveza sin alcohol como una opción segura durante esa etapa.

Compromiso con la autorregulación

Código de Autorregulación Publicitaria. El Código de Autorregulación Publicitaria es pionero en nuestro país en el sector de alimentación y bebidas, y se asumió de forma voluntaria por los asociados a Cerveceros de España. El documento establece una serie de principios y normas éticas que garantizan unas comunicaciones comerciales de cerveza legales, honestas, verídicas, éticas y elaboradas con sentido de responsabilidad social.

Una comisión paritaria formada por las asociaciones de consumidores CECU, CAUCE y AS-GECO, junto con Cerveceros de España, recibe y evalúa cualquier incidencia o incumplimiento del mismo; cabe destacar que en 2018 no se registró ninguna incidencia, constatando el compromiso de las empresas cerveceras.

Fue creado en 1995 con la Unión de Consumidores de España (UCE), y su primera actualización fue suscrita por la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) y Autocontrol de la Publicidad en 2003 para profundizar en la garantía de protección a los consumidores, en especial los menores de edad. En 2009 se realizó una nueva versión incluyendo los "7 Operational Standards de la Autorregulación Publicitaria", presentados por Cerveceros de Europa como compromiso ante el Foro Europeo de Alcohol y Salud (Comisión Europea).

Cerveceros de España ha reforzado su responsabilidad con la sociedad mediante la realización de dos revisiones del Código, en 2003 y 2009, en las que se incluyeron medidas más estrictas focalizadas en la protección de los menores. Posteriormente, con el objeto de seguir evolucionando como sector responsable y comprometido con la sociedad, en 2016 se revisó el Código por tercera vez. En esta ver-

sión, se aborda el entorno digital con especial protección a los menores de edad y se incluye el compromiso del sector por mejorar la información al consumidor sobre ingredientes y composición nutricional.

Fomento de la vida activa



Beer Runners y Beer Walkers. Esta iniciativa, que nació para los corredores y que en 2018 ha acogido también a todos aquellos que salen a andar, une dos aspectos fundamentales de nuestra cultura mediterránea: la actividad física y el acto social de compartir el aperitivo, recordando además que el consumo de cerveza debe ser siempre moderado y responsable. A través de este movimiento, apoyado por Cerveceros de España, se busca promover un estilo de vida activo, animando a la población a salir a correr o a caminar en grupo y a disfrutar, después, de unas cervezas con algo de comer y en compañía.

En 2018, se celebraron cuatro carreras Beer Runners y dos quedadas Beer Walkers en diferentes ciudades españolas, en las que participaron más de 8.000 personas. Burgos, Girona, Madrid y Córdoba fueron las ciudades en las que se celebraron las carreras Beer Runners. Por su parte, Madrid y Barcelona fueron las ciudades elegidas para acoger la iniciativa Beer Walkers.

Apoyo a la investigación

Cerveceros de España apuesta por la formación de profesionales técnicos y la investigación sobre las propiedades nutricionales del consumo

moderado de cerveza. Por un lado, colabora con la Fundación Benéfico-Docente de la AET-CyM, que cuenta en su patronato con la Facultad de Farmacia de la Universidad de Alcalá de Henares, y con la Asociación Española de Técnicos de Cerveza y Malta, que gestiona la Escuela Superior de Cerveza y Malta. Por otro, apoya las actividades del Centro de Información Cerveza y Salud, entidad de carácter científico dedicada a fomentar el estudio y la investigación sobre el consumo moderado de cerveza, regido por un Comité Científico formado por profesionales procedentes del mundo académico, médico y nutricional; como parte de su actividad, destaca la concesión de becas a jóvenes investigadores españoles en el ámbito científico.

Respaldo al sector hostelero



El sector cervecero mantiene un estrecho vínculo, y también un compromiso activo con el sector hostelero español. Es por ello que desde 2013 existe un programa de formación sobre el servicio de la cerveza en hostelería y su vínculo con productos de calidad. En dicho programa, se realizan sesiones de formación en escuelas de hostelería, contribuyendo activamente a la formación de los futuros profesionales de la hostelería y restauración española, incrementando su conocimiento acerca de una de las bebidas más consumidas en este canal. Asimismo, la iniciativa pone en valor los productos de calidad –aquellos que gozan de Denominación de Origen o Indicación Geográfica Protegida- de todo el país y

el papel que pueden desempeñar en la alta gastronomía.

El proyecto ha contado desde su implementación con la colaboración de numerosos Consejos Reguladores de productos de Denominación de Origen o Indicación Geográfica Protegida.

El compromiso de las compañías

Además de la actividad conjunta como sector, las cerveceras de nuestro país también desarrollan una intensa actividad de contenido social a título individual. A grandes rasgos, el foco de sus esfuerzos va dirigido a la contribución a las comunidades locales en las que operan, la formación, desarrollo y bienestar de sus empleados; así como a nivel sectorial, el fomento de una vida activa. Son también numerosas las ocasiones en que participan en acciones de voluntariado corporativo, normalmente enfocado en ayudar a colectivos en riesgo de exclusión social. También se han adquirido compromisos con las compras locales y sostenibles, estableciendo rigurosos criterios para sus proveedores. Algunos de los casos más destacados son:

- **Promoción del emprendimiento y el talento joven** a través de diferentes iniciativas como premios, programas de formación en hostelería, etc.
- **Impulso a la prosperidad de comunidades locales** a través del apoyo a mercados, festivales o talleres, con foco en productos regionales.
- **Cuidado de los empleados** con la implantación de medidas que favorezcan el desarrollo profesional (portales de formación, programas de mentoring), la conciliación laboral (teletrabajo, flexibilidad horaria) y el fomento de bienestar y hábitos saludables.
- **Fomento de la integración de personas con capacidades diferentes** mediante iniciativas de desarrollo positivo, celebración de días señalados o colaboraciones con entidades especializadas.

Entre los casos de éxito que implementan las compañías, se puede destacar:

Mercado de la Cosecha

Programa que tiene por objetivo transformar el medio rural con un nuevo modelo de desarrollo socioeconómico sostenible y responsable. El proyecto pretende convertirse en palanca competitiva y de cambio a través de la realización de actividades en los ámbitos de la investigación y la formación, así como de la divulgación y promoción de iniciativas inspiradoras que contribuyan a la generación de riqueza y desarrollo del medio rural.

Creemos Oportunidades en Hostelería

Innovador programa social de formación para el empleo en el sector hostelero dirigido a jóvenes en riesgo de exclusión social que se encuentren en situación de desempleo. El objetivo es mejorar su empleabilidad y facilitar su inserción laboral en el sector de la hostelería capacitándoles como camareros; y dinamizar y profesionalizar el sector de la hostelería de nuestro país y el empleo de calidad, promoviendo la contratación de personal cualificado y formado. El programa plantea una intervención basada en: el trabajo en red; el impulso de la formación dual; la formación a través de títulos oficiales; el complemento a la formación con contenidos adicionales no contemplados en los títulos oficiales como inglés para hostelería o formación en cultura cervecera y agua; el acompañamiento y seguimiento personalizado de los jóvenes: favorecemos el desarrollo personal de los alumnos a lo largo de todo el proceso.

1 Edición de Emrendebares

Iniciativa destinada al impulso de la empleabilidad de los jóvenes, cuyos objetivos son generar una red de contactos y networking, fomentar el desarrollo de habilidades para el emprendimiento y enriquecer el ecosistema emprendedor regional.

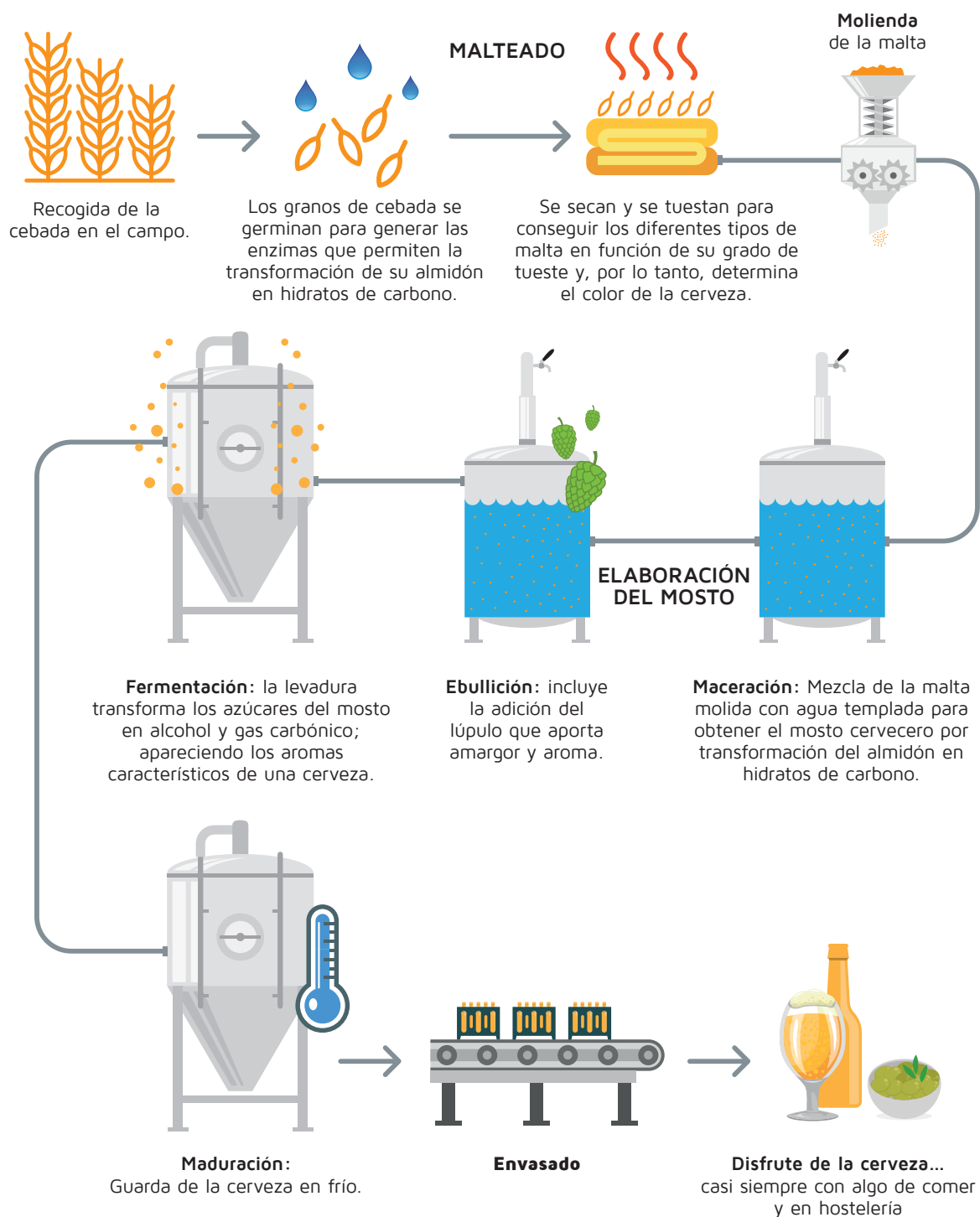
| 9 |

**BEBIDA
NATURAL Y
MEDITERRÁNEA**

La cerveza es un “alimento resultante de la fermentación, mediante levaduras seleccionadas, de un mosto cervecero elaborado a partir de materias primas naturales”, según la define la Norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta que entró en vigor en diciembre de 2016.

Las materias primas esenciales para la elaboración de la cerveza son agua, cebada malteada y lúpulo. Así, el proceso de fermentación de la cerveza no ha cambiado en esencia en los últimos siglos; lo que ha evolucionado es la forma en que se siguen los procesos para obtener productos y variedades de la máxima calidad y seguridad.

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LAS CERVEZAS: DEL CAMPO A LA MESA



La fermentación permite que los minerales, vitaminas y antioxidantes presentes en sus materias primas permanezcan en la cerveza. En el caso de la variedad sin alcohol, también se mantienen estos nutrientes. El promedio de calorías de las cervezas más consumidas (por cada 100 ml) oscila entre las 18 de una sin alcohol y las 45 de una lager rubia. Su contenido en calorías final dependerá de cada variedad (especialmente su extracto seco primitivo o el grado alcohólico).

La cerveza, como bebida fermentada al igual que el vino o la sidra, está incluida en el texto de la Dieta Mediterránea, considerada Patri-

monio de la Humanidad de la Unesco³⁹. La Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC⁴⁰) la reconoce como parte de su Pirámide de la Alimentación Saludable, siempre que su consumo sea opcional y moderado en adultos sanos.

Del mismo modo que el consumo de cerveza moderado y responsable por parte de adultos sanos no ha de suponer un problema de salud, tal y como reconoce numerosa literatura científica, se advierte de los riesgos para la salud del consumo inadecuado de bebidas con contenido alcohólico, también de cerveza⁴¹.



³⁹ Mediterranean Diet Pyramid Today: Science and cultural updates. Public Health Nutrition: 14(12A), 2274-2284.

⁴⁰ Guía de la Alimentación Saludable para Atención Primaria y Colectivos Ciudadanos, SENC. Editorial Planeta.

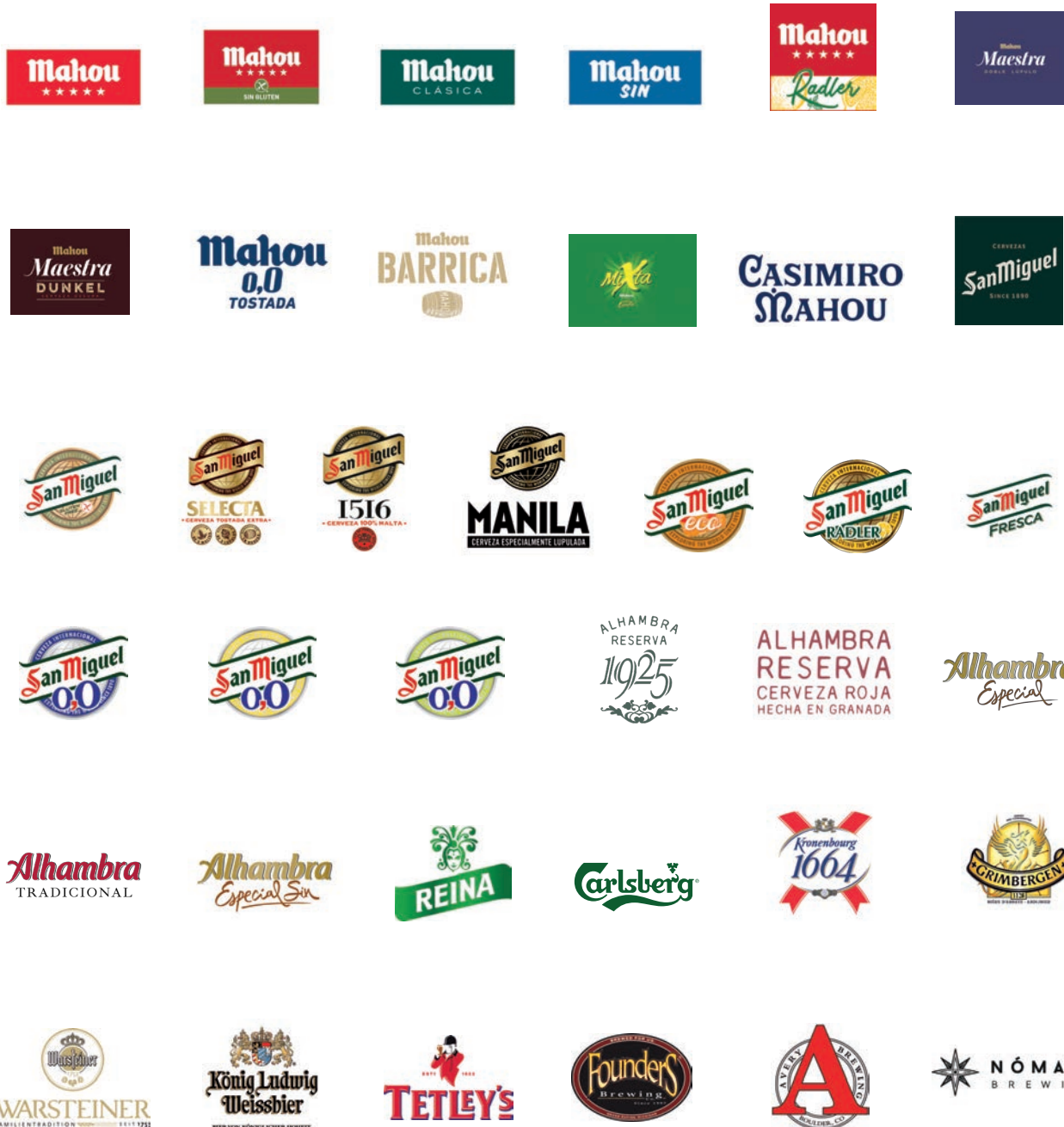
⁴¹ Scientific Review. Beer and Health. Moderate Consumption as part of a healthy lifestyle. 5th Edition: www.beerandhealth.eu

| 10 |

NUESTRAS
MARCAS

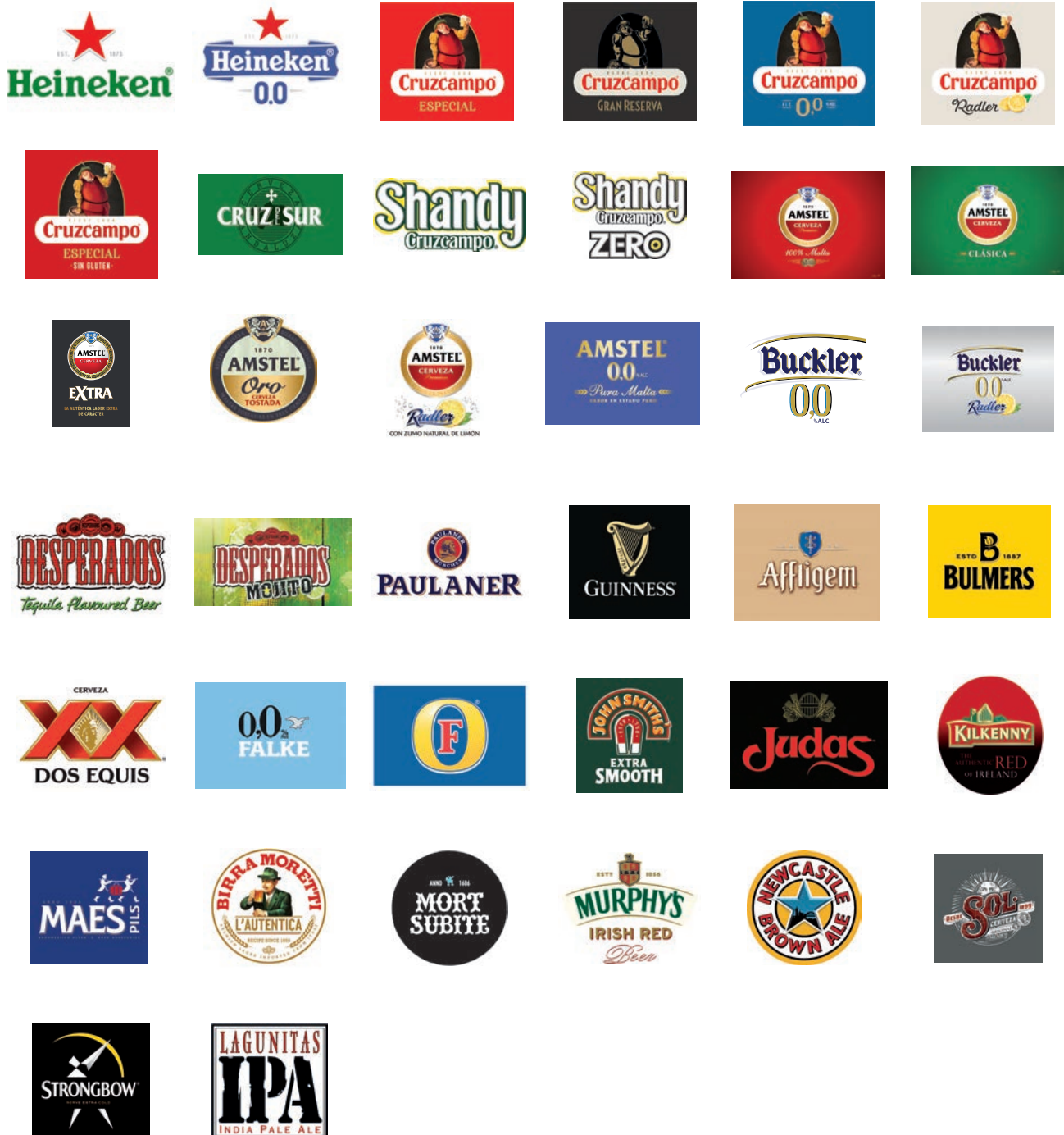
**m MAHOU
SANMIGUEL**

GRUPO MAHOU SAN MIGUEL



HEINEKEN

HEINEKEN ESPAÑA



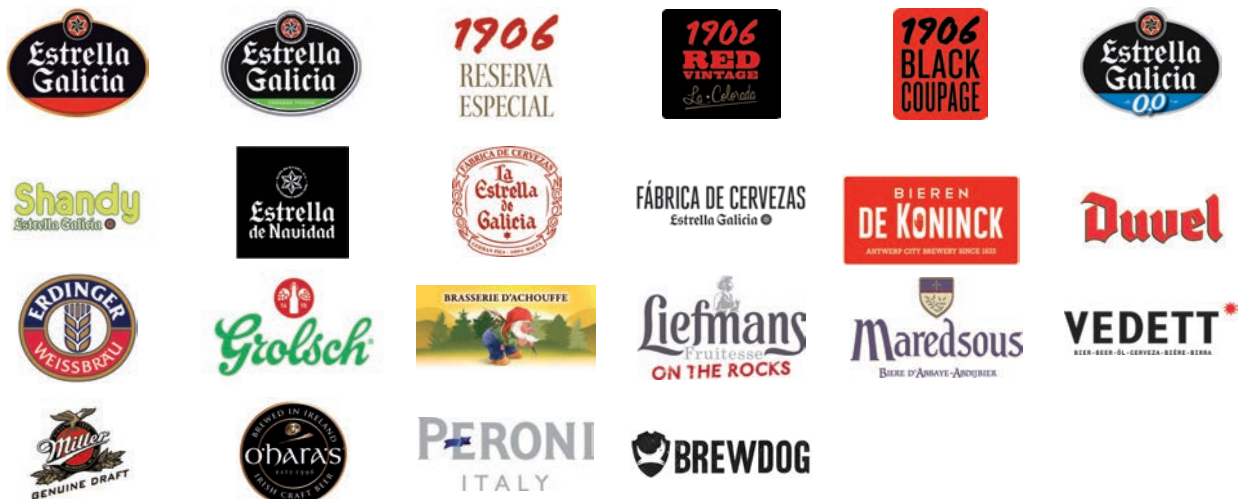
NUESTRAS MARCAS

Damm

GRUPO DAMM



HIJOS DE RIVERA





COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS



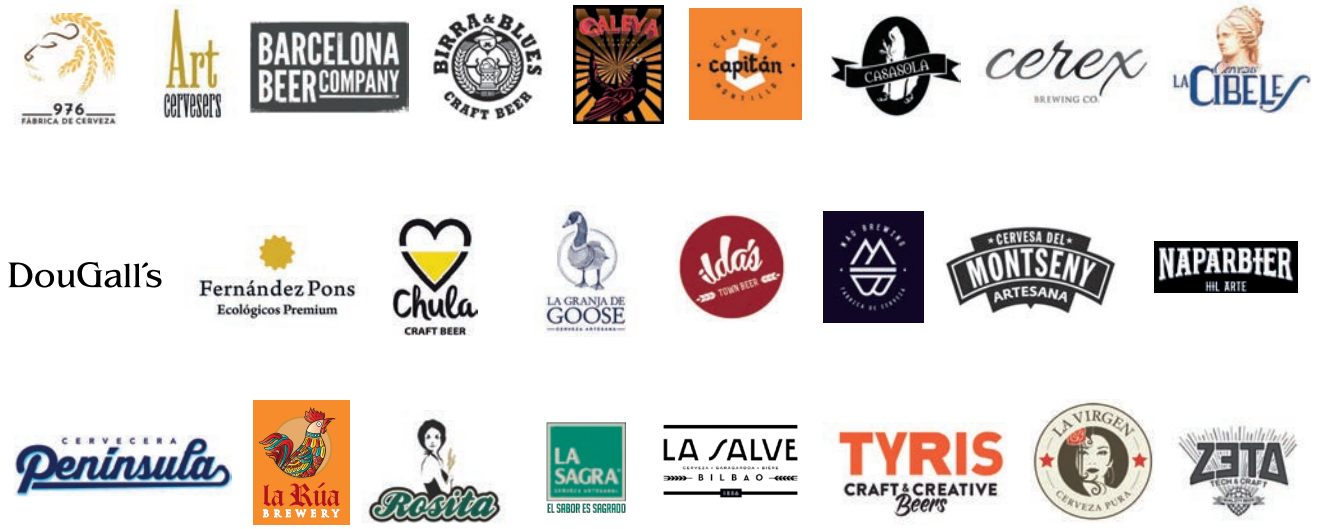
GRUPO
AGORA

GRUPO AGORA



NUESTRAS MARCAS

NUEVAS CERVECERAS



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CERVECEROS ARTESANOS INDEPENDIENTES







CERVECEROS DE ESPAÑA
C/ Almagro, 24 – 28010 Madrid
Tel. 91 308 67 70
info@cerveceros.org
www.cerveceros.org