

# INFORME SOCIOECONÓMICO DEL **SECTOR DE LA CERVEZA** EN ESPAÑA **2020**



Publicación conjunta de



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

Con la colaboración de



HOSTELERÍA  
DE ESPAÑA



**competur**  
por un turismo  
competitivo.

# 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, que se realiza en virtud del acuerdo de colaboración entre ambas instituciones y Malteros de España. 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.

## 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:** 003210824

**Depósito Legal:** M-18872-2021

# Contenidos

Quiénes somos	Página 4
Mensaje del director general de Cerveceros de España	Página 6
La cerveza, una bebida natural y mediterránea	Página 8
<b>01</b> Consumo de cerveza	Página 11
<b>02</b> Ventas de cerveza	Página 15
<b>03</b> Producción del sector español	Página 21
<b>04</b> Comercio Exterior	Página 27
<b>05</b> Aportación de la cerveza a la economía del país	Página 29
<b>06</b> Apuesta por la materia prima nacional	Página 33
<b>07</b> Sostenibilidad medioambiental	Página 35
<b>08</b> Sector comprometido con la sociedad en un año excepcional	Página 39
<b>09</b> Al servicio de un sector unido y diverso	Página 43
<b>10</b> Nuestras marcas	Página 46



**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, DAMM, HEINEKEN ESPAÑA, HIJOS DE RIVERA, COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS y GRUPO ÁGORA, a las que se han ido sumando nuevas cerveceras distribuidas por todo el territorio español: Cerveza 976, Cervezas Docesetenta, Almogàver, As Cervesa, Barcelona Beer Company, Basqueland, Boga, Bidassoa Basque Brewery, B&B, Caley, Casasola, Cerex, Dougall's, Cerveza Espiga, Fernández Pons, Garage Beer co., Ilda's Town Beer, La Granja de Goose, La Pirata Brewing, La Rúa Brewery, La Salve, La Sagra, Cervezas La Virgen, Mad Brewing, Maltman Brewing, Cervezas Mond, Montseny, Morlaco Beer, Naparbier, Octavo Arte, Península, Rockbeer, Rosita, Scone Craft Beer, Tyrís, Villa de Madrid y Zeta, así como AECAI (Asociación Española de Cerveceros Artesanos e Independientes).

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 se encuentra muy involucrada en las actividades desarrolladas por los organismos europeos The Brewers of Europe y EBC (European Brewery Convention), dedicado a investigar y mejorar la calidad de esta bebida.

Cerveceros de España es socio fundador de Ecovidrio, asociación que promueve y gestiona el reciclado de los residuos de envases de vidrio en toda España, cuyo objetivo es preservar el medio ambiente mediante la reducción del volumen e impacto medioambiental de los residuos de envases. En 2020 se incorporó también a Ecoembes (a través de Pareco), participando en las Comisiones Estratégicas de aluminio y acero, así como en el seguimiento de su proyecto piloto RECICLOS.

## COMPAÑÍAS FUNDADORAS DE CERVECEROS DE ESPAÑA

**m MAHOU SANMIGUEL**

**★ HEINEKEN**

**Damm**



**COMPañÍA CERVECERA DE CANARIAS, S.A.**

GRUPO **AGORA**

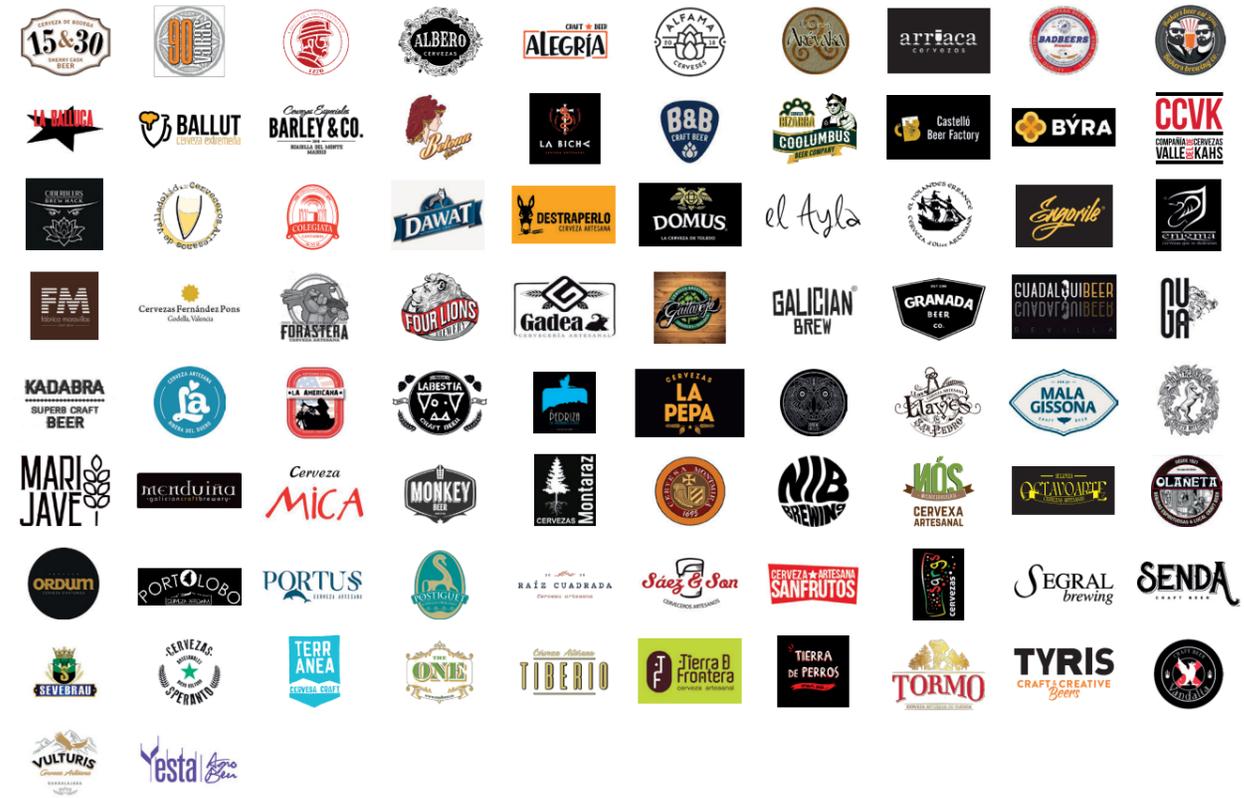
## NUEVOS CERVECEROS ASOCIADOS\*



**AE CAIO**



asociación de la que forman parte:



\* Se incluyen todos los miembros de Cerveceros de España a fecha de edición del presente documento.



# La cerveza de todos



A pesar de las cervezas que se quedaron sin servir, de los bares y restaurantes cerrados, de las mesas que no se pudieron montar, de los encuentros sin disfrutar y de las dificultades económicas a las que se enfrentan tantos ciudadanos, productores de cerveza, proveedores, trabajadores y propietarios de establecimientos de hostelería... no podemos más que mirar al futuro con ilusión y determinación.

Con ilusión continuaremos trabajando para recuperar la aportación a la economía nacional y al empleo que supone nuestro sector, para generar momentos de disfrute personal y social con la bebida más popular y transversal; sinónimo de encuentro, convivencia y concordia, de una manera de vivir, de convivir y relacionarnos en espacios comunes alrededor de una mesa con familiares y amigos.

Si algo hemos aprendido tras un año devastador es la necesidad de la colaboración público-privada. Con determinación recordamos a las autoridades la necesidad de ampliar los sectores beneficiarios del plan de medidas extraordinarias de apoyo a la solvencia empresarial en respuesta a la pandemia y valoramos que se haya posibilitado que empresas productoras de cerveza puedan tener acceso a las mismas (aunque, a cierre de este informe, no en todas las comunidades autónomas), especialmente las de menor tamaño.

A pesar de las dificultades, las principales empresas cerveceras apoyaron proyectos sociales y, sobre todo, a los cientos de miles de hosteleros que vieron cómo una pandemia hacía peligrar su modo de subsistencia. En un año tan complicado, en el que muchos procedimientos se vieron alterados, las cerveceras tampoco han

cesado en el desarrollo de las medidas medioambientales a las que se comprometieron.

Desde la asociación también nos hemos volcado con las pequeñas cerveceras, que necesitaban información y apoyo para asumir la nueva situación, hemos ayudado a impulsar la exportación (único dato positivo de un ejercicio que lamentablemente no pudieron superar algunas de menor tamaño), fomentando la formación organizando webinars sobre temas que más preocupaban en los momentos de mayor incertidumbre. Desde Cerveceros de España hemos agrupado a toda la cadena de valor del sector cervecero, desde el campo hasta la distribución a hostelería, para concurrir a los fondos Next Generation.

Las compañías cerveceras mantuvieron abiertas sus instalaciones y centros de producción para seguir abasteciendo a los hogares y, aunque las ventas se vieron resentidas por los cierres en la hostelería, realizaron un esfuerzo adicional por mantenerse activas.

En definitiva, el sector cervecero español continuará trabajando en pro de la recuperación económica y social; en pro de la recuperación de la hostelería y el turismo; en pro de un estilo de vida y una forma de disfrutar de la cerveza, con algo de comer, con los nuestros... que nos hace únicos.

**Jacobo Olalla Marañón**

Director General de Cerveceros de España

# La cerveza, una bebida natural y mediterránea

La cerveza es el "alimento resultante de la fermentación, mediante levaduras seleccionadas, de un mosto cervecero elaborado a partir de materias primas naturales", según la define el Real Decreto 678/2016 de la Norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta. Las materias primas esenciales para la elaboración de la cerveza son agua, cebada malteada y lúpulo.

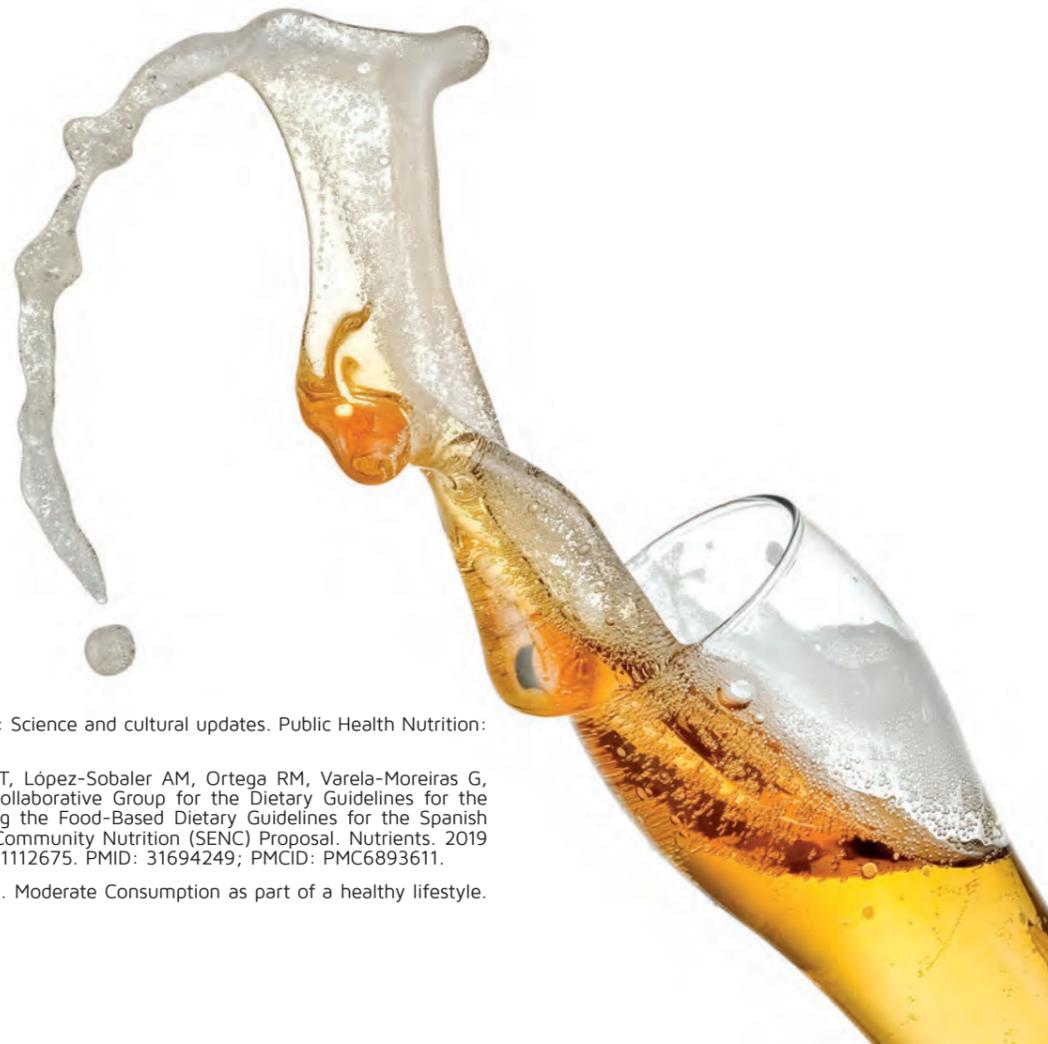
Así, el proceso de fermentación de la cerveza no ha cambiado en esencia en los últimos siglos; lo que ha evolucionado es la forma en que se siguen los procesos para obtener productos y variedades de la máxima calidad y seguridad.

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 22 de una sin alcohol y las 44 de una lager rubia. Su contenido en calorías final dependerá de cada variedad (especialmente de su extracto seco primitivo o del 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 Patrimonio de la Humanidad de la Unesco<sup>1</sup>. La Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC<sup>2</sup>) 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 cerveza<sup>3</sup>.

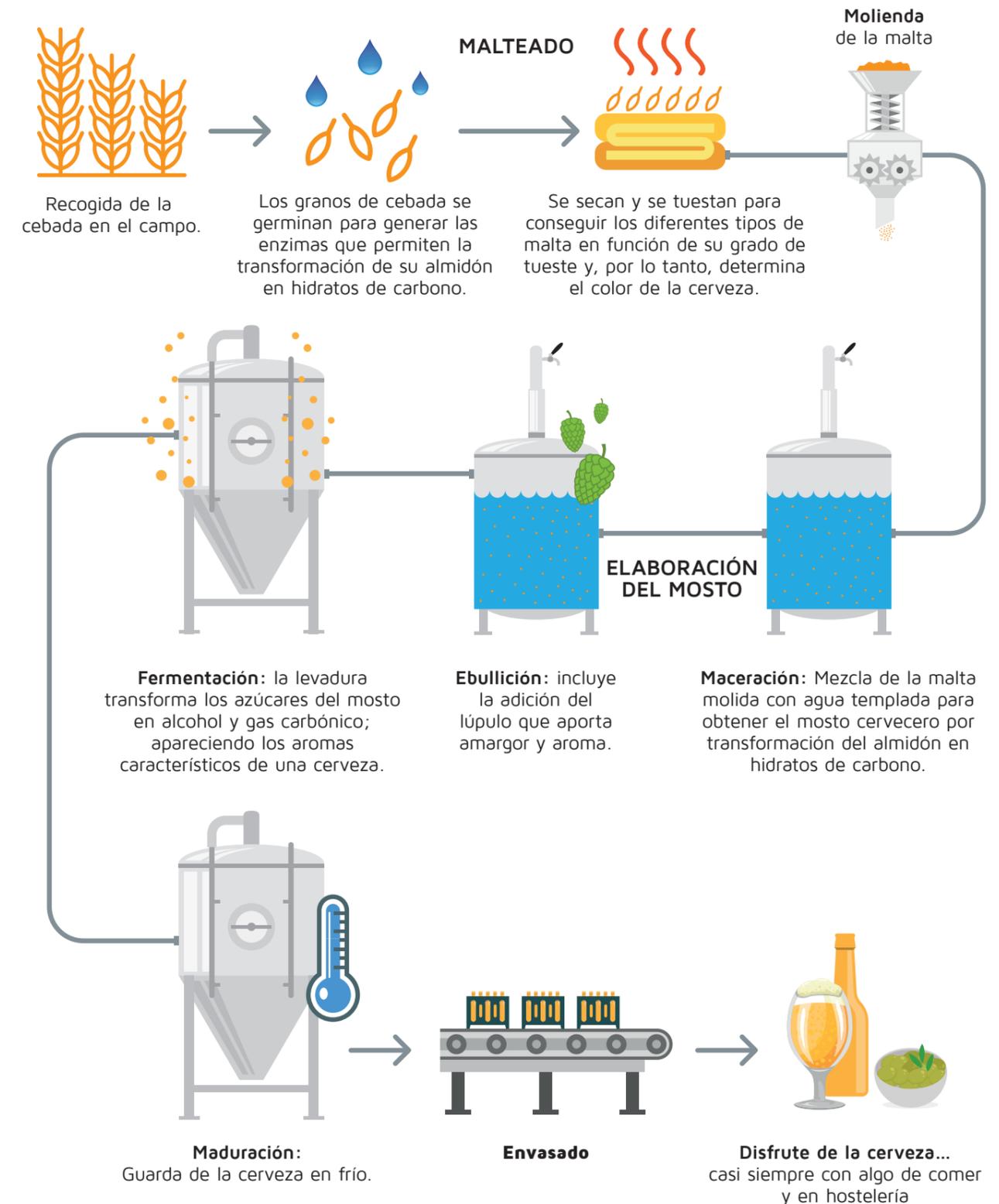


<sup>(1)</sup> Mediterranean Diet Pyramid Today: Science and cultural updates. Public Health Nutrition: 14(12A), 2274-2284.

<sup>(2)</sup> Aranceta-Bartrina J, Partearroyo T, López-Sobaler AM, Ortega RM, Varela-Moreiras G, Serra-Majem L, Pérez-Rodrigo C; Collaborative Group for the Dietary Guidelines for the Spanish Population (SENC). Updating the Food-Based Dietary Guidelines for the Spanish Population: The Spanish Society of Community Nutrition (SENC) Proposal. Nutrients. 2019 Nov 5; 11(11):2675. doi: 10.3390/nu11112675. PMID: 31694249; PMCID: PMC6893611.

<sup>(3)</sup> Scientific Review. Beer and Health. Moderate Consumption as part of a healthy lifestyle. 5th Edition: www.beerandhealth.eu

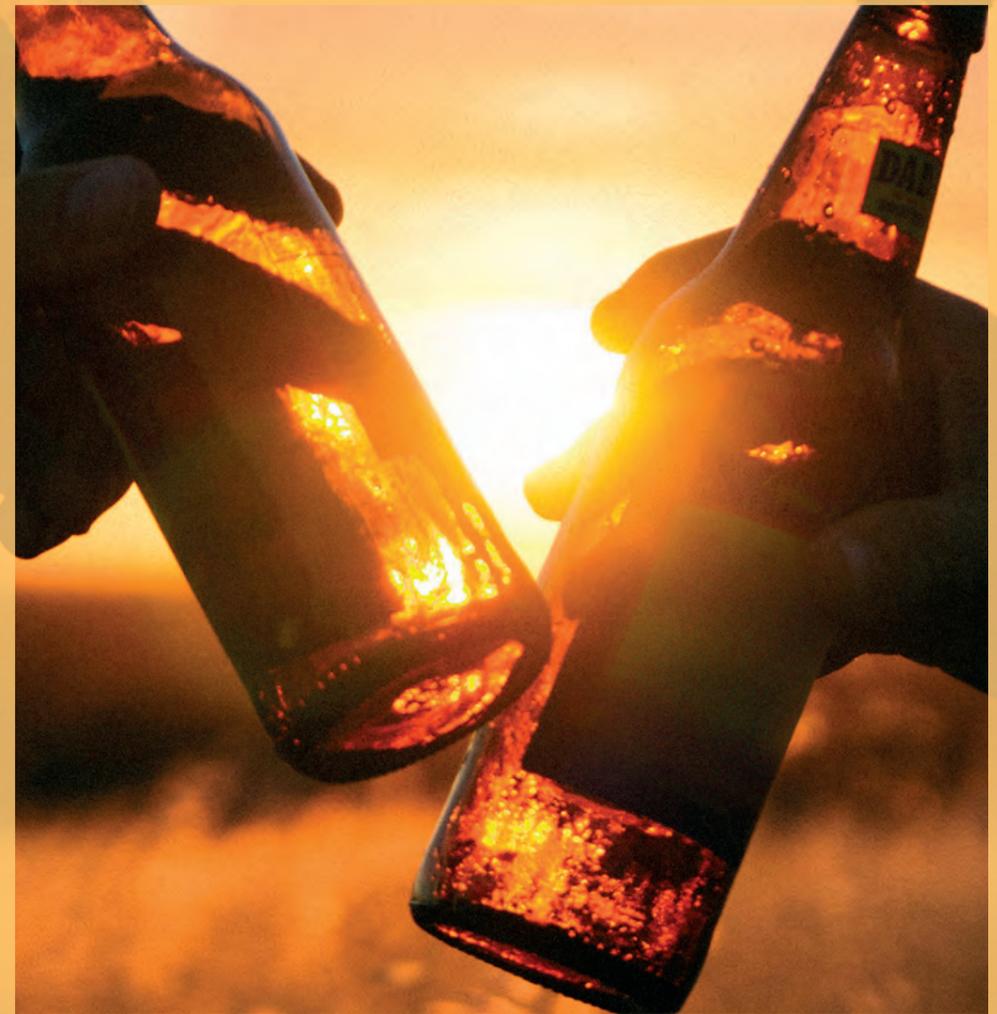
## PROCESO DE ELABORACIÓN DE LAS CERVEZAS: DEL CAMPO A LA MESA





**01**

**CONSUMO  
DE CERVEZA**



## 01 | CONSUMO DE CERVEZA

Las restricciones y medidas para hacer frente a la pandemia de COVID-19 conllevaron también un descenso inédito en el consumo de cerveza en España, alterando la serie histórica hasta entonces positiva. Por primera vez desde que el sector tiene registro, el consumo global descendió a doble dígito, hasta un 12% menos que el año anterior, situándose en 36 millones de hectolitros<sup>4</sup> en 2020.

De la misma manera, el consumo per cápita entre la población española descendió 2 litros, quedándose en 50 anuales<sup>5</sup>, si bien el Informe de Consumo Alimentario 2020 publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, lo sitúa más bajo aún, en 42 litros. Todo ello, siendo la cerveza la bebida más popular entre los españoles adultos, ya que un 83,4% de los mismos afirma consumirla según estudios metroscópicos<sup>6</sup>. Se mantiene también la preferencia a medida que avanza la edad, siendo las franjas de edad de mayores de 24 años, en las que esta bebida es consumida por la gran mayoría de la población<sup>6</sup>.

Siendo la cerveza una bebida tan popular y transversal, el descenso registrado en el consumo y en otras variables derivadas (como valor, empleo o recaudación para el Estado) se explica por la manera que tenemos en España de disfrutar de esta bebida: en hostelería y asociada a momentos de consumo de otros alimentos.

### La pérdida de consumo en hostelería, no se compensa con el incremento del consumo en el hogar

Si hasta el 2019 cerca del 70% de cerveza se consumía fuera del hogar, generando un 86% del valor<sup>7</sup>, en 2020 estos datos se alteraron significativamente, pasando a superar el consumo en el hogar (56%) al de hostelería (44%), donde el valor total de la cerveza se quedó en un 70%<sup>8</sup>.

Y no es de extrañar este dato si consideramos que el conjunto de la restauración española sufrió un descenso en su facturación interanual

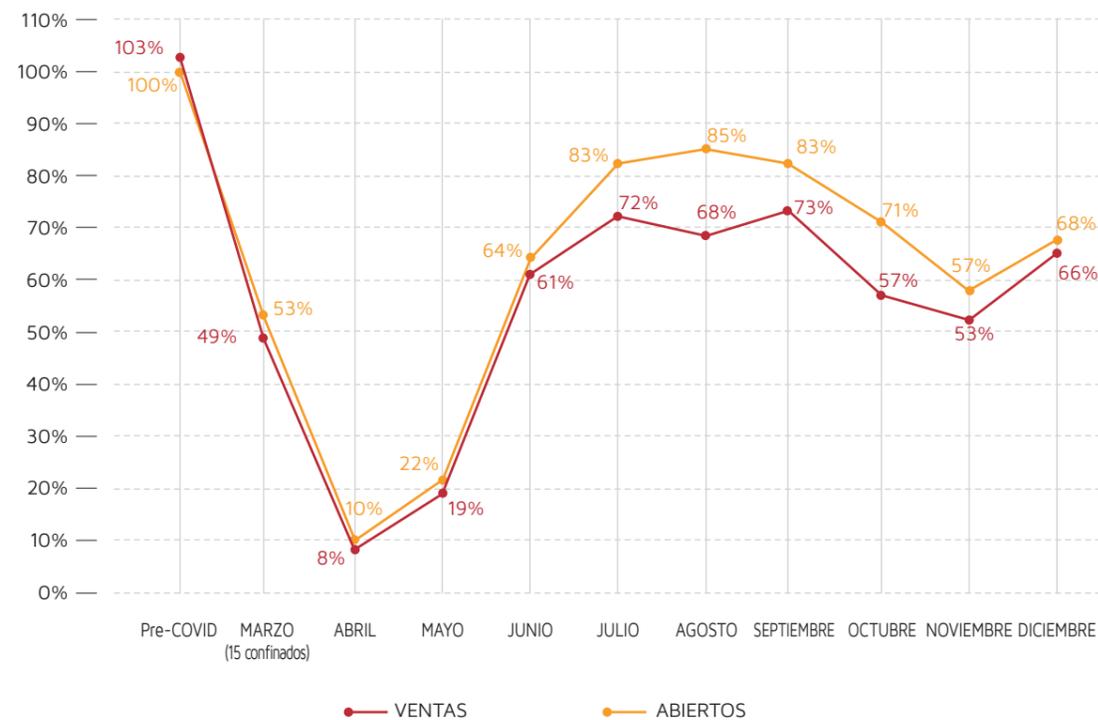
del 53,3%<sup>9</sup>, con el fuerte peso de esta bebida en la facturación de muchos establecimientos, especialmente entre los más pequeños.

Según Fedishoreca, la entidad que representa a las principales empresas de distribución a hostelería, buena parte de estos establecimientos permanecieron cerrados fundamentalmente por cuestiones financieras o de rentabilidad, aun cuando las medidas sanitarias lo permitían. Entre junio y diciembre, las aperturas oscilaron entre un 57% y un 85% en el mejor de los casos durante el mes de agosto. Sus cifras son ilustrativas de los descensos de ventas, acumulando un 42% de bajada en todo el año<sup>10</sup>.

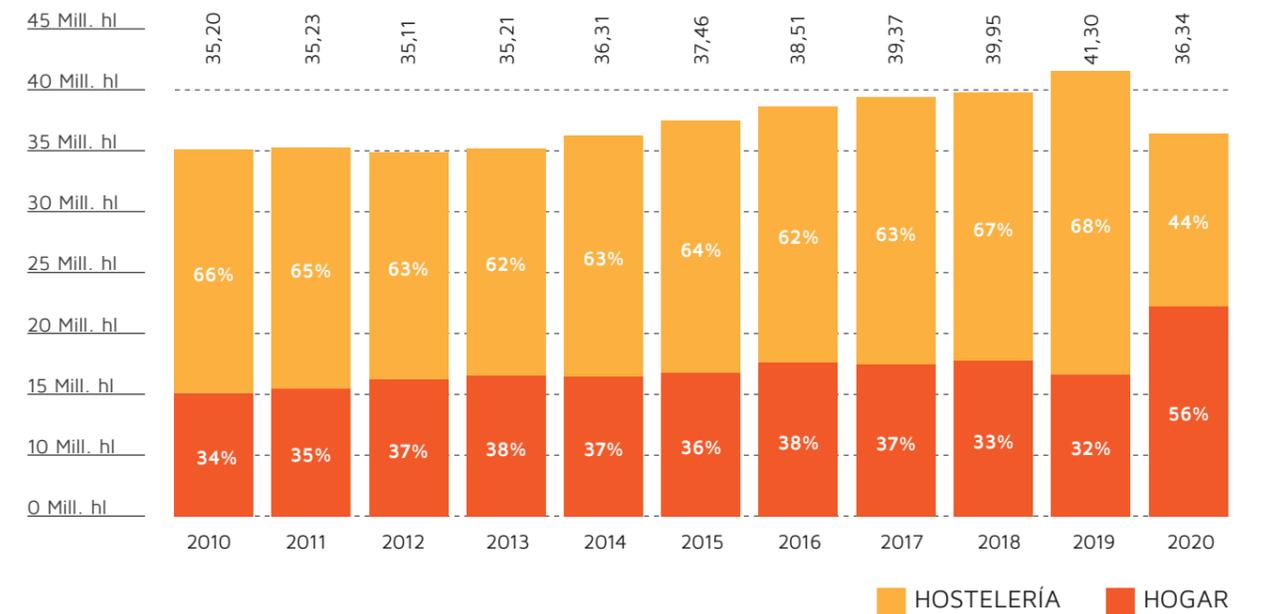
El trasvase del lugar de consumo no compensó la caída de consumo global, ya que se perdieron cerca de un 30% de las ocasiones (cada acto de compra o tique, ya sea en hostelería u otro canal) en todo el ejercicio con respecto al año pasado. Esta situación generó que el valor total registrado en España descendiera un 22%<sup>11</sup>.

En el análisis por trimestres, el descenso de consumo fuera del hogar no solo fue notable durante el confinamiento, sino en todos los periodos. Entre abril y junio, la bajada de ocasiones de consumo fuera del hogar fue del 80%, del 25% en el siguiente y del 45% en el último tramo del año<sup>11</sup>.

### EVOLUCIÓN MENSUAL HOSTELERÍA- % APERTURAS Y VENTAS - MEDIA NACIONAL AÑO 2020<sup>8</sup>



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO APARENTE DE CERVEZA POR CANAL (millones de hectolitros)<sup>(11)</sup>



También se observa que las áreas con unas políticas más restrictivas en las aperturas de hostelería pierden más compradores y frecuencia de compra fuera del hogar, según el citado informe de Kantar; es el caso del área metropolitana de Barcelona, el resto de Cataluña y Aragón o la zona Noroeste.

También el consumo de cerveza sin alcohol se vio alterado en el 2020. Si bien el porcentaje

de quienes eligieron esta opción dentro del hogar ganó medio punto de penetración (hasta el 47,5%), descendió 12 puntos en hostelería hasta el 32,4% de penetración. Ello se explica por el cambio de comportamiento e incremento de consumo "de indulgencia" general en el 2020: ante las menores ocasiones de visitar un establecimiento de hostelería, se primó el consumo de cerveza tradicional versus sin alcohol<sup>11</sup>.

<sup>(4)</sup> Consumo aparente de cerveza: suma de producción e importaciones, restando exportaciones

<sup>(5)</sup> "Compra y Consumo de Cervezas en España" 2020. Kantar. Estimaciones a partir del panel de consumo para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (adultos +18)

<sup>(6)</sup> Estudio Mikrosopia 2020. 40dB. Datos abril 2021

<sup>(7)</sup> "Compra y Consumo de Cervezas fuera del hogar en España" 2019. Kantar. Estimaciones a partir del panel de consumo para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (adultos +18)

<sup>(8)</sup> FEDISHORECA. Evolución de aperturas y ventas en España (sin datos de Extremadura, La Rioja y Canarias)

<sup>(9)</sup> Hostelería de España a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística

<sup>(10)</sup> FEDISHORECA. Evolución de aperturas y ventas en España (sin datos de Extremadura, La Rioja y Canarias)

<sup>(11)</sup> "Compra y Consumo de Cervezas en España" 2020. Kantar. Estimaciones a partir del panel de consumo para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (adultos +18)

### Un año sin los turistas que tanto aprecian la cerveza española

El descenso del 77% en el número de turistas que visitan nuestro país influyó notablemente en el consumo global de esta bebida. Tras años de récord de entradas (83,7 millones), en 2020 no se alcanzaron los 19 millones<sup>12</sup>.

Ni la excelente climatología y temperaturas altas que tanto influyen y favorecen el consumo de cerveza en espacios abiertos al aire libre han podido contribuir a un ejercicio tan atípico.

### La moderación en el consumo no ha cambiado

Si hay algo en lo que los españoles no hemos cambiado es la preferencia por esta bebida y la forma en que se consume, con algo de comer: el 70% de las ocasiones de consumo cerveza se produjeron durante almuerzos o cenas. Además, estas ocasiones se repartieron entre semana (52%) y durante los fines de semana (48%)<sup>13</sup>.

Observando la evolución del consumo de cerveza en España, aunque el ejercicio en estudio haya sido diferente por las circunstancias, se observa año a año la preferencia del conjunto de los españoles por esta bebida y el incremento en la transversalidad (una gran mayoría la consume en alguna medida). También de qué manera su consumo se produce por adultos y fundamentalmente con alimentos. La popularidad de la cerveza coincide con un descenso en el consumo de alcohol global por parte de la población española, según estudio de la Organización Mundial de la Salud anterior a la pandemia<sup>14</sup>.

Por otro lado, el Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones realizó la Encuesta OE-DA-COVID 2020 en la que apunta que el 84% de los españoles no ha registrado un consumo de alcohol problemático durante la pandemia. Además, es importante destacar que las pautas de consumo de cerveza, como se ha indicado, están fundamentalmente asociadas a consumos de bajo riesgo<sup>15</sup>.



<sup>12</sup> Movimientos Turísticos en Fronteras 2020. INE

<sup>13</sup> "Compra y Consumo de Cervezas en España" 2020. Kantar. Estimaciones a partir del panel de consumo para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (adultos +18)

<sup>14</sup> "Global estatus report on alcohol and health 2018", Organización Mundial de la Salud

<sup>15</sup> Observatorio Español de las Drogas y Adicciones. Encuesta OEDA-COVID 2020. Ministerio de Sanidad

# 02

## VENTAS DE CERVEZA



## 02 | VENTAS DE CERVEZA

En 2020, las cerveceras españolas comercializaron 33,3 millones de hectolitros de cerveza, lo que supone un descenso del 12% frente al volumen comercializado en 2019 (37,8 millones) y rompe la tendencia ascendente que registraba el sector antes de la crisis sanitaria.

Esta caída se debió al fuerte impacto de la pandemia del COVID-19 en el sector cervecero, uno de los más afectados por su gran interdependencia con la hostelería y el turismo, dos de los sectores más impactados por la pandemia.

También esta circunstancia afectó a la cerveza sin alcohol, que ha tenido un peor comportamiento en este contexto, ya que las restricciones para salir de casa frenaron la elección de la categoría sin alcohol en hostelería, donde ha primado el consumo de indulgencia. Así, las ventas de esta variedad descendieron más

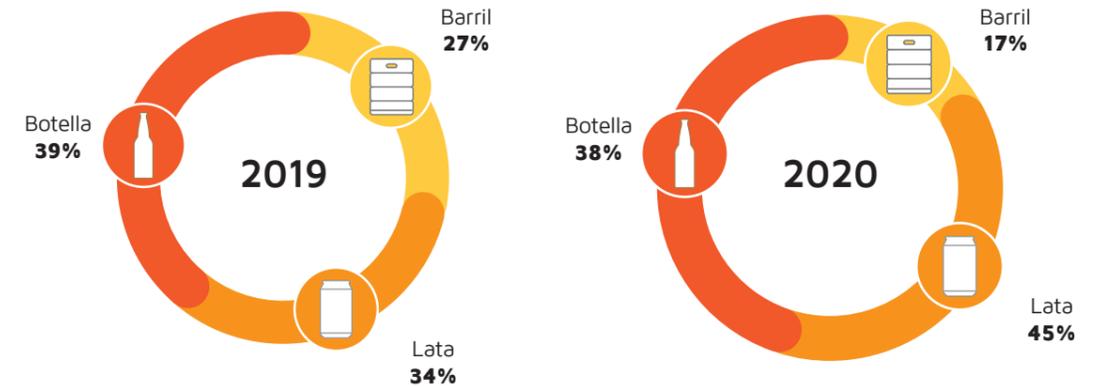
de la media de toda la categoría (un 16,6%), quedándose en 2,4 millones de hectolitros comercializados.

Como se ha indicado, el impacto de la pandemia en el sector cervecero se ha notado especialmente en el canal de hostelería. Debido al cierre total y las fuertes restricciones, las cerveceras dejaron de comercializar un 36% a este canal, pasando a estar por detrás de la alimentación por primera vez en la serie histórica de la que dispone Cerveceros de España: solo un 38,6% de la cerveza se vendió al canal hostelero frente al 61,4% a alimentación.

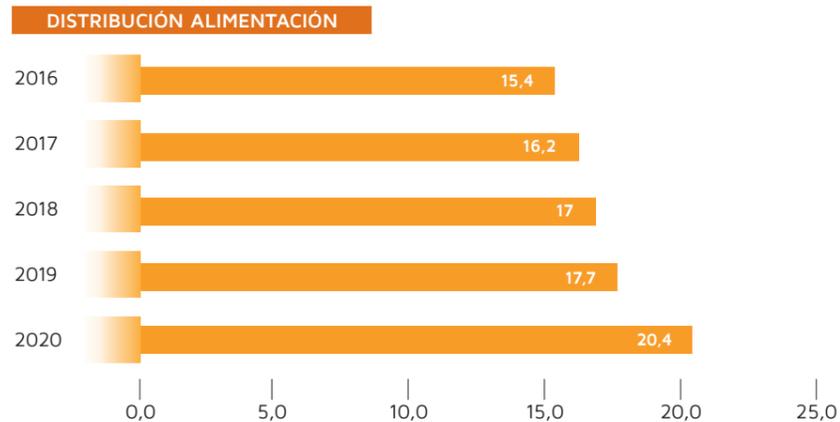
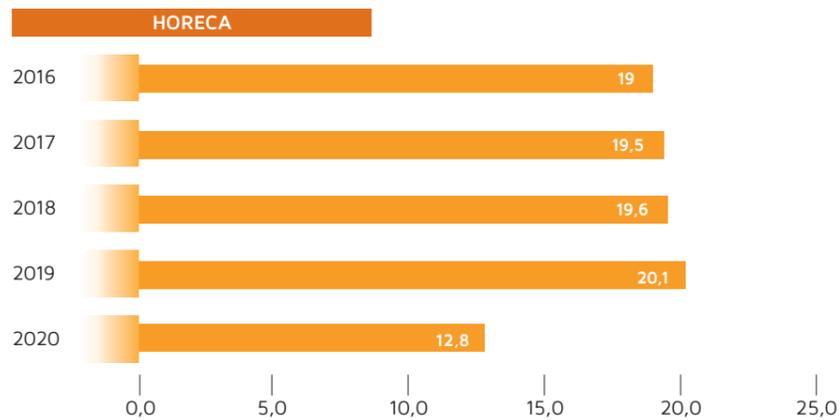
En cualquier caso, el incremento de las ventas al canal de alimentación del 15%, hasta los 20,4 millones no ha compensado todo lo que se ha perdido por los cierres y restricciones en establecimientos hosteleros.

El descenso de consumo y ventas en hostelería tiene un impacto también en el tipo de envase en el que se comercializa la cerveza, pues es en este canal donde se utilizan los formatos reutilizables de botellas y barriles. Así, estos han supuesto en 2020 un 30% frente al 44,4% del año anterior.

Por tipo de material, el 45% de la cerveza se comercializó en lata (formato vendido fundamentalmente en alimentación), seguido de la botella, donde se envasó el 38% y del barril, representando un 17%.



VENTAS POR CANAL (millones de hectolitros)

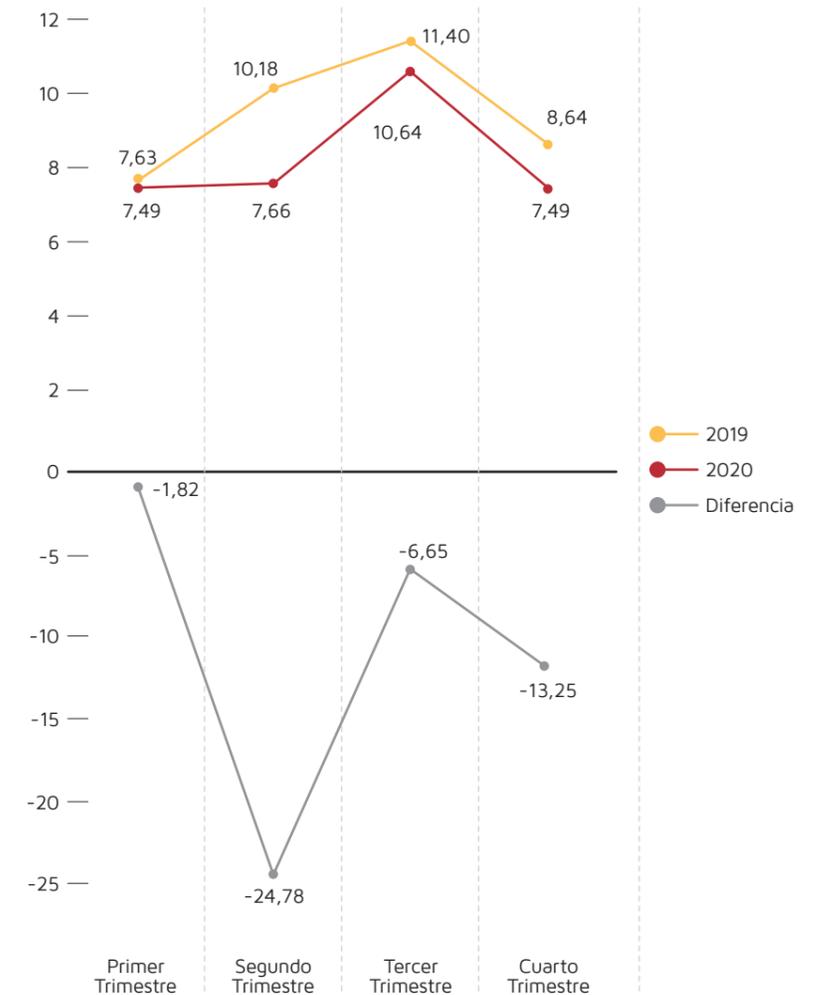


### Evolución de ventas globales en el año

En el caso del 2020 es preciso ahondar en la evolución mes a mes, que es paralela a las restricciones de movilidad y cierres de la hostelería. De este modo, tras un comienzo de año positivo, las ventas cayeron de forma muy acusada en los meses de marzo, abril y mayo. Tampoco las ventas en periodos en los que la pandemia no tuvo tanto impacto, como el verano, llegaron a índices del año anterior.

El impacto de la pandemia en el sector cervecero se notó especialmente en el segundo trimestre del año, cuando las ventas cayeron casi un 25% respecto al mismo periodo del año anterior, hasta los 7,6 millones de hectolitros. También el descenso fue considerable en el último trimestre del año, con una caída del 13%, debido fundamentalmente a las restricciones a la hostelería.

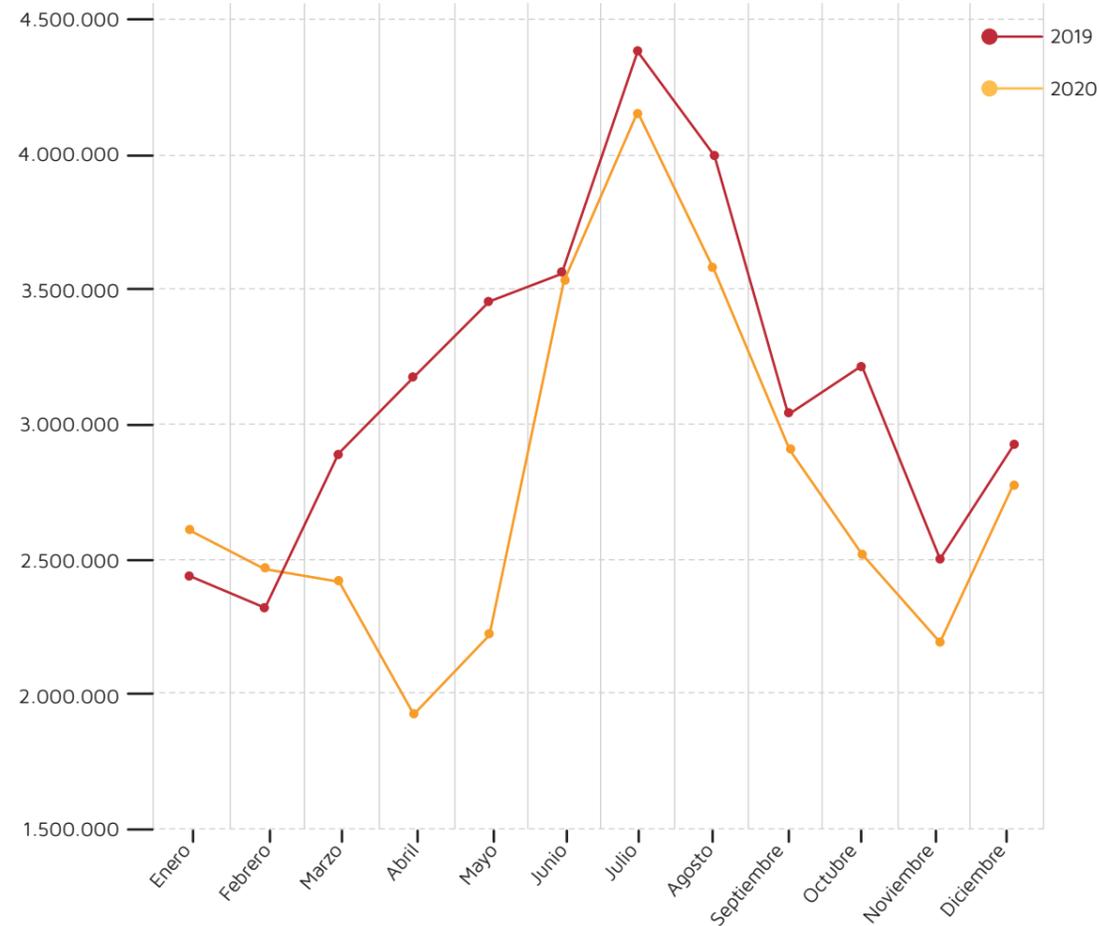
EVOLUCIÓN DE VENTAS POR TRIMESTRES (millones de hl)



## 02 | VENTAS DE CERVEZA

La evolución mensual de ventas de cerveza muestra caídas insólitas en los meses en los que habitualmente se incrementa el consumo, como es la primavera. Comparando los datos del 2020 con los del año anterior, también se encuentra una tendencia inversa en octubre, un mes en el que, tras la apertura del verano, se produjeron fuertes restricciones. Del mismo modo, si siempre noviembre es un mes menos favorable para consumo fuera del hogar y, por lo tanto, para la cerveza, también este mes registró unas ventas significativamente menores.

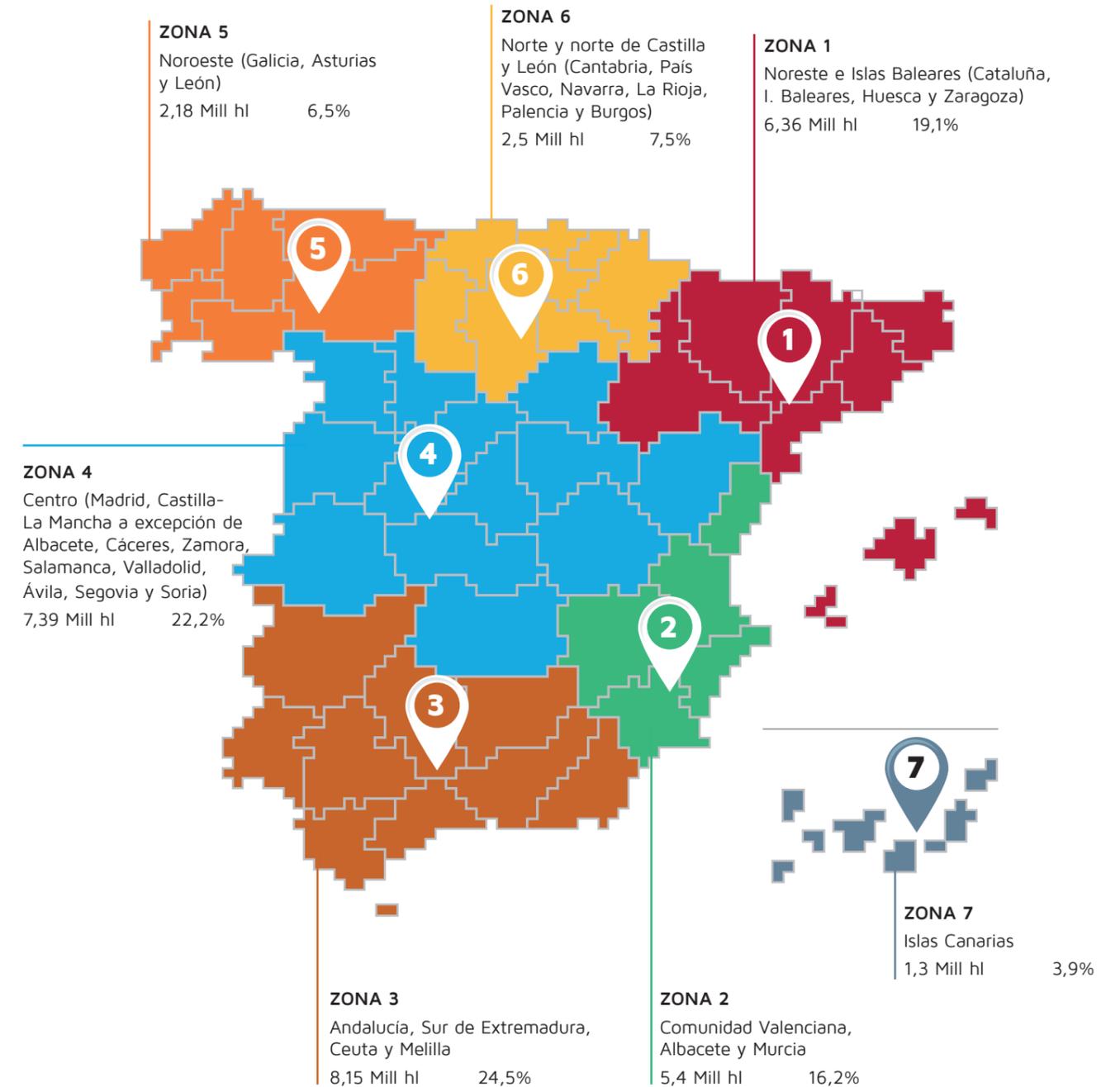
EVOLUCIÓN DE VENTAS POR MESES 2019-2020



### Ventas globales por zona geográfica

La comercialización de cerveza en 2020 cayó en todas las zonas geográficas españolas, si bien aquellas con más dependencia del turismo extranjero, como la zona noreste y los archipiélagos balear y canario, registraron mayores descensos respecto al volumen comercializado el año anterior.

La zona sur sigue siendo, en cualquier caso, la que registró en 2020 el mayor volumen de venta de cerveza a nivel nacional, con 8,1 millones de hectolitros, que representan el 24,5% del volumen total comercializado España. En segundo lugar, se encuentra la zona centro, donde se comercializaron 7,4 millones de hectolitros de cerveza (22,2%).





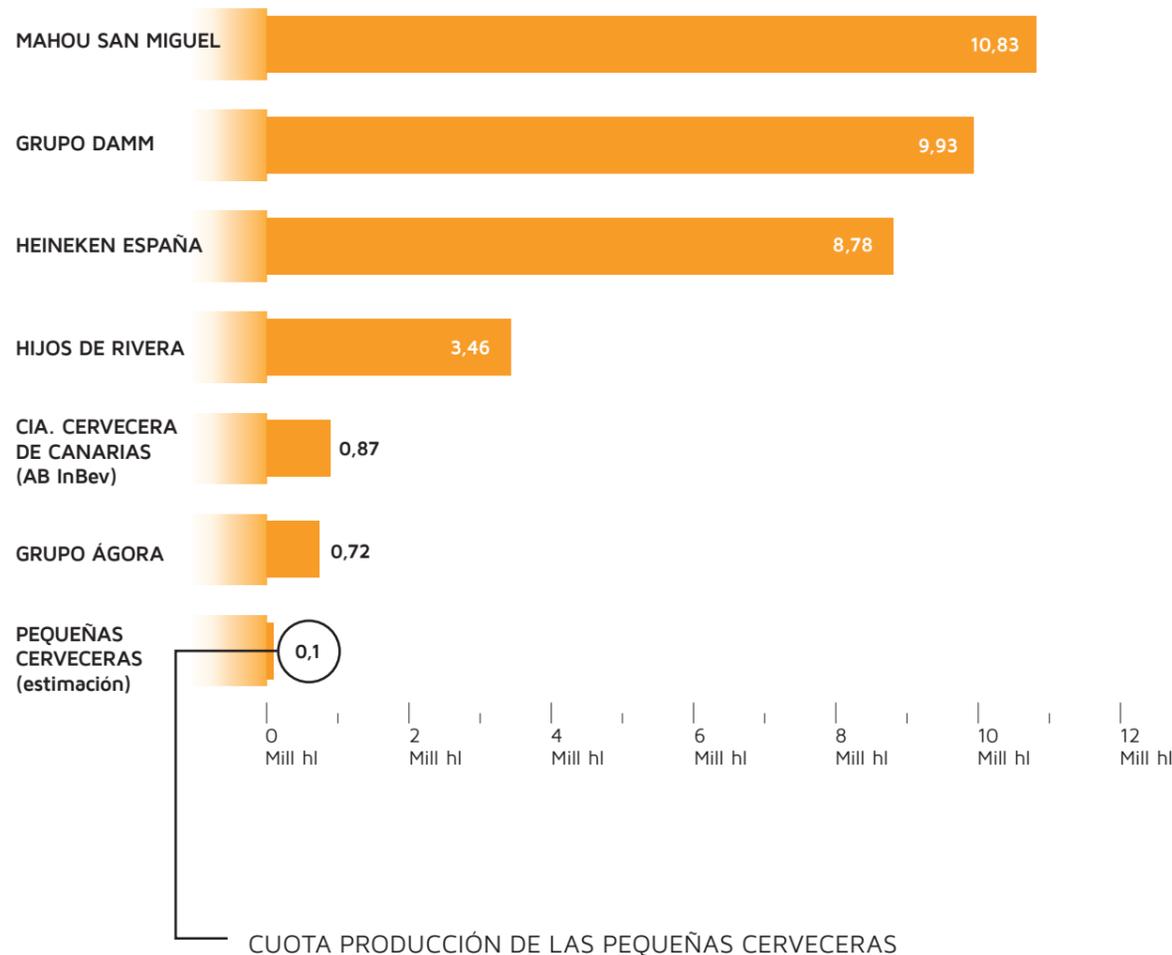
# 03

## PRODUCCIÓN DEL SECTOR ESPAÑOL



La producción de cerveza en España se vio igualmente muy afectada en 2020: las cerveceras produjeron un 12% menos de cerveza, quedándose en 34,7 millones de hectolitros.

PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN ESPAÑA 2020 (millones de hectolitros)



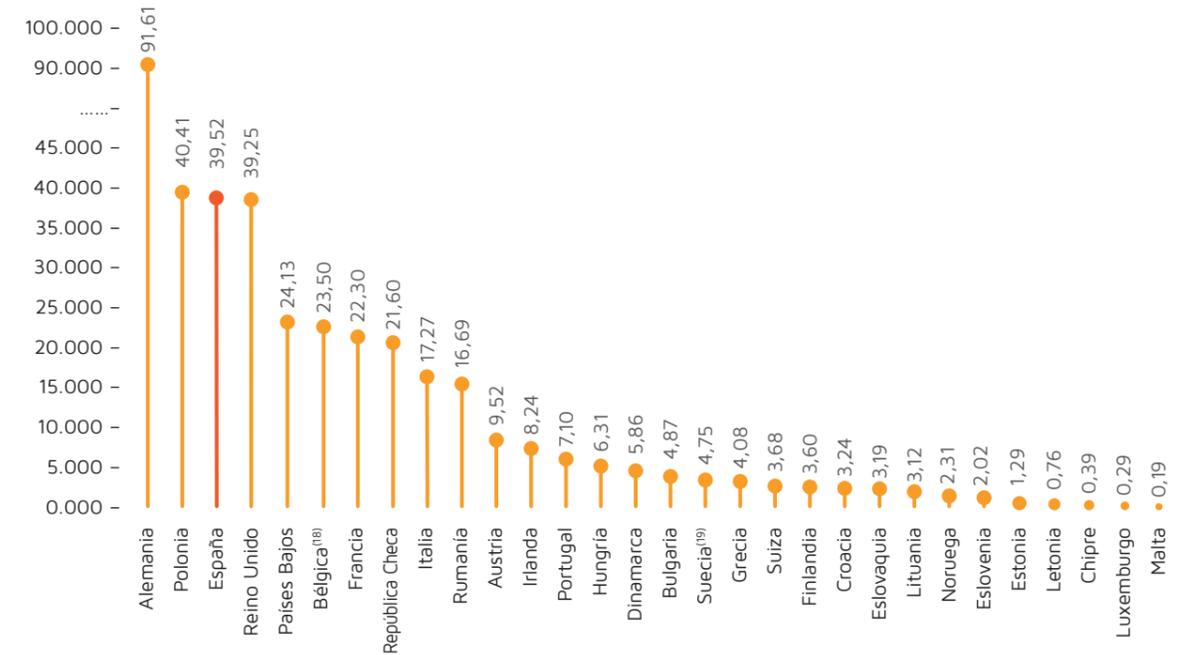
CUOTA PRODUCCIÓN DE LAS PEQUEÑAS CERVECERAS



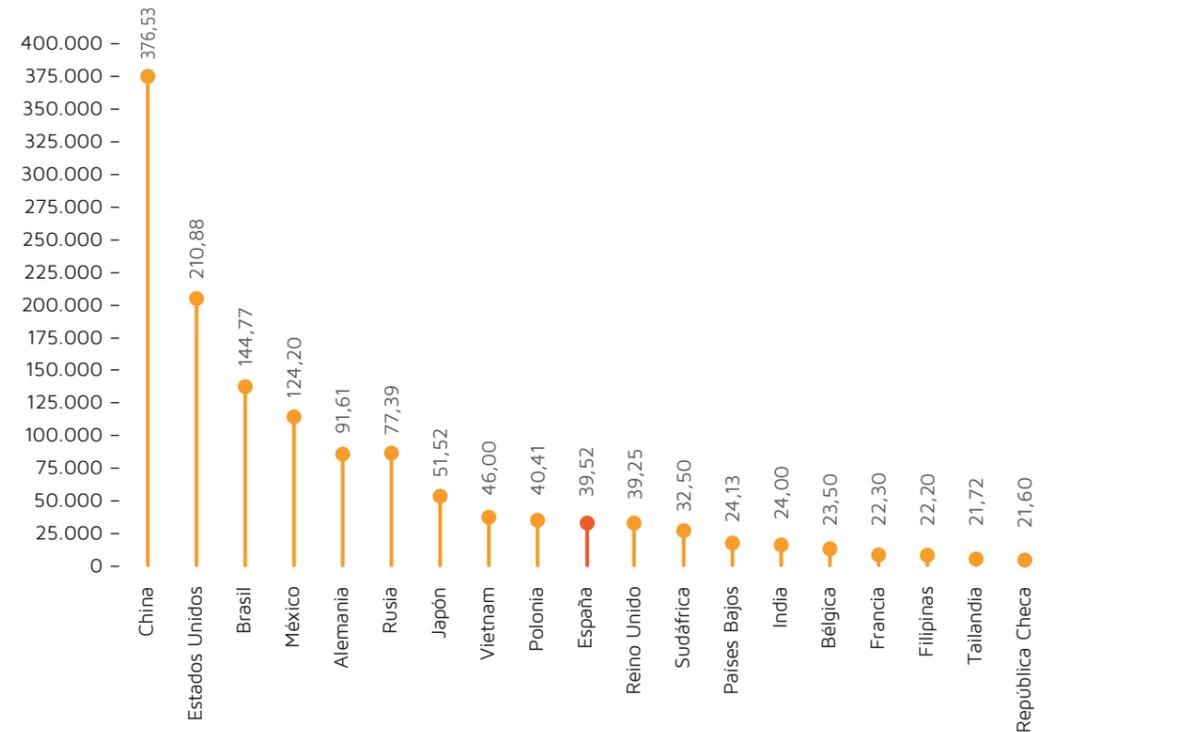
A nivel europeo, según los últimos datos disponibles, España ocupó en 2019 el tercer puesto en cuanto a producción de cerveza, tras elaborar 39,5 millones de hectolitros, solo por detrás de Alemania y Polonia<sup>16</sup>. A nivel mundial, España es el décimo productor de cerveza<sup>16</sup>.

<sup>(16)</sup> Statistics Report. 2020 edition. The Brewers of Europe (datos de 2019)

PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN EUROPA (millones de hl)<sup>(17)</sup>



PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN EL MUNDO (millones de hl)<sup>(20)</sup>



<sup>(17)</sup> Statistics Report. 2020 edition. The Brewers of Europe (datos de 2019)

<sup>(18)</sup> No existen datos disponibles de Bélgica en el Statistics Report. 2020 edition de The Brewers of Europe. Cifras tomadas de The Barth Report 2019-2020

<sup>(19)</sup> No existen datos disponibles de Suecia en el Statistics Report. 2020 edition de The Brewers of Europe. Cifras tomadas de The Barth Report 2019-2020

<sup>(20)</sup> Elaboración propia a partir de datos de Barth-Haas Group y The Brewers of Europe (datos de 2019)

### Capilaridad del sector productor de cerveza en todo el país

El sector cervecero se ha consolidado a lo largo de las últimas décadas como un referente agroalimentario en nuestro país. Los buenos datos del sector, hasta la llegada del COVID-19, han ido acompañados de más centros de elaboración, tendencia que se ha visto interrumpida en la actualidad. En 2020, el número total de cerveceras inscritas en España fue de 503, 16 menos que un año antes. La comunidad autónoma donde más cerveceras hay es Cataluña, con 113, seguida de Andalucía, con 74, y Castilla y León, con 45.

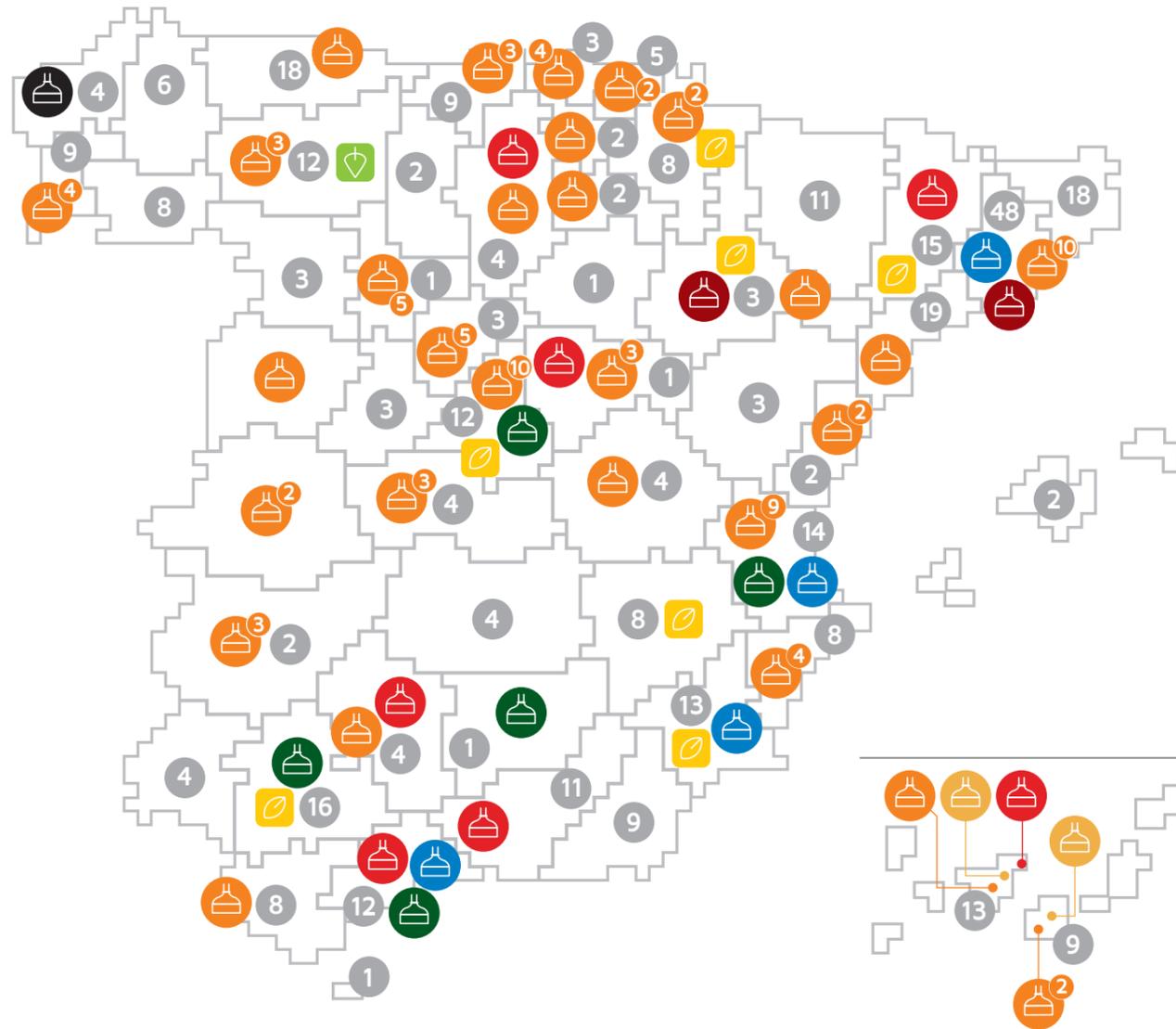
La irrupción de la pandemia ha supuesto un cambio de tendencia en el sector, afectando enormemente a los productores de cerveza y en especial a las cerveceras de menor tamaño, que tienen una dependencia mayor de la hostelería local y en muchos casos no tienen acceso significativo a otros canales de venta, como puede ser el de la exportación o incluso de las cadenas de alimentación.

El cierre de la hostelería se ha traducido para una parte importante de las cerveceras en una caída de la producción a niveles inasumibles, que se han visto abocadas a la paralización total de las operaciones. De este modo, la crisis derivada del COVID-19 (crisis de demanda) y el cierre de la hostelería (crisis de oferta) habría provocado en el segmento craft español un descenso de la producción del 40,7% y el cierre del 12% de las compañías, unas cifras preocupantes que ponen en riesgo un sector clave para nuestra economía.

Tras la modificación del Real Decreto-ley 5/21 de medidas extraordinarias de apoyo a la solvencia empresarial en respuesta a la pandemia del COVID-19, Cerveceros de España junto con el resto de las asociaciones autonómicas, han pedido a las comunidades autónomas que incluyan la producción de cerveza como actividad subvencionable, algo que ya se ha visto materializado en algunas de ellas a cierre de este informe. La supervivencia de muchos productores de cerveza, especialmente los pequeños, depende de las ayudas directas.



MAPA DE CENTROS PRODUCTIVOS POR PROVINCIA



<b>MAHOU SANMIGUEL</b>	<b>Damm</b>	<b>HEIKEN</b>		<b>COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS, S.A.</b>	<b>GRUPO AGORA</b>	<b>Nuevas cerveceras asociadas</b> <small>Nuevas cerveceras asociadas directamente o a través de AECAI</small>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Burgos</li> <li>• Córdoba</li> <li>• Granada</li> <li>• Guadalajara</li> <li>• Lleida</li> <li>• Málaga</li> <li>• Santa Cruz de Tenerife</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barcelona</li> <li>• Málaga</li> <li>• Murcia</li> <li>• Valencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jaén</li> <li>• Madrid</li> <li>• Málaga</li> <li>• Sevilla</li> <li>• Valencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Coruña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las Palmas de Gran Canaria</li> <li>• Santa Cruz de Tenerife</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barcelona</li> <li>• Zaragoza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pequeñas cerveceras</li> </ul>
Malterías	Cultivo de lúpulo					

# 04

## COMERCIO EXTERIOR

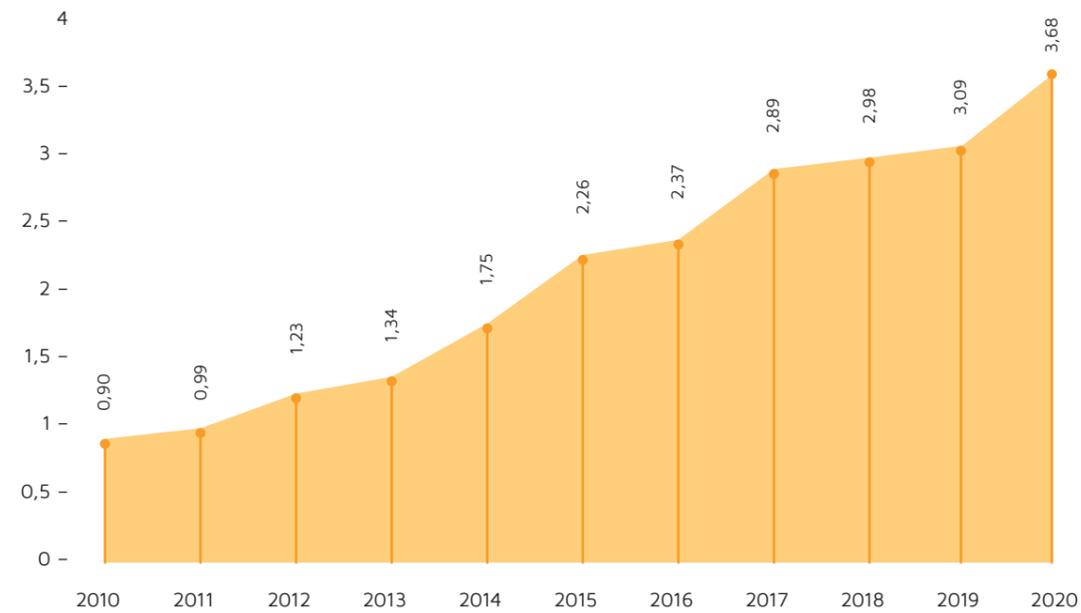


El dato positivo lo encontramos en las exportaciones de cerveza española, que en un año tan complicado y con la caída del consumo en nuestro país tan acusada, consiguió crecer un 19%, llegando a los 3,7 millones de hectolitros. Factores como la popularidad y la calidad, convierten a las cervezas españolas en un producto muy deseado fuera de España. Por ello, las exportaciones de cerveza han crecido más de un 300% en los últimos diez años, lo que demuestra la relevancia y acogida de nuestras cervezas como ejemplo de producto gastronómico y por el efecto de los turistas que nos visitan, que buscan el producto en sus lugares de origen.

Portugal se consolidó en 2020 como principal destino de la cerveza española y el volumen exportado a este país creció un 42,5% con respecto al año pasado. Reino Unido, país con gran tradición cervecera que en 2019 se situaba en tercer lugar, se colocó en 2020 como segundo mercado tras superar a China. En cuarto lugar, se mantiene Guinea Ecuatorial.

Las importaciones también crecieron un 9,5% en 2020, hasta los 5,3 millones de hectolitros, lo que supone el mayor incremento desde 2015. Los principales países de los que importamos fueron Bélgica, Portugal y Francia.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CERVEZA 2010-2020 (millones de hl.)



# 05

## APORTACIÓN DE LA CERVEZA A LA ECONOMÍA NACIONAL





A pesar de que el sector cervecero se caracteriza por ser uno de los más dinámicos en España y referente en el panorama agroalimentario, no ha podido evitar el impacto de los cierres y la crisis. 2020 ha supuesto un punto de inflexión en la tendencia al alza del sector, íntimamente relacionado con la hostelería y el turismo y fuertemente impactados por los efectos de la pandemia. Esto se refleja en varios índices de medición, como el valor añadido aportado por el sector cervecero en 2020 versus 2019, donde se produce un descenso del 28%, pasando de los 8.500 millones de euros registrados en 2019 a los 6.100 de 2020<sup>21</sup>.

Por ello es importante posibilitar la senda de recuperación de un sector y una bebida que, en un marco favorable, muestra capacidad de generar relevantes ingresos para el Estado. La cerveza es la bebida con contenido alcohólico con mayor recaudación de impuestos y generación de empleo.

### El empleo generado por el sector, también afectado

Según los últimos datos disponibles a nivel europeo anteriores a la pandemia, España se situaba como tercer país generador de empleo, junto a Alemania y Reino Unido<sup>22</sup>. La cerveza generaba casi 9.500 empleos directos y contribuía a la creación de más de 420.000 puestos de trabajo indirectos, casi el 90% en hostelería, uno de los principales motores de empleabilidad en España. En 2020 a pesar del impacto de las crisis, las compañías del sector han realizado un importante esfuerzo por evitar los ERTES y mantener así sus tasas de empleo previas a la pandemia.

Según los últimos datos disponibles a cierre de este informe, el sector cervecero mantiene uno de los mayores ratios de gasto por empleado dentro de la industria alimentaria y registra las mejores tasas de productividad y valor añadido de toda la industria de alimentación y bebidas<sup>23</sup>.

### Aportación a los ingresos del Estado

La recaudación a través de impuestos que la cerveza genera para el Estado se estimó en 6.000 millones de euros en 2019, situándose como el tercer país europeo que más recauda a través del impuesto del IVA, por detrás del Reino Unido y Alemania, con un número de habitantes muy superior al de España<sup>24</sup>.

En 2020, la cantidad se redujo a los 4.000 millones de euros, registrando un descenso del 33%. No es de extrañar si consideramos que la mayor parte de los ingresos proceden del consumo en hostelería, un 88% en 2019 y 80% de 2020, ya sea a través de las cotizaciones a la Seguridad Social e IRPF derivadas del empleo, impuestos sobre sociedades de las empresas del sector o por el IVA de la cerveza consumida<sup>24</sup>. En concepto de impuestos especiales a la cerveza, en 2020 se devengaron 315 millones de euros<sup>25</sup>.

### Reactivación del crecimiento del sector cervecero, de la mano de la hostelería y el turismo

La hostelería y el turismo, dos de los sectores clave de la economía española han sufrido un importante impacto negativo en 2020 desde que comenzó la pandemia. El sector cervecero, al estar íntimamente relacionado con ellos también se ha visto resentido. Tanto es así que el 68% del consumo de cerveza en 2019 se producía fuera del hogar y que la mayor parte de los visitantes extranjeros mayores de 18 años consumía cerveza durante sus vacaciones en España<sup>26</sup>. Las restricciones y cierres han limitado en gran medida este consumo, como se ha indicado al inicio de este informe.

Las compañías cerveceras se han visto muy afectadas, y las pequeñas en mayor medida, ya que dependen más de la hostelería local para comercializar sus productos y disponen de un menor acceso a otros canales de venta.

En este contexto, es especialmente necesario recuperar una hostelería y oferta turística competitiva siempre garantizando la seguridad sanitaria. La evolución del proceso de vacunación tanto en España como en otros países emisores de turismo, así como las medidas sanitarias adoptadas por ambos sectores, deben contribuir en gran medida a la recuperación económica.

Sin embargo, también son fundamentales las ayudas directas por parte del Estado y otras medidas como por ejemplo no añadir una mayor presión fiscal u otras similares que puedan mermar la recuperación.

Un aumento de impuestos que gravan al consumo en hostelería, como el IVA o el impuesto especial sobre la cerveza, disminuiría el consumo en este canal, que es valor añadido para la economía y reduciría la capacidad recaudatoria del Estado. De hecho, históricamente en aquellas bebidas en las que no se han incrementado los impuestos, la recaudación ha sido mayor. En 2019 se observó un crecimiento de los ingresos tributarios por el impuesto especial a la cerveza del 4%<sup>25</sup>.



<sup>(24)</sup> Datos para España 'Economic report to assess the impact of Covid-19 on the brewing sector in Europe in 2020' Europe Economics, 2021

<sup>(25)</sup> Agencia Tributaria

<sup>(26)</sup> "Consumo de bebidas con contenido alcohólico por los turistas en hostelería". Análisis e Investigación 2016

<sup>(21)</sup> Datos para España 'Economic report to assess the impact of Covid-19 on the brewing sector in Europe in 2020' Europe Economics, 2021

<sup>(22)</sup> 'The Contribution made by beer to the European Economy' Europe Economics' 2020 (datos 2019)

<sup>(23)</sup> Encuesta estructural de empresas. INE. Último dato disponible 2018



## Propuestas para un turismo competitivo de Competur

### Aumentar el crecimiento económico a través de la inversión

Mantener el tipo de IVA reducido en la hostelería y el statu quo de los impuestos que gravan el consumo de los productos que mayor peso tienen en la misma, para incentivar la actividad empresarial y el emprendimiento y mantener un marco regulatorio que aporte certidumbre a los inversores y permita la expansión de nuevos modelos de turismo sostenible.

### Incrementar la notoriedad y el número de eventos culturales y deportivos celebrados en España

Los eventos deportivos y culturales son atractivos que incrementan los flujos turísticos entre países, generando un impacto económico indirecto muy relevante. Por ello, nuestro país debe seguir apostando por un marco que, dentro de la responsabilidad y el cumplimiento con la legislación vigente en materia de publicidad y servicios audiovisuales, fomente la publicidad y patrocinio de eventos deportivos y culturales.

### Mantener España entre los destinos turísticos más seguros

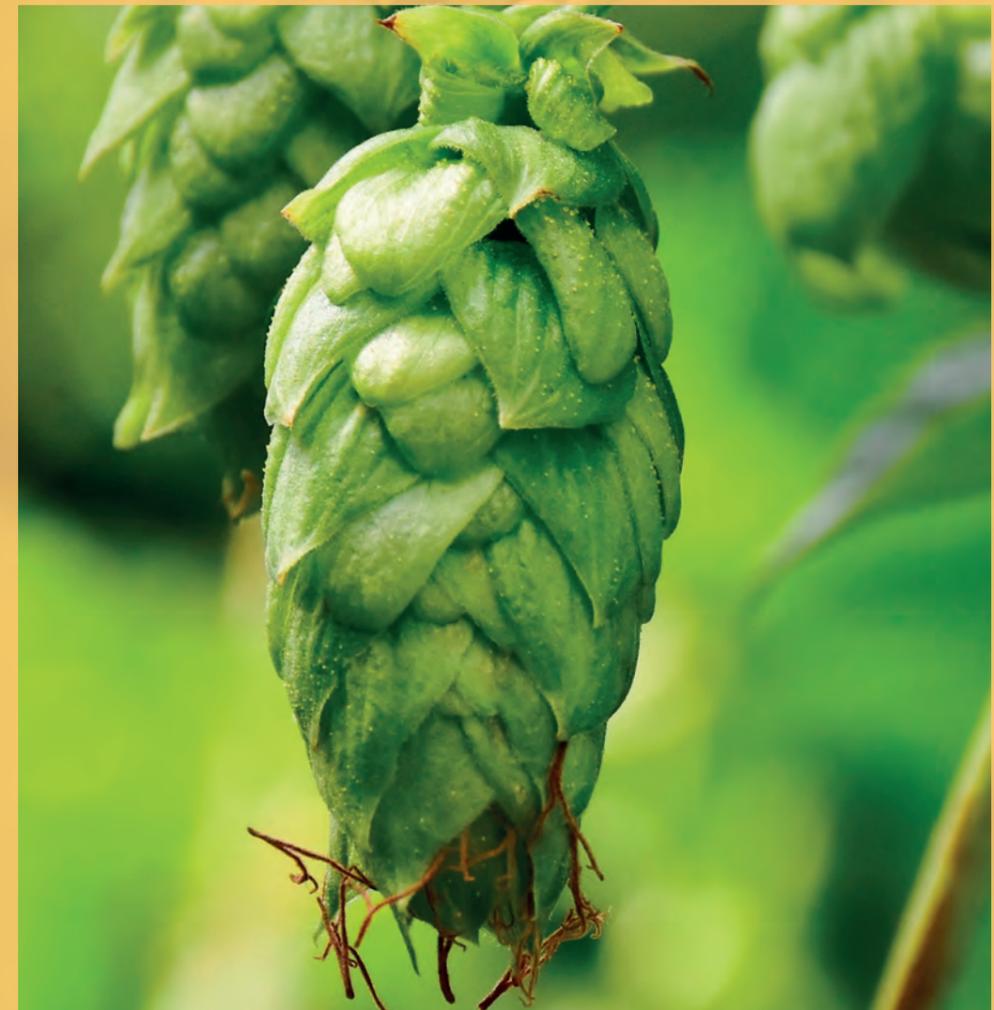
COMPETUR está a disposición de las autoridades locales para cooperar en la generación de entornos urbanos que integren una oferta de ocio y turismo de calidad, asegurar estilos de vida saludables para los ciudadanos y un correcto uso del espacio público como lugar de socialización frente a otros usos intrusivos e ilegales.

### Diferenciar nuestra marca país en todo el mundo

Poner en marcha campañas de promoción de la oferta hostelera (binomio tapa-cerveza), promover un sello distintivo y considerar las "tapas españolas" como bien cultural inmaterial.

# 06

## APUESTA POR LA MATERIA PRIMA NACIONAL



La cerveza es una bebida de origen natural cuya producción se basa en tres ingredientes fundamentales: agua, cereal, principalmente la cebada, y lúpulo. El proceso de elaboración comienza con su cultivo, de ahí la fuerte vinculación del sector cervecero con el agrícola y, especialmente, con el campo español, de donde procede un alto porcentaje de la materia prima con que se produce la cerveza en nuestro país, lo que hasta antes de la pandemia venía generando unos 6.000 empleos directos en el sector agrario.

### El lúpulo, el sabor característico de la cerveza

Si hay algo que define el sabor de la cerveza es su amargor y es el lúpulo el encargado de aportarle esta característica tan particular. También incorpora aromas complejos y la mayor parte de otros compuestos como los antioxidantes que proceden de la lupulina, un potente aceite esencial que está presente en la flor de la planta.

El cultivo de lúpulo en nuestro país se concentra fundamentalmente en la provincia de León, con un 90% aproximadamente del total, aunque también se dan plantaciones en La Rioja, Navarra, Galicia y Cataluña. España es el sexto país productor de la Unión Europea y el noveno a nivel mundial. La superficie cultivada en 2020 fue de más de 550 hectáreas<sup>27</sup>.

Según las estimaciones del sector, a partir de datos de la principal compañía del sector en España, en 2020 se cosecharon aproximadamente 900 toneladas de lúpulo en flor y prácticamente en su totalidad se destinaron a la elaboración de cerveza nacional. A pesar del impacto de un mes de junio con una bajada inusual de las temperaturas y fuertes vientos que hicieron que el ritmo de crecimiento de las plantas se detuviera de manera súbita, las buenas condiciones meteorológicas en julio con temperaturas elevadas, permitieron una floración normal y la formación de los conos. Sin embargo, la irregularidad de las condiciones en agosto, en el que se produce la maduración de las flores, provocó el incremento de la incidencia del oidio provocando el adelanto de la recolección con la consiguiente reducción en el rendimiento.

Dentro de su compromiso con el campo español, Cerveceros de España colabora con el Grupo Operativo Lúpulos de Calidad, creado

en 2018 para el fomento de la innovación y valorización del cultivo del lúpulo en nuestro país, en el que participan cultivadores, productores, comercializadores, universidades y centros públicos de investigación.

### Cebada malteada, color y aroma

El malteado de la cebada es el primer paso del proceso de elaboración de la cerveza y se realiza con el objetivo de potenciar la formación de enzimas que facilitan su fermentación, lo que aporta el gas y el bajo contenido alcohólico, manteniendo las características que le dan origen.

2,6 millones de hectáreas se destinaron en 2020 al cultivo de cebada. Del total de la producción de cebada cervecera en 2020, se utilizaron en torno a 600.000 toneladas para elaborar 446.000 toneladas de malta, alcanzando un valor de 171 millones de euros en 2020. Por su parte, el consumo de malta disminuyó de forma paralela a la producción, cerca de un 11%<sup>28</sup>.

### La Red de Ensayos: Impulso a la innovación

Desde hace más de 25 años, el sector cervecero colabora en la financiación de la innovación en el campo español a través de la Red de Ensayos, que trabaja por mejorar la calidad y el rendimiento de las variedades de cebada en España, que aporten un mayor valor en la producción de cerveza, y una mejor rentabilidad para los agricultores.

Se trata de una actividad que se desarrolla bajo el marco de la colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, centros públicos de investigación de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, la Comunidad de Madrid y Navarra.



# 07

## SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL



<sup>(27)</sup> The Barth Report 2019-2020. Barth Hass Group (Datos de 2019)

<sup>(28)</sup> Malteros de España

El sector cervecero está firmemente comprometido con la sostenibilidad medioambiental a lo largo de toda la cadena de valor, que abarca desde el propio proceso de elaboración de producto, a la distribución y el momento de su disfrute, sin olvidar el cultivo y recolección de las materias primas a partir de las que se elabora la cerveza: la cebada y el lúpulo.

Con el objetivo de contribuir en la lucha contra el cambio climático, la asociación se ha unido en los últimos años a diferentes iniciativas internacionales, como la Estrategia europea del clima; la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, con el Acuerdo de París; y la transición a una economía circular, a través de la implementación de medidas que promuevan el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

No obstante, el compromiso del sector cervecero por la sostenibilidad ambiental llega mucho más allá. Por ello, en 2019 el sector estableció una serie de compromisos para 2025 englobados en cuatro áreas clave: envases, energía, agua y huella de carbono.

La llegada de la pandemia del COVID-19 no ha interrumpido los esfuerzos del sector cervecero dirigidos a cumplir los objetivos marcados con horizonte 2025. De hecho, el sector está cada vez más cerca de algunos de ellos, como alcanzar un 80% de material de origen reciclado en la composición de envases de vidrio;

consumir un 100% de la electricidad de origen renovable en producción; seguir reduciendo el ratio de vertido de agua residual (hl agua consumida/hl cerveza producido) respecto a 2018; o lograr el residuo cero en la producción.

Si en algunas de las medidas propuestas no se ha podido lograr el impacto deseado, ha sido por el año tan atípico que ha sido el 2020. El menor consumo de cerveza y, por tanto, la adaptación de la producción, conllevó un ajuste y paradas en las plantas de elaboración que no permitieron optimizar la energía y otros recursos. Asimismo, el menor consumo en hostelería conllevó la menor utilización de envases reutilizables.

En cualquier caso, el avance en esta materia por parte del sector ha sido notable, como se muestra en el gráfico más adelante.

### Prevención de residuos de envases

El compromiso ambiental del sector en materia de envases persigue impulsar su circularidad en toda la cadena de valor promoviendo la reutilización, el reciclaje y la prevención del littering, y fomentando el ecodiseño de los envases y embalajes. En este ámbito, Cerveceros de España ha participado activamente en sesiones de trabajo con Ecovidrio para la definición del Plan Empresarial de Prevención 3.0 de residuos de envases 2020-2022.



### GRADO DE CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS MARCADOS PARA 2025



ENVASES



Alcanzar el 80% del volumen de cerveza comercializada en envase reutilizable en hostelería<sup>29</sup>.



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



Consumir un 100% de electricidad de origen renovable en producción.



Conseguir que un 10% de la energía térmica consumida en producción provenga de fuentes renovables.



Alcanzar el rango del 20% de menor consumo energético respecto a los valores del nuevo BREF europeo en producción (kWh / hl de cerveza producido)<sup>30</sup>.



ENERGÍA



AGUA



Reducción en un 10% en el ratio de consumo de agua por hl cerveza producido vs dato 2018<sup>30</sup>.



Seguir reduciendo el ratio de vertido de agua residual por hl cerveza producido vs dato 2018.



HUELLA DE CARBONO



Reducción en un 15% en el ratio de emisiones de gases de efecto invernadero (Alcances 1 y 2) (kg CO<sub>2</sub>/hl de cerveza producida) en los centros de producción vs dato 2018.



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



<sup>(29)</sup> Evolución interrumpida por cambio en hábitos de consumo ocasionados por la pandemia de COVID-19.

<sup>(30)</sup> Evolución interrumpida por paros en la producción, que conllevan una peor optimización de los recursos.



**08**

**SECTOR  
COMPROMETIDO  
CON LA SOCIEDAD**



Cerveceros de España, en su compromiso con la sociedad, siguió trabajando en diferentes ámbitos relacionados con el fomento de la vida activa o la promoción del consumo y la publicidad responsable; sin olvidarse tampoco del sector hostelero, con el que se volcó en especial durante los meses más duros del estado de alarma.

### Empezando por uno mismo y apelando a la responsabilidad ciudadana

Las cerveceras mantuvieron los compromisos por una comunicación responsable que se recogen en el Código de Autorregulación Publicitaria, pionero en España en el sector de alimentación y bebidas y asumido de forma voluntaria por las asociadas. El mismo recoge una serie de principios y normas éticas que garantizan unas comunicaciones comerciales de cerveza legales, honestas, verídicas y elaboradas con sentido de la responsabilidad social.

En 2020 la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España registró dos incidencias que se resolvieron satisfactoriamente al haber reconocido las empresas el error como involuntario que no se hubiera incluido la leyenda de consumo responsable. Esta actuación es una muestra del rigor con el que la Comisión de Seguimiento desempeñó sus funciones y obligaciones de recepción, estudio y tramitación de reclamaciones, así como de observación de la publicidad de cerveza.

Asimismo, Cerveceros de España tampoco se olvidó de su compromiso a la hora de evitar el consumo de bebidas con contenido alcohólico antes de la conducción. Aunque en 2020 los desplazamientos se redujeron considerablemente, la campaña "En la carreta, Cervecera SIN" se mantuvo activa en redes sociales para recordar, cuando la movilidad fue posible, la incompatibilidad del alcohol al volante.

### Fomento de la vida activa

Si bien la situación sanitaria no ha permitido a la población moverse e interactuar como antes, Cerveceros de España ha continuado promoviendo un estilo de vida activo, saludable y responsable a través de diferentes canales.

Aunque los aficionados al deporte no pudieron disfrutar durante algunos meses del ejercicio fuera del hogar, desde las plataformas sociales de Beer Runners, que animan a la población a salir a correr o a caminar en grupo, se siguió recordando la importancia del ejercicio físico y la actividad en el hogar o, cuando la movilidad fue posible, moverse pero siempre respetando las medidas sanitarias.

### Apoyo a la investigación

Cerveceros de España mantuvo activa su colaboración con la investigación y entidades académicas. Por un lado, con la Fundación Benéfico-Docente de la AETCyM, 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, apoyó las actividades del FICYE, el Foro para la Investigación de la Cerveza y Estilos de Vida, entidad cuyo objetivo es proporcionar información objetiva, contrastada y novedosa sobre el consumo de cerveza y los efectos de su consumo moderado en la salud. Para ello, está regido por un Comité Científico formado por profesionales procedentes del mundo académico, médico y nutricional, que avalan y supervisan toda la investigación que se lleva a cabo.

### Codo a codo con la hostelería

La crisis provocada por la pandemia del Covid-19 generó una situación sin precedentes que ha afectado a numerosos sectores de la economía española, entre ellos el sector cervecero, fuertemente ligado a la hostelería y al turismo. No obstante, y a pesar de su complicada situación dado que por primera vez tuvieron que detener la producción, las compañías cerveceras han estado acompañando a la hostelería en esta difícil situación a través de diferentes acciones.

Durante los meses más duros de la pandemia, durante el confinamiento, fueron diversas las campañas que se lanzaron para apoyar a estos negocios. Destacan la elaboración de distintos planes de acción de transformación de la hostelería, así como guías de actuación que algunas empresas pusieron a disposición de los hosteleros con todo tipo de recomendaciones, como medidas de higiene a información sobre tesorería o gestión del personal; e incluso plataformas online que se habilitaron para que el personal de hostelería pudiera seguir formándose a distancia durante las semanas de confinamiento.

Muchas cerveceras también compartieron con los negocios del canal lo obtenido con la venta directa a consumidor final y repusieron millones de litros de cerveza en barril para la apertura de los establecimientos. También pusieron a su disposición fórmulas para facilitar su solvencia como préstamos adicionales o aplazamiento de pagos, además de realizar revisiones técnicas de sus instalaciones.

Del mismo modo, las cerveceras se movilizaron a través de los canales que más cercanía permiten: las redes sociales. Así, las compañías también mostraron su compromiso con los bares y restaurantes a través de la creación plataformas y campañas no solo como forma

de ánimos durante los meses más duros de la pandemia, sino de apoyo para promover una vuelta segura a los establecimientos.

Como sector, Cerveceros de España se unió a proyectos a nivel tanto nacional como internacional. Por un lado, 'Juntos por la Hostelería', con el objetivo de trabajar conjuntamente al servicio de uno de los motores de la economía y el empleo de España y animar, en especial durante los meses más duros de la pandemia, a todas las personas y estamentos relacionados a impulsar medidas que la reforzaran. Por otro, la asociación se unió también a #Reconnect, la campaña lanzada por Cerveceros de Europa para apoyar al sector de la hostelería tras el impacto la crisis y el cierre de bares y restaurantes.

Una vez se comenzaron a levantar las restricciones y los españoles pudieron volver progresivamente a los bares y restaurantes, las compañías cerveceras llevaron a cabo varias iniciativas para inyectar 'cash' en los puntos de venta y acondicionar las terrazas. Asimismo, pusieron en marcha colaboraciones publicitarias y patrocinios para incentivar el tráfico y el consumo en un sector de actividad clave para el empleo del país.

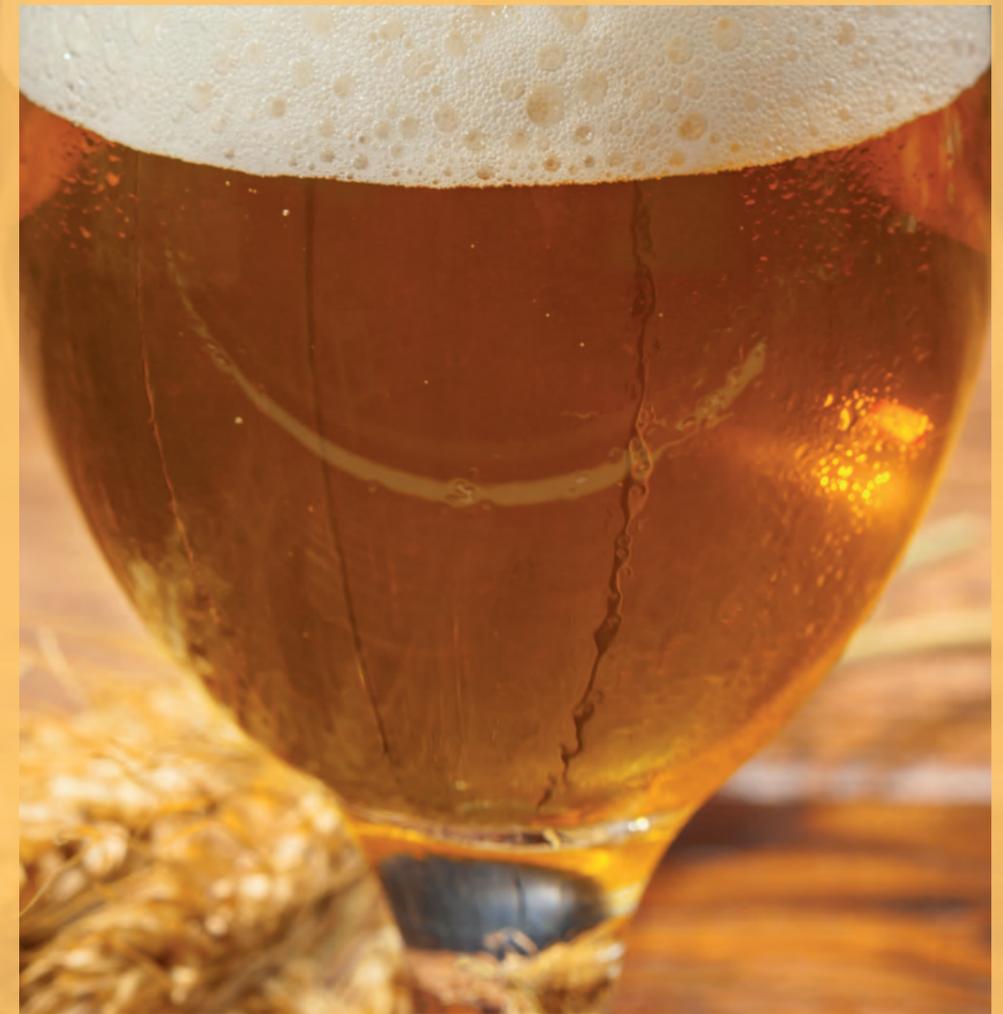
Mediante todas estas acciones, solo en 2020, el sector cervecero español invirtió más de 400 millones de euros para apoyar y ayudar a la hostelería, continuando en esta línea en el 2021.





**09**

**AL SERVICIO DE UN  
SECTOR UNIDO  
Y DIVERSO**



Desde que se creara en 1922, la misión de Cerveceros de España, como representante de los productores de cerveza, ha sido la de poner en valor este sector, defender sus intereses, velar por la elaboración de la cerveza en las mejores condiciones y actuar con responsabilidad ante el conjunto de la sociedad.

Y en ese camino, Cerveceros de España trabaja para apoyar a todos sus asociados, como sector unido y diverso, poniendo a su disposición una serie de servicios con los que pueden impulsar sus oportunidades de negocio y aumentar su competitividad. En un año tan excepcional como el 2020, la colaboración con los asociados cobró un significado aún más relevante, reforzándose buena parte de los servicios. Un buen ejemplo de ello fue cómo el sector de forma unida trabajó por acceder a los Fondos Next Generation.

### Representación institucional

Cerveceros de España mantuvo la colaboración habitual con instituciones y agentes sociales, representando ante ellos al sector cervecero y poniendo en valor el papel del mismo en la economía española. Para llevar a cabo esta labor de representación y colaboración, se trabajó muy estrechamente con todas las cerveceras asociadas para valorar las propuestas e inquietudes y así darles voz ante los organismos oficiales pertinentes y otras entidades de interés.

### Asesoría, normativa y legislación

La asociación dispone de un área de consulta y apoyo en la que sus asociados pueden acceder a información oficial y conocer las novedades en legislación comercial, publicitaria o de otro tipo. Además, también pueden recibir asesoramiento legal sobre productos y servicios del sector cervecero, como cuestiones relacionadas con el proceso de elaboración y comercialización de la cerveza, incluyendo normas de calidad, requerimientos sanitarios o de higiene. Este servicio resultó de especial utilidad ante la situación generada por el Covid-19, facilitando información sobre normativas y ayudas.

### Internacionalización

A través del Grupo de Internacionalización se promociona el sector en mercados internacionales y se difunde la cultura cervecera tal y como la entendemos en nuestro país. Asimismo, en colaboración con instituciones públicas y privadas, la asociación ofrece asesoramiento especializado a las cerveceras para ayudarles a impulsar su presencia exterior y el acceso a nuevos mercados. La comercialización fuera de nuestras fronteras cobró especial relevancia cuando en España las cerveceras se enfrentaron a un mercado muy limitado en 2020.

### Fiscalidad

Cerveceros de España trabaja como punto de unión entre las instituciones públicas y privadas y sus asociados para aportar propuestas que, considerando la implicación de la carga tributaria en ámbitos como la hostelería o el turismo, cree valor para el conjunto de la sociedad. Así, todos los asociados pueden participar en grupos de trabajo específicamente creados para abordar la fiscalidad y la simplificación de los impuestos especiales, algo que cobró mucha más importancia con la implantación del sistema SILICIE.

### Información del sector

Los asociados a Cerveceros de España tienen acceso a datos e informes sobre el sector cervecero para conocer las últimas tendencias del entorno cervecero nacional e internacional. De esta forma, los asociados cuentan con una fuente de información actualizada para, en un contexto de sana competencia, ofrecer al consumidor un producto de calidad, adaptado a sus gustos y demandas, ya sea a través de sesiones de trabajo como de documentación.

### Sostenibilidad medioambiental

Cerveceros de España también es un aliado para las políticas de actuación sostenibles y

responsables con el medioambiente. Para asesorar y acompañar en el cumplimiento de estos objetivos, la asociación cuenta además con un grupo de trabajo específico para realizar el seguimiento de los indicadores relacionados con los distintos compromisos ambientales.

### Formación

Cerveceros de España desarrolla actividades formativas a medida, tanto presenciales como online, como sucedió especialmente durante el 2020. Más allá de los diferentes ámbitos mencionados, las sesiones sobre elaboración, son impartidas por la Escuela Superior de Cerveza y Malta.

### Acceso a fondos públicos

Conscientes de la importancia que los fondos públicos pueden suponer para nuestras empresas asociadas, hemos creado mecanismos para informar de todas las convocatorias que pueden ser de su interés a todos los niveles de la administración. Además, con especial motivo de los Fondos Next Generation hemos agrupado a toda la cadena de valor del sector cervecero, desde el campo hasta la distribución a hostelería, para renovar las flotas de las compañías, entre otros proyectos, con criterios de sostenibilidad e innovación.



# 10

## NUESTRAS MARCAS



**m MAHOU  
SANMIGUEL**

MAHOU SAN MIGUEL





GRUPO AGORA  
AGORA

HIJOS DE RIVERA



COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS



GRUPO AGORA



NUEVAS CERVECERAS





ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CERVECEROS  
ARTESANOS INDEPENDIENTES





Cerveceros  
de España

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