

INFORME SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR DE LA CERVEZA EN ESPAÑA 2023



Publicación conjunta de



Con la colaboración de



#LaCervezaYsusRaíces



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

 www.cerveceros.org

 [@CervecerosES](https://twitter.com/CervecerosES)

 [Cerveceros de España](https://www.linkedin.com/company/cerveceros-de-espana)

 [@cervecerosES](https://www.instagram.com/cervecerosES)



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: 003230533

Depósito Legal: M-14640-2024

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.



Contenidos



Quiénes somos	04
Cerveceros de España	
Mensaje del Director General	06
de Cerveceros de España	
La cerveza,	08
una bebida natural y mediterránea	
01 Consumo de cerveza	10
02 Ventas de cerveza	14
03 Producción del sector español	20
04 Comercio Exterior	28
05 Aportación de la cerveza a la economía del país	30
06 Contribución del sector cervecero a la España Vaciada	30
07 Apuesta por la materia prima nacional	34
08 Sostenibilidad medioambiental	36
09 Responsabilidad social del sector	40
10 Al servicio de un sector unido y diverso	44
11 Nuestras marcas	52

Quiénes somos: Cerveceros de España

Cerveceros de España es la entidad que representa en nuestro país a la práctica totalidad de producción de cerveza. Hace 102 años, un grupo de empresas cerveceras decidieron asociarse para impulsar el desarrollo de un sector que actualmente es uno de los motores de la economía española. Desde entonces, la entidad se ha convertido en el firme reflejo de un sector unido y diverso, que defendiendo los intereses de todo tipo de empresas que la conforman, colabora con entidades públicas y privadas para defender también los intereses de la sociedad española.

Cerveceros de España, posiblemente la asociación empresarial más longeva del sector agroalimentario nacional, fue fundada por las compañías cerveceras que producen las principales marcas que se consumen en el país: Mahou San Miguel, Damm, Heineken España, Hijos de Rivera, Compañía Cerveceras de Canarias y Grupo Ágora, a las que se han ido sumando otras cerveceras distribuidas por todo el territorio español: Agüita!, Althaiá, Almogàver, Antiga, Arriaca, Barcelona Beer Company, Basqueland, B&B, Bidassoa Basque Brewery, Boga, Caleyá, EL Camino, La Caníbal, Casasola, Catedral, Cerex, La Cibeles, Dougall's, Cerveza Espiga, La FEM, Garage Beer co., Gran Vía, Lluña, Maltman Brewing, Cervezas Mond, Montseny, Morlaco Beer, Nao Lanzarote, Naparbier, Octavo Arte, Península,

La Pirata Brewing, Rockerbeer, La Rosita, La Sagra, San Frutos, La Salve, Scone Craft Beer, Soma, Sura, Tyrís, Villa de Madrid, Yria y Zeta, así como AECAI (Asociación Española de Cerveceros Artesanos e Independientes).

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 fue socio fundador de Ecovidrio, entidad que ha presidido. Esta asociación 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.

Cerveceros de España también es accionista de PARECO (Sociedad de Participación Ecológica) y, a través de ella, participa en el consejo de administración y comisiones técnicas de Ecoembes.

Junto con Hostelería de España y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), forma parte de Competur, alianza por un turismo competitivo.

NUESTROS ASOCIADOS



Asociación de la que forman parte:



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



“ La cerveza es símbolo de nuestra cultura mediterránea, de la alegría de compartir y de disfrutar de la vida con quien más nos importa.

Proteger nuestra cultura mediterránea

El 2023 ha sido un año marcado por la incertidumbre y los desafíos para el sector cervecero español. La recuperación experimentada en 2022 se ha visto frenada por la inflación y un menor nivel de gasto de las familias. Esto ha impactado de forma directa en el consumo de cerveza: por primera vez desde 2019, se ha registrado una caída en el consumo de los residentes que se ha visto compensada por el aumento en la llegada de turistas. Son éstos últimos los que mejoran los datos, especialmente en la hostelería.

Por su parte, hemos observado una reducción del consumo de cerveza en los más jóvenes, que mantienen las pautas de consumo mediterráneo primando un hábito de consumo moderado. Además, la cerveza sin alcohol se consolida como una alternativa popular, lo que nos indica que los consumidores buscan opciones que se adapten a sus estilos de vida y a sus decisiones de consumo, también entre los jóvenes mayores de edad.

En 2023, España se mantiene como el segundo productor de cerveza de la Unión Europea, solo por detrás de Alemania y habiendo superado incluso al Reino Unido. Nuestras cerveceras, con su constante innovación y su apuesta por la calidad, han seguido conquistando mercados internacionales, manteniendo las exportaciones a niveles históricos. Este éxito es un reflejo del dinamismo y la competitividad del sector a nivel global. No obstante, el segmento craft sigue atravesando una situación compleja, con un descenso en el número de cerveceras y en el volumen elaborado por las de menor tamaño.

La sostenibilidad es una responsabilidad que asumimos día a día. Las empresas cerveceras están trabajando para reducir

al máximo su huella ambiental a través de la innovación y la colaboración. Se han superado ya nuestros objetivos en materia de envases, energía, agua y reducción de la huella de carbono, y se sigue avanzando para alcanzar el residuo cero en la producción.

El sector cervecero español promueve el consumo responsable, la seguridad vial, la vida activa, la publicidad responsable y la investigación. Y esto lo llevamos a todos y cada uno de los puntos de nuestra geografía. También en la España rural, donde el papel de la cerveza y la hostelería es fundamental para la fijación de población y la atracción de turistas.

En definitiva, la cerveza es más que una bebida. Es un alimento símbolo de nuestra cultura mediterránea, de la alegría de compartir y de disfrutar la vida con quien más nos importa: familia y amigos. Es el corazón de la hostelería, un sector que nos une y nos hace vibrar. En 2024, ambos sectores seguiremos trabajando conjuntamente para generar empleo, impulsar el turismo y, sobre todo, regalar momentos inolvidables junto a nuestros seres queridos, siempre con algo de comer acompañando a nuestra apreciada caña.



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 Unesco¹. La Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC²) la reconoce como parte de su Pirámide de la Alimentación Saludable, siempre que su consumo sea opcional y moderado en adultos sanos.

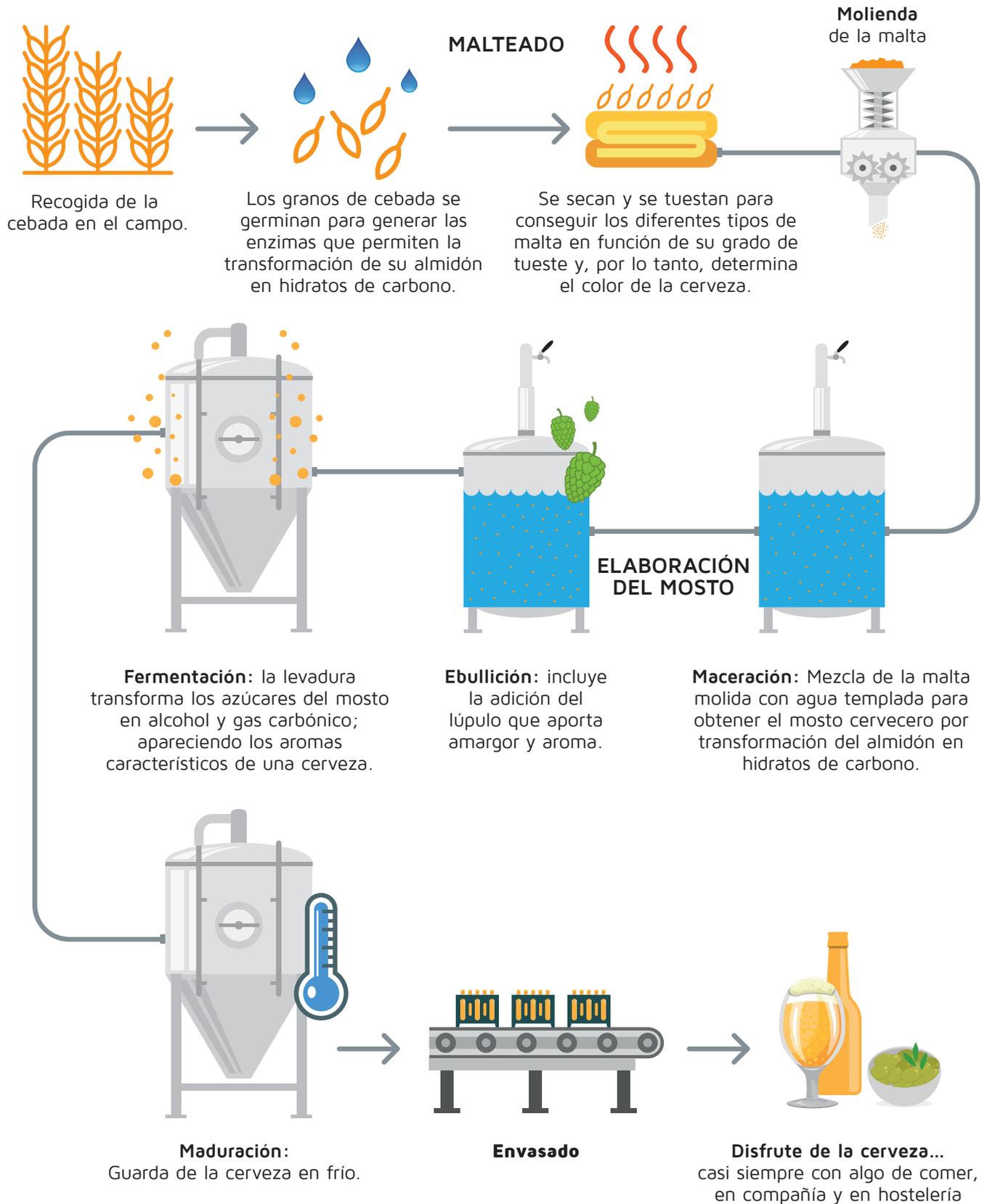
Del mismo modo que el consumo de cerveza moderado y responsable por parte de adultos sanos es perfectamente compatible con una dieta sana y equilibrada, e incluso podría aportar beneficios, tal y como reconoce numerosa literatura científica, se advierte de los riesgos para la salud del consumo inadecuado de bebidas con contenido alcohólico, también de cerveza³.

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

⁽²⁾ 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.

⁽³⁾ 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



Tras un 2022 que ya definimos como el año de la recuperación para la ciudadanía y muchos sectores por el impacto de la pandemia, en 2023 se han registrado datos no tan positivos que pueden venir motivados por el aumento en el ahorro⁴ de las familias y por la inflación⁵ más que por un cambio en los hábitos de consumo, ya que las pautas mediterráneas se consolidan.

Así, el consumo total en España ha aumentado un 2,84% respecto a 2022. Sin embargo, si sacamos de la ecuación a los turistas extranjeros, el consumo disminuye un 3,53%. En definitiva, se observa una caída del consumo de los españoles tanto en hostelería como en el hogar que se ve compensada por el aumento del consumo de los extranjeros en la hostelería, muy relacionado con el incremento de llegada de turistas⁶.

Otro motivo por el que desciende el consumo es la pérdida de 8.901 establecimientos de hostelería en España (-3,2%), lo que supone que cada día cerraron 24 locales, según el DIRCE⁷. Si lo comparamos con el periodo prepandemia, en 2023 encontramos la pérdida de un -11% de establecimientos con respecto a 2019⁸.

Los españoles hacemos menos salidas y más planificadas, se acentúa la tendencia de la vuelta al hogar respecto al 2022, pero aún lejos del 2019, e incluso en casa detectamos que hay un menor consumo, lo cual se debe a una menor intensidad de compra⁹.

Es la cerveza sin alcohol la que en 2023 consolidó su posición como caso de éxito mundial. Aunque el crecimiento en el consumo de esta variedad no compensa el descenso general de consumo de cerveza, este éxito podría relacionarse con el hábito de consumo moderado y responsable de los españoles, con unos jóvenes que cada vez reducen más su consumo de cerveza, y unos mayores que también bebieron menos cerveza en 2023.

Mejora del consumo en hostelería, pero sin superar las cifras prepandemia

La cerveza sigue siendo una piedra angular para la hostelería: representa de media el 25% de la facturación total de los servicios de restauración y puede llegar hasta el 40% en los bares más pequeños. Sin embargo, el consumo de cerveza en hostelería, tan ligado a la cultura mediterránea, no alcanza las cifras prepandemia: si en 2019 cerca del 70% de la cerveza se consumía fuera del hogar, en 2023 este índice se situó en el 61%¹⁰.

Aún así, el consumo total en la hostelería aumentó un 6,84% motivado, una vez más, por el incremento en el turismo, ya que el consumo de cerveza en la hostelería por parte de los extranjeros aumentó un 22,52%, frente a la reducción en 4,39% por parte de los residentes en España.

Asimismo, se confirma la afección del clima en el consumo, ya que en 2023, el segundo año más caluroso desde 1961 (únicamente después del 2022)¹¹, los españoles consumieron menos cerveza que en 2022 tanto en hostelería como en el hogar.

Perduran los patrones mediterráneos de consumo: los españoles disfrutamos de la cerveza con moderación, en compañía y con algo de comer

El consumo de cerveza siempre ha estado estrechamente arraigado en la cultura mediterránea y sus hábitos: un 78% de los españoles considera a la cerveza como parte de nuestra cultura gastronómica, muy vinculada con el momento del aperitivo y el "tapeo". Además, la sociedad española valora que la cerveza destaca por su frescor (41,6%), por su popularidad (49,2%), y por ser una bebida que se disfruta durante el día (94,6%)¹².

Esto demuestra la manera de consumir cerveza de los españoles en comparación con

⁽⁴⁾ Cuentas trimestrales no financieras de los sectores institucionales. 2024. INE.

⁽⁵⁾ Descifrando al nuevo consumidor en HORECA. 2023. Nielsen IQ IBERIA

⁽⁶⁾ Compra & Consumo de Cerveza Dentro y Fuera del hogar. 2023. Worldpanel by Kantar

⁽⁷⁾ Directorio Central de Empresas (DIRCE). 2023. Instituto Nacional de Estadística

⁽⁸⁾ Descifrando al nuevo consumidor en HORECA. 2023. Nielsen IQ IBERIA

⁽⁹⁾ Compra & Consumo de Cerveza Dentro y Fuera del hogar. 2023. Worldpanel by Kantar

⁽¹⁰⁾ Compra & Consumo de Cerveza Dentro y Fuera del hogar. 2023. Worldpanel by Kantar

⁽¹¹⁾ Informe climático del año 2023. Agencia estatal de meteorología

⁽¹²⁾ Estudio sobre percepción y hábitos de consumo de bebidas con alcohol entre los jóvenes españoles. 2023. 40dB

otros países de Europa, pues lo que buscan en España es mayoritariamente su sabor y su disfrute durante el día en compañía de amigos y familiares y con algo de comer, ya que más de la mitad de los españoles acuden al aperitivo el fin de semana¹³.

Esto último es muy destacable ya que el consumo de cerveza está estrechamente ligado a la alimentación: en el 90% de las ocasiones la cerveza¹⁴ se acompaña con algo de comer y ese momento de la comida es el único en el que se ha detectado un aumento de consumo de cerveza durante 2023¹⁵.

El consumo de cerveza sin alcohol en España, un caso de éxito

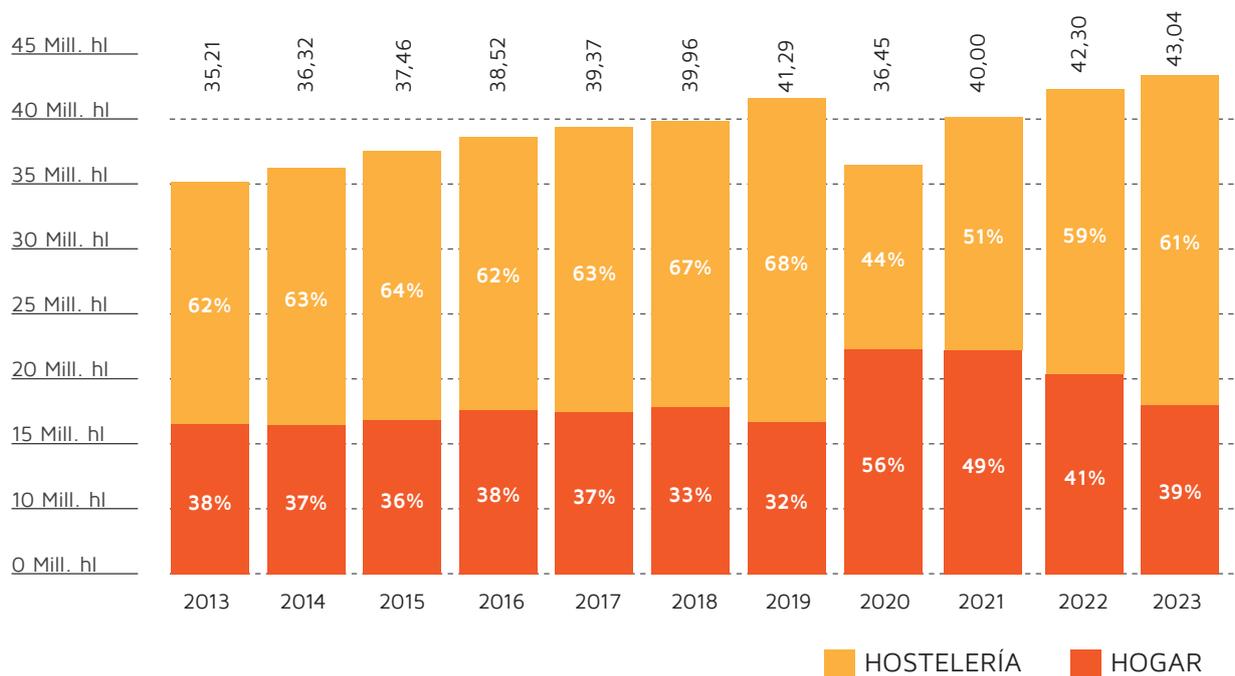
España tiene el porcentaje de consumo de cerveza sin alcohol en relación con el total de cerveza más alto del mundo occidental, con un 14% del consumo per cápita, algo que no

solo se debe a la apuesta por la innovación y la alta calidad de las cerveceras españolas, sino también a los hábitos y consideración de los españoles a esta bebida.

Asimismo, de acuerdo con los últimos datos globales disponibles, el consumo total en volumen de hectolitros de cerveza sin alcohol fue el mismo en España que en toda Latinoamérica. Sin embargo, a pesar del aumento del consumo de cervezas sin alcohol per cápita en un 1% en 2023, este incremento no compensa el descenso de consumo en la categoría¹⁶.

Así, en 2023, la cerveza sin alcohol resulta ser, un año más, una opción popular que escogemos los españoles gracias a su frescor y sabor. Además, la elevada responsabilidad de sus consumidores se refleja en el hecho de que casi la mitad de las ocasiones en las que se consume cerveza sin alcohol se asocia con la conducción.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO APARENTE DE CERVEZA Y POR CANAL (millones de hectolitros)



⁽¹³⁾ Descifrando al nuevo consumidor en HORECA. 2023. Nielsen IQ iBERIA

⁽¹⁴⁾ Compra y consumo de cerveza dentro y fuera del hogar 2022. Worldpanel by Kantar

⁽¹⁵⁾ Estudio sobre percepción y hábitos de consumo de bebidas con alcohol entre los jóvenes españoles. 2023. 40dB / Compra & Consumo de Cerveza Dentro y Fuera del hogar. 2023. Worldpanel by Kantar

⁽¹⁶⁾ Cifras de consumo de cerveza sin alcohol a nivel global, 2023. Passport Euromonitor

⁽¹⁷⁾ Compra & Consumo de Cerveza Dentro y Fuera del hogar. 2023. Worldpanel by Kantar

⁽¹⁸⁾ Estudio sobre percepción y hábitos de consumo de bebidas con alcohol entre los jóvenes españoles. 2023. 40dB

⁽¹⁹⁾ Compra & Consumo de Cerveza Dentro y Fuera del hogar. 2023. Worldpanel by Kantar

⁽²⁰⁾ Estudio sobre percepción y hábitos de consumo de bebidas con alcohol entre los jóvenes españoles. 2023. 40dB

⁽²¹⁾ Estudio sobre percepción y hábitos de consumo de bebidas con alcohol entre los jóvenes españoles. 2023. 40dB

⁽²²⁾ Compra & Consumo de Cerveza Dentro y Fuera del hogar. 2023. Worldpanel by Kantar

Los jóvenes, protagonistas del nuevo hábito de consumo

Alrededor del mundo existe una tendencia en los jóvenes por el autocuidado a nivel físico y mental en la que destaca, entre otras motivaciones, el consumo responsable¹⁷. En este sentido, el 53,6% de los jóvenes mayores de edad (entre 18 y 30 años) afirma haber reducido su consumo de alcohol y el 17,4% directamente no ha bebido bebidas con alcohol en el último mes¹⁸. Por su parte, los jóvenes de entre 18 y 24 años, redujeron en 2023 su consumo de cerveza en hostelería en un 13,3%, mientras que los de entre 25 y 34 años, un 10,1%¹⁹.

En línea con este patrón de consumo moderado, la caña es actualmente el formato más consumido por los jóvenes entre 18 y 30

años, quienes eligen tomar una caña, frente a otros formatos, en el 73,5% de las ocasiones²⁰.

Así, se detecta que entre los jóvenes existe un hábito reforzado de consumo moderado pero que sí siguen las pautas de consumo mediterráneo ya que el 76,8% de los jóvenes que consumen cerveza lo hacen en bares, cafeterías y restaurantes, muy ligados al tapeo y a las comidas y en el 86% de los casos lo hacen acompañados de amigos y familia²¹.

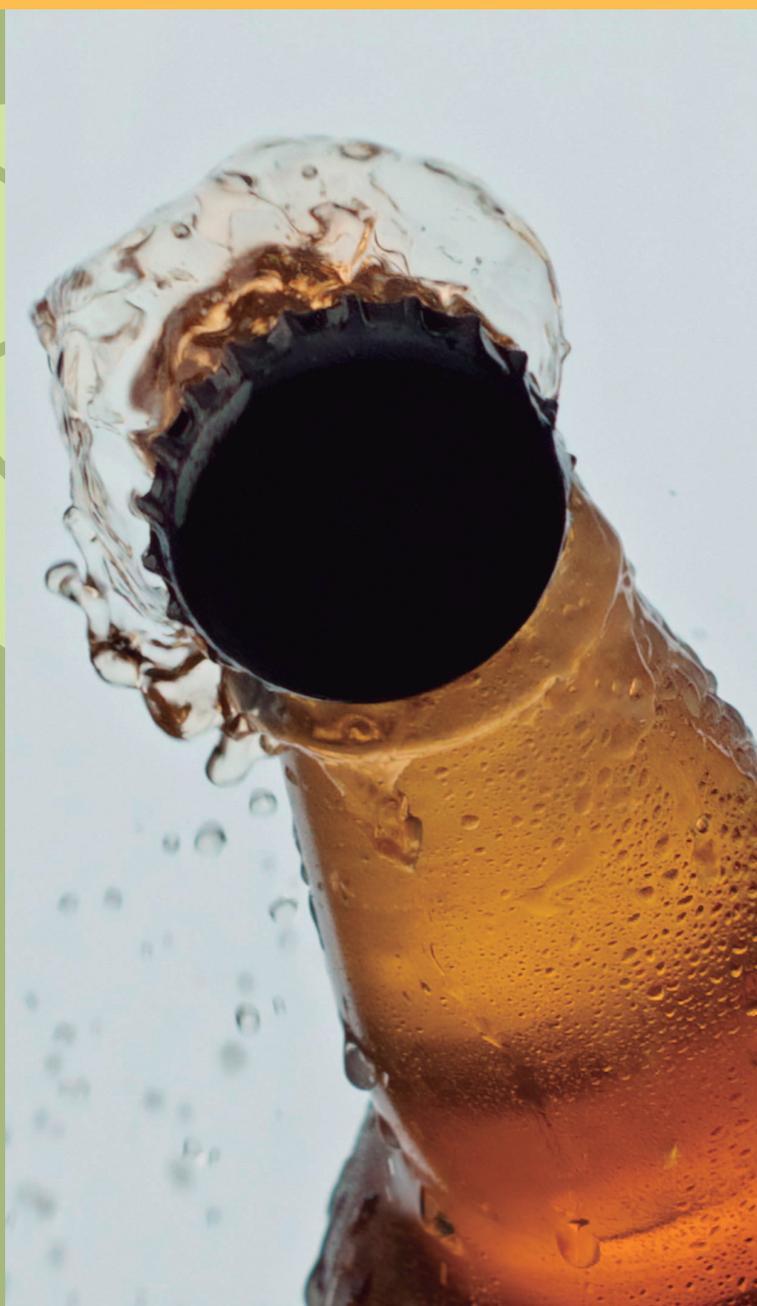
Por su parte, los adultos españoles de entre 35 y 49 años también disminuyeron su consumo en un -11,6%. En cambio, los adultos de más de 50 años fueron quienes más cerca estuvieron de mantener el consumo fuera del hogar con respecto al año anterior, con tan solo un 1% menos de consumo en 2023²².

“ Existe una tendencia entre los jóvenes por el autocuidado en la que destaca el consumo responsable.



02

Ventas
de cerveza



El año 2023 ha estado marcado por un contexto de incertidumbre, ya que por primera vez tras la vuelta a la normalidad después del Covid-19, se ha registrado un dato negativo en las ventas globales de cerveza, con una disminución del 0,7% respecto al año anterior que hace que el año cierre con 38.679.793 hl vendidos.

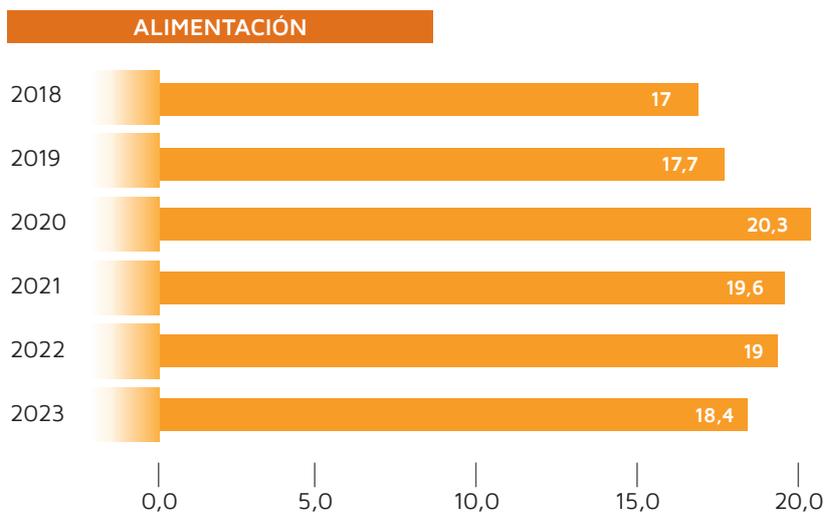
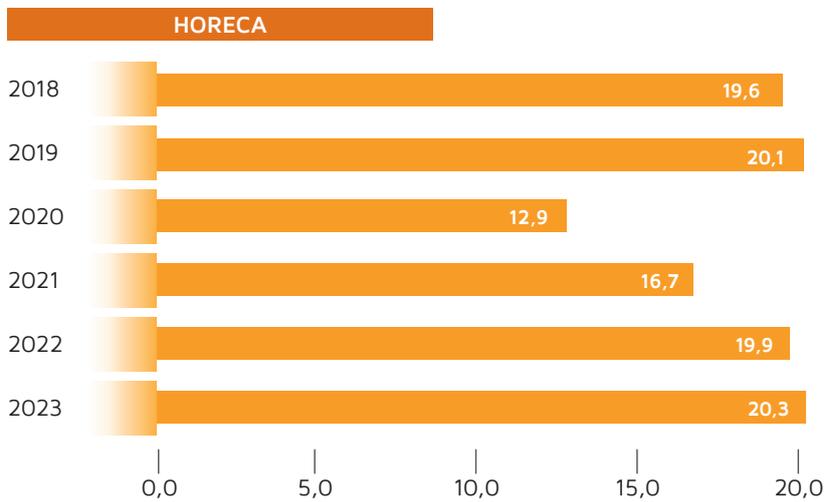
Y esto a pesar de que el turismo se ha recuperado en España (227 millones de visitantes - turistas extranjeros y nacionales en 2022 vs. 252 millones en 2023²³). Este aumento de los visitantes ha impactado significativamente en la hostelería, ayudando a mantener el atractivo

de España como destino turístico, y a aumentar las ventas a ese canal.

Como se comentaba, en 2023, las ventas al canal hostelería han vuelto a superar a las del canal alimentación, aunque en apenas 5 puntos porcentuales (52,5% vs. 47,5%), aumentando la diferencia de 2 puntos que existía en el año anterior y sin llegar a recuperar los datos de 2019.

En el caso de la cerveza sin alcohol, se comercializaron 3 millones de hectolitros en 2023. Un 3,5% más que en 2022.

VENTAS POR CANAL (millones de hectolitros)

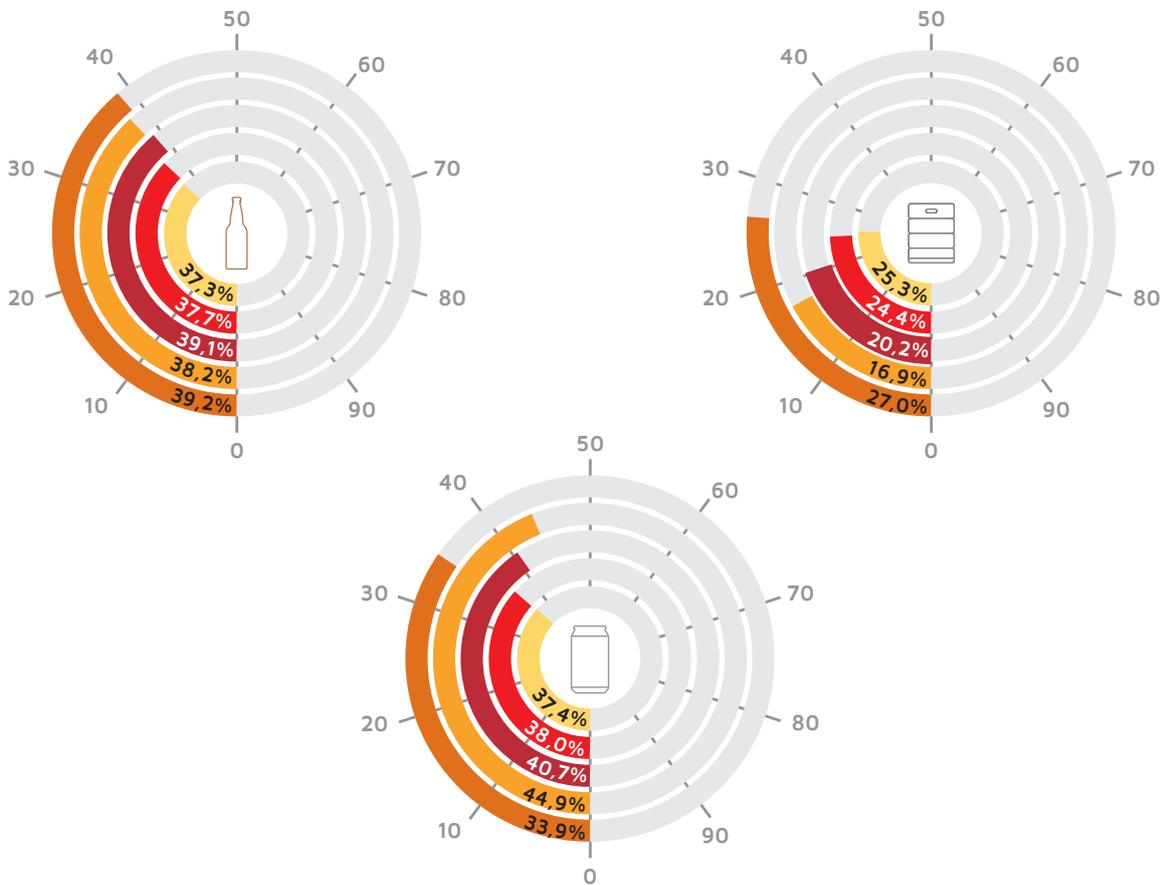


⁽²³⁾ Contribución del sector turístico al crecimiento y desarrollo territorial de Afi y Competur

La hostelería es el canal más sostenible

Los datos en consumo y ventas en hostelería impactan también en el tipo de envase en el que se comercializa la cerveza. En hostelería predominan los formatos de barril (48,2%) y botellas reutilizables (31,1%), lo que supone que el 79,3% de los envases comercializados en hostelería son reutilizables, un 0,6% más que el año pasado, siendo así el canal más sostenible para la venta de la cerveza.

En relación al total de la cerveza comercializada en 2023, los envases reutilizables supusieron el 41,6% frente al 40,3% registrado en 2022, consolidando así la tendencia del sector. Respecto al tipo de material, el 37,4% se comercializó en latas, seguido de la botella de vidrio con un 37,3% y del barril con un 25,3%.

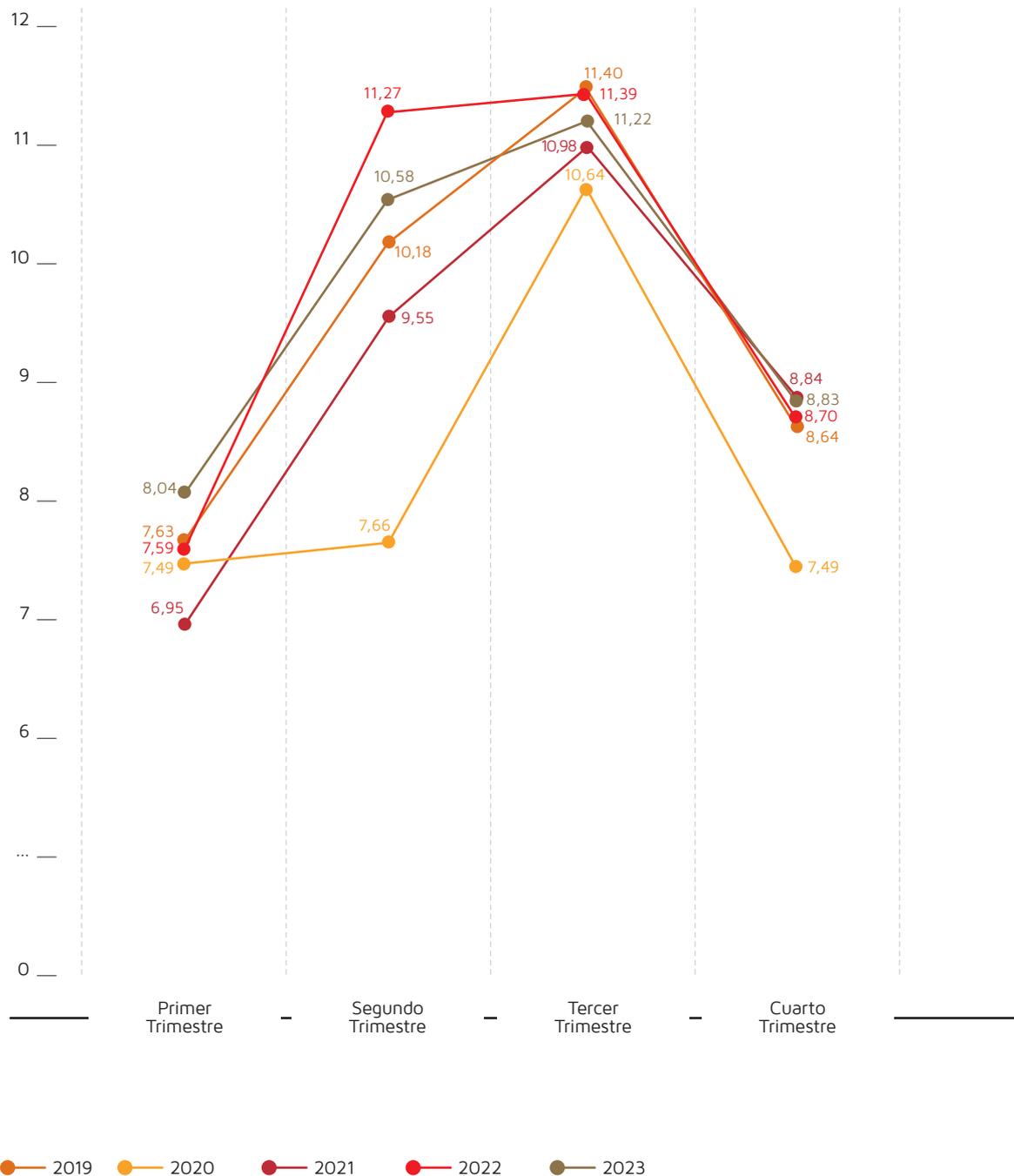


Evolución de las ventas en el año

En el primer y en el cuarto trimestre del año se registró un incremento de las ventas respecto a los trimestres equivalentes del año anterior: en concreto, un 6,6% en el primer trimestre y un 1,5% en el cuarto.

En cambio, si nos centramos en el segundo y en el tercero, hubo una bajada significativa; en el segundo trimestre hubo un descenso del 6% y en el tercero del 1,5%.

EVOLUCIÓN DE VENTAS POR TRIMESTRES (millones de hectolitros)



Ventas globales por zonas geográficas

En 2023, la zona de España que más porcentaje de crecimiento de comercialización de cerveza registró fue la comprendida por las Islas Canarias, con un 4,7%, seguida de la zona conformada por Galicia, Asturias y León con un 2,3%. Sin embargo, la zona del Noroeste y de las Islas Baleares sigue por debajo de los niveles prepandemia con un descenso del 4,3% respecto al 2019.

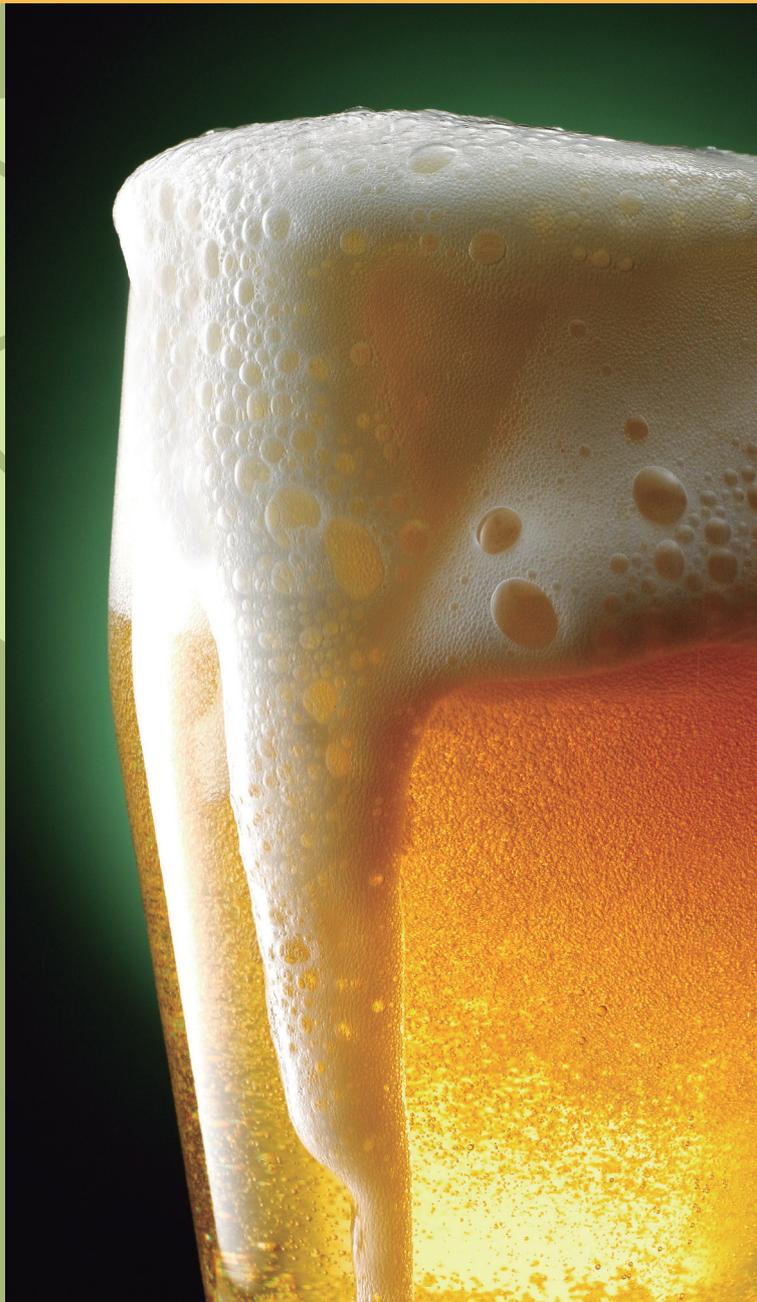
Este año, la zona sur volvió a registrar el mayor volumen de ventas de cerveza a nivel nacional, con 9 millones de hectolitros. Le sigue la zona centro, donde se vendieron 8,3 millones de hectolitros.





03

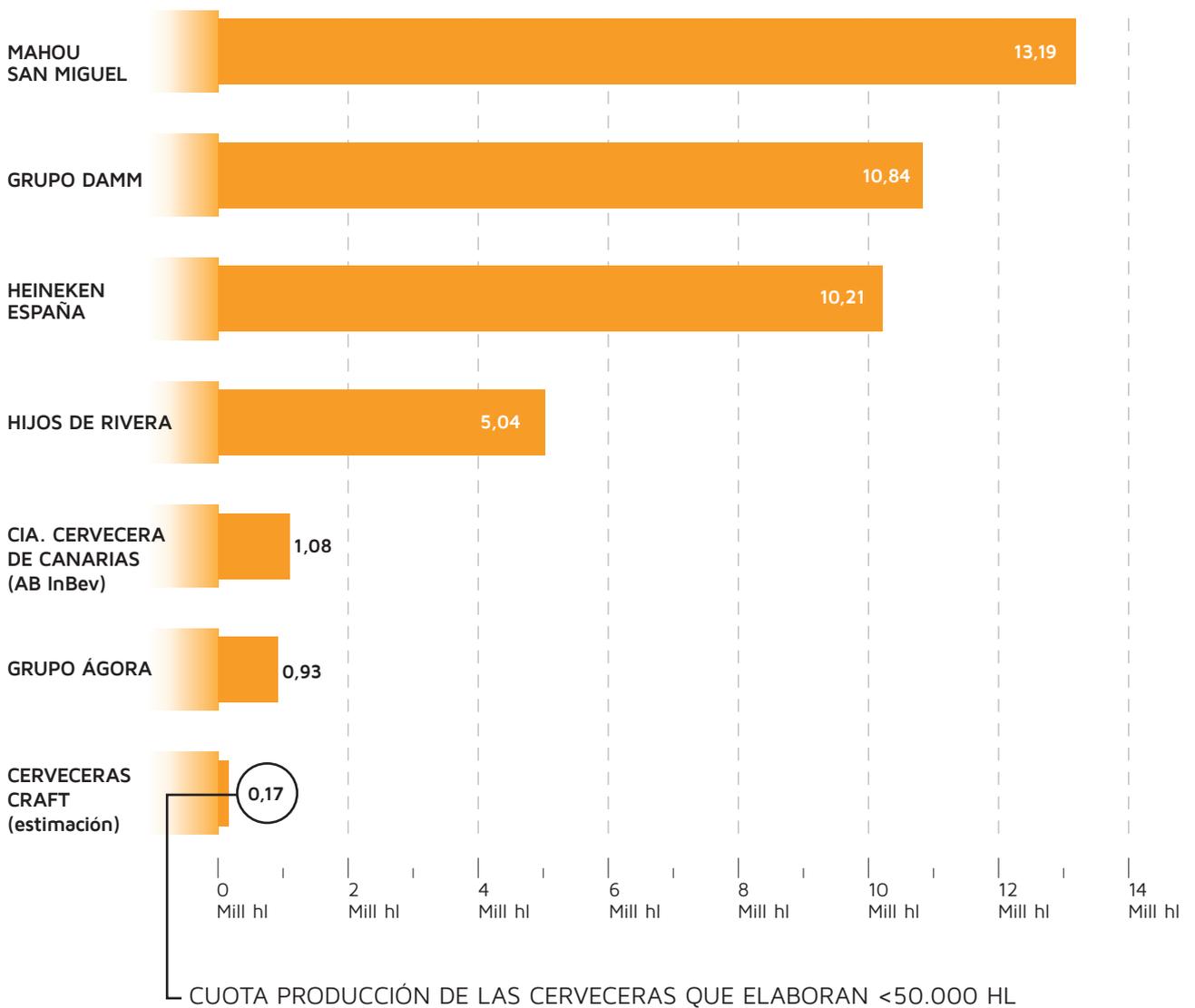
Producción del sector español



España se mantiene como el segundo país que más cerveza elabora en la Unión Europea, solo por detrás de Alemania, con una producción de 41,5 millones de hectolitros, lo que supone un 0,78% más que en 2022 y un 4,91% más que en el periodo 2019.

En este sentido, merece especial mención el papel del sector cervecero español a nivel internacional: en el ranking mundial de las 40 cerveceras más importantes en volumen de producción, se sitúan tres compañías de capital mayoritariamente español²⁴.

PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN ESPAÑA 2023 (millones de hectolitros)



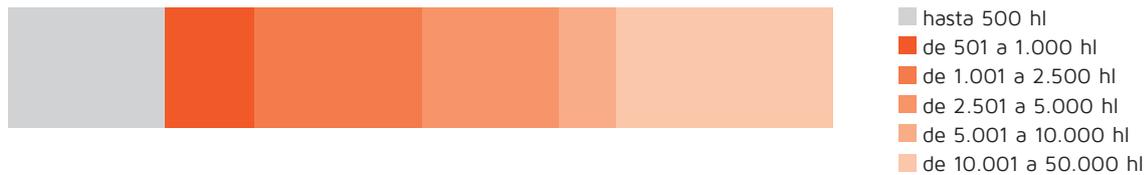
⁽²⁴⁾ Ranking BarthHaas Top 40 Brewers 2022/2023, excepto España, datos 2023.

Las cerveceras craft, en detalle

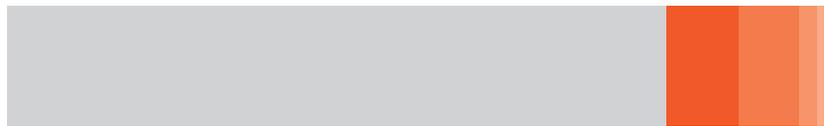
El segmento craft en términos generales se encuentra en una situación complicada: el número de cerveceras descendió con respecto al 2022 un 5% y acumula un descenso del 38% si lo comparamos con el 2019.

En cuanto a volumen elaborado, solo en el tramo de producción más alto (las que elaboran entre 10 y 50 mil hectolitros) se observa un cierto crecimiento, pero la realidad global del segmento apunta a una menor producción con un descenso del 0,7% entre las cerveceras que producen menos de 10.000 hl.

Producción de cerveceras que elaboran menos de 50.000 hectolitros/año



Número de cerveceras en función de su capacidad productiva



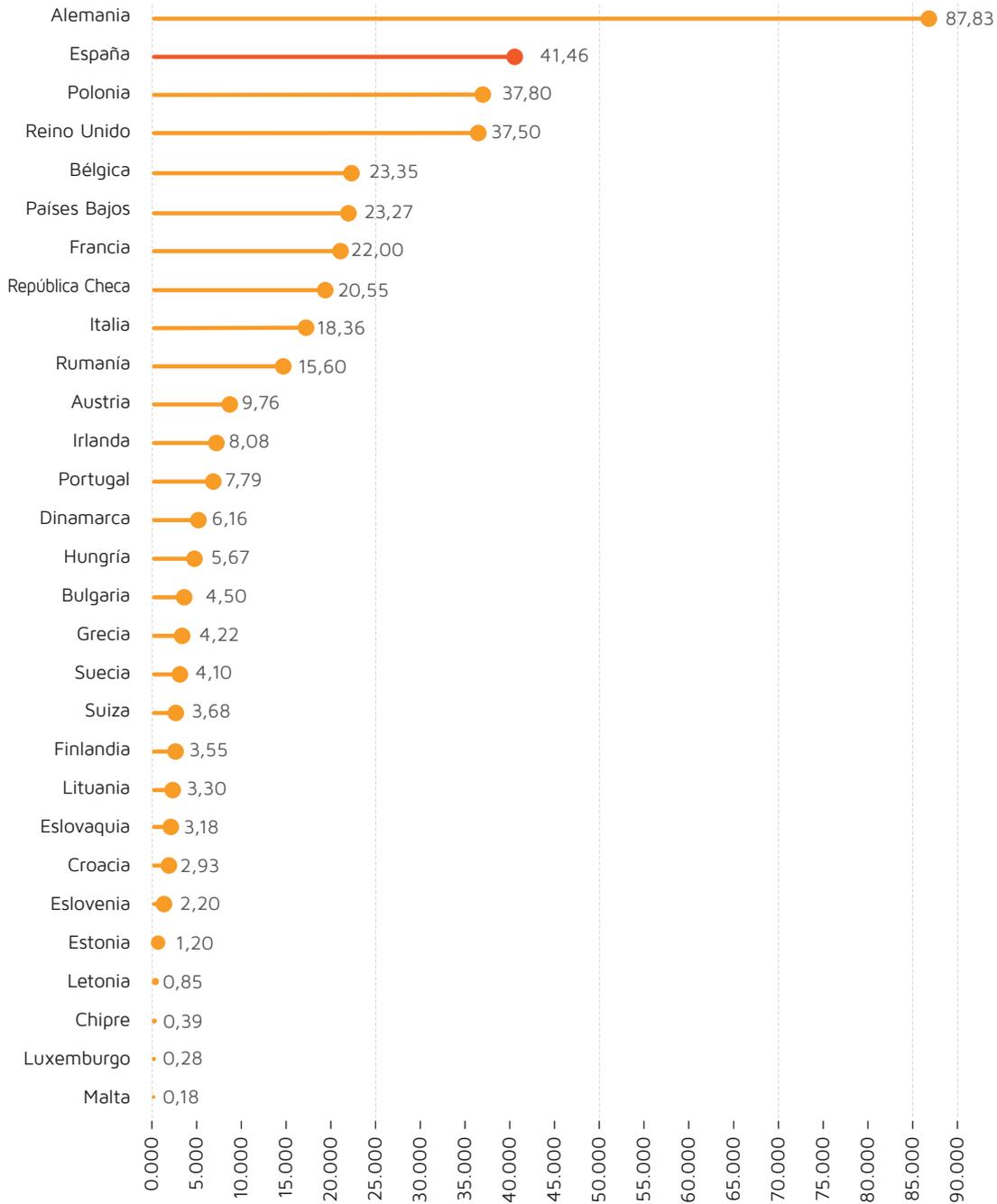
“ España ocupó en 2023 el segundo puesto en cuanto a producción de cerveza en Europa.



España, segundo productor de Europa y noveno del mundo

Se consolida la segunda posición europea en producción de cerveza, tan solo por detrás de Alemania y por delante de países con una tradición cervecera muy marcada como es el Reino Unido. Por su parte, a nivel mundial, el sector cervecero español continúa en la novena posición tras haber superado a Reino Unido y Polonia en el ejercicio anterior.

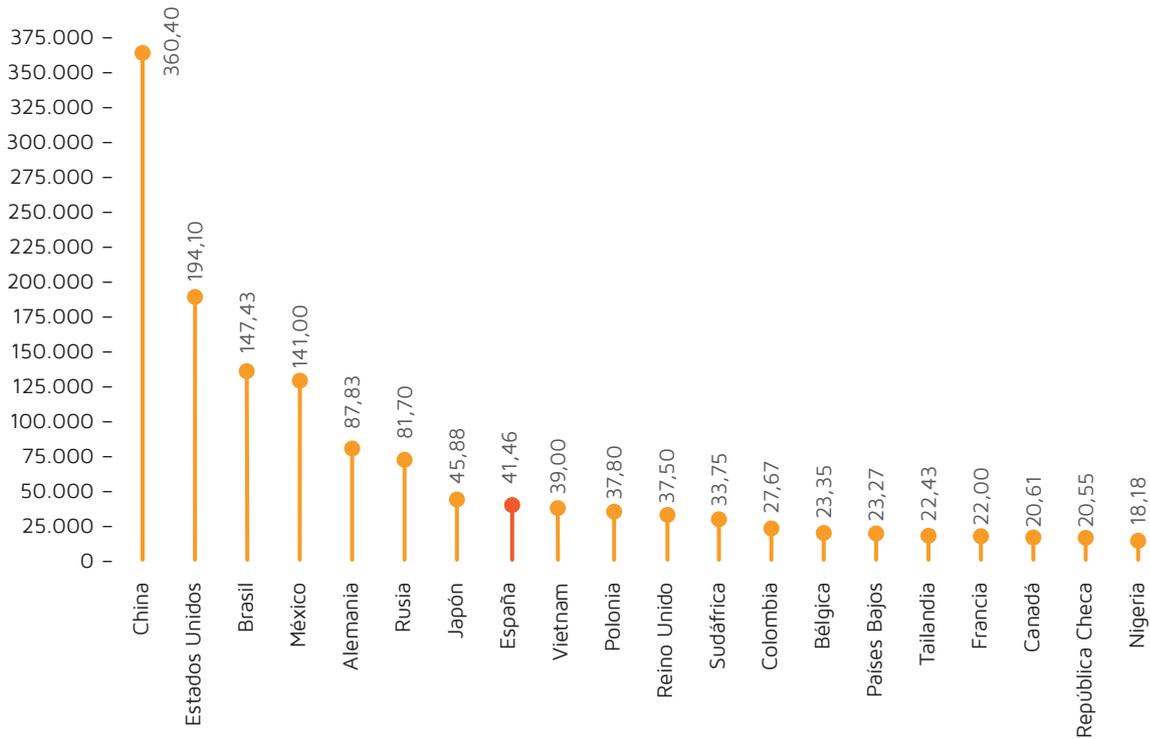
PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN EUROPA (millones de hectolitros)²⁵



⁽²⁵⁾ The Brewers of Europe. European Beer Trends Statistics Report 2023. Datos 2022 excepto España (2023)“



PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN EL MUNDO (millones de hectolitros)²⁶



⁽²⁶⁾ BarthHaas Group Report 2022/2023. Datos 2022 excepto España (2023).



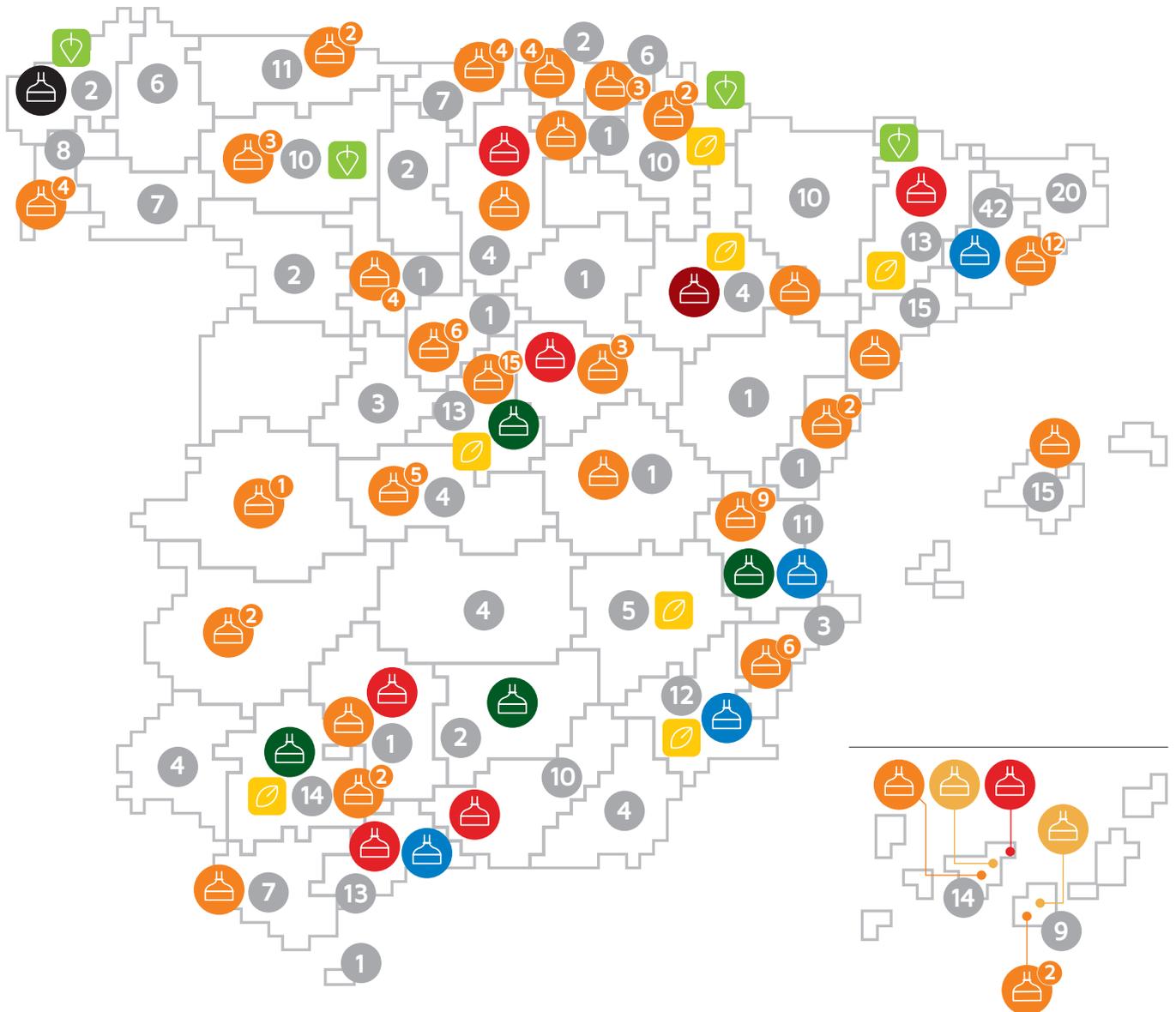
El sector cervecero, referente del sector alimentario nacional

Además de la gran transversalidad y popularidad de la cerveza, durante las últimas décadas el sector cervecero español se ha afianzado como un referente de la producción agroalimentaria en España.

En 2023, el número total de cerveceras inscritas en el Registro Sanitario en España fue de 456, lo que supone 38 cerveceras menos que en el año anterior. Un año más, Cataluña se mantiene como la Comunidad Autónoma con un mayor número de centros de producción, con un total de 105 centros, seguida por Andalucía con 65 y Castilla y León con 39.

El número de centros que elaboran cerveza regularmente y con actividad comercial con una producción inferior a los 50.000hl ha descendido hasta cerca de 260. Este dato supone, como se ha indicado, un 5% menos que en 2022. Si lo comparamos con los datos del periodo prepandemia en 2019, cuando en nuestro país había 418 centros operativos este descenso supone el 38%.

CENTROS DE PRODUCCIÓN POR PROVINCIA



MAHOU SANMIGUEL	Damm	HEINEKEN		Cervecería de Canarias DESDE 1939	GRUPO AGORA	Otras cerveceras asociadas Cerveceras asociadas directamente o a través de AECAI
<ul style="list-style-type: none"> • Burgos • Córdoba • Granada • Guadalajara • Lleida • Málaga • Santa Cruz de Tenerife 	<ul style="list-style-type: none"> • Barcelona • Málaga • Murcia • Valencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Jaén • Madrid • Málaga • Sevilla • Valencia 	<ul style="list-style-type: none"> • A Coruña 	<ul style="list-style-type: none"> • Las Palmas de Gran Canaria • Santa Cruz de Tenerife 	<ul style="list-style-type: none"> • Barcelona • Zaragoza 	<ul style="list-style-type: none"> • Cerveceras craft*



*Centros de producción según Registro Sanitario

04

Comercio exterior



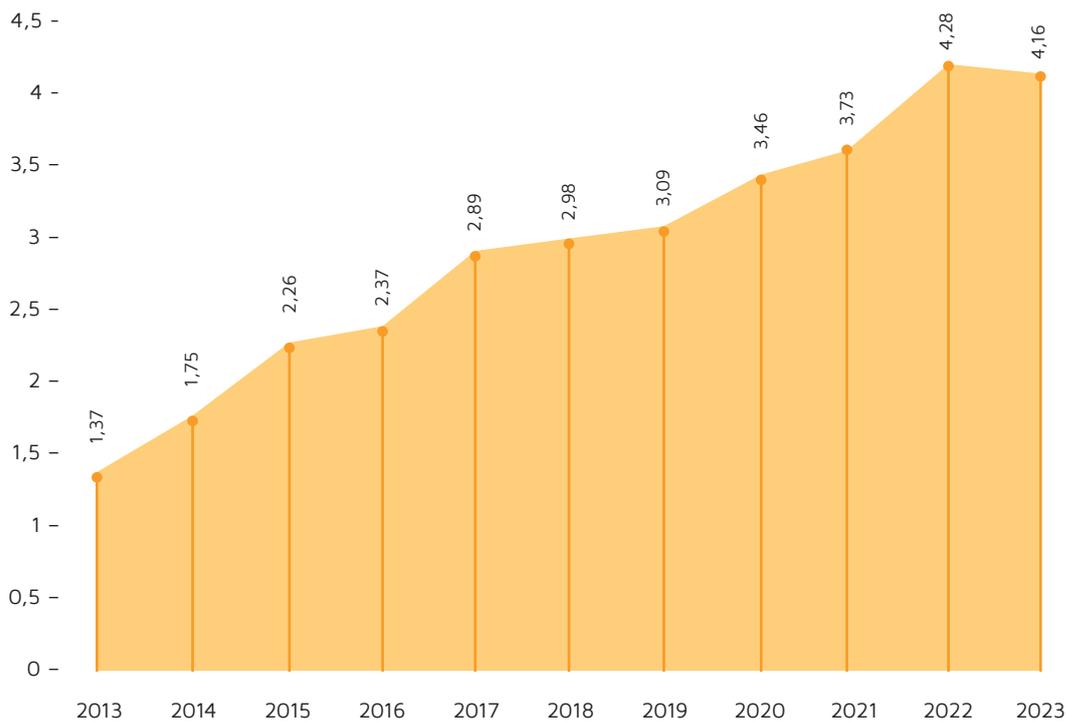
En 2023 la exportación de la cerveza española alcanzó los 4,16 millones de hectolitros (-2,82%). A pesar de que la comercialización de la producción española en mercados internacionales sufrió en 2023 un descenso en comparación con el ejercicio anterior, la popularidad de la cerveza española se reafirma en el hecho de que las exportaciones se hayan incrementado en más de un 200% en la última década. Tras unos años de espectacular crecimiento, apoyado también por la labor de internacionalización puesta en marcha por Cerveceros de España, la inestabilidad internacional afectó también a este sector. Sin embargo, como se decía, los datos siguen siendo halagüeños e his-

tóricos ya que nos mantenemos por encima de la barrera de los 4 millones de hectolitros exportados, que se superó por primera vez en 2022.

Los principales destinos de la cerveza española en 2023 fueron Portugal, Cuba, Reino Unido y Francia. Portugal volvió a consolidarse un año más como el primer mercado, importando un 22% del total de las exportaciones.

En segundo lugar, Cuba importó el 20% de las cervezas españolas que se comercializan en el exterior, posicionándose por primera vez entre los principales importadores, seguido por Reino Unido y Francia.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CERVEZA 2013-2023 (millones de hl.)



Con respecto a las importaciones, éstas se sitúan en los 5,74 millones de hectolitros de cerveza, un incremento del 5,42% con respecto al año anterior. Seguido por Francia y Portugal, Bélgica sigue siendo el país del que más cervezas importa España, con 2,3 millones de hectolitros (el 40% del total de la cerveza importada en nuestro país).



05

Aportación de la cerveza a la economía nacional



La cerveza forma parte de las raíces de nuestra sociedad y del estilo de vida mediterráneo, unas raíces que aportan valor a nuestra economía desde los campos hasta los bares y restaurantes. Un año más, la cerveza es la bebida fría más consumida en horeca y la bebida con contenido alcohólico más consumida y transversal entre el público adulto. Todo esto, unido a que en el 90% de las ocasiones se consume acompañado de otros alimentos, supone una generación de valor inigualable en empleo y contribución fiscal. Así, por ejemplo, por cada empleo directo vinculado a la comercialización de cerveza en España se generan 1,5 empleos en el conjunto de la economía.

Entrando en materia de empleo, el sector cervecero genera más de 540.000 puestos de trabajo en España, siendo el 66% de estos empleos en el sector hostelero²⁷. Además, las empresas cerveceras tienen el mayor gasto medio en personal, duplicando la media del sector alimentación, y también muestran un nivel de productividad elevado entre su personal²⁸.

Si nos centramos en los cerca de 174.000 empleos mantenidos por la cerveza de forma indirecta e inducida, más de un 50% se concentran en el comercio, la industria y el sector primario. Este vínculo con las raíces de nuestra economía y sociedad se comprende también con el valor de producción: la cerveza genera cerca de 5.129 millones de euros.²⁸

El sector cervecero como motor de la economía española

La contribución total de la cerveza a la economía española ascendió a más de 17.200 millones de euros de PIB en 2022, lo que equivale al 1,3% de la riqueza del país para ese mismo año. Teniendo en cuenta los impuestos soportados y recaudados de forma directa, indirecta e inducida, la cerveza contribuyó con más de 6.500 millones de euros a la Hacienda Pública y la Seguridad Social²⁹.

Así, el 2,6% del total de la recaudación total de nuestro país en 2022 proviene de la cerveza.³⁰

En este sentido, es fundamental cuidar el consumo, no solo para proteger muchos puestos de trabajo y la producción de cerveza en España desde el sector primario hasta la distribución, sino también para asegurar el significativo valor añadido que el sector cervecero aporta a la economía nacional. Además, es crucial mantener un entorno fiscal favorable para apoyar la competitividad del sector y su contribución a la economía del país.

La cerveza, pilar fundamental para el turismo y la hostelería en España

En 2022, la cerveza fue la bebida fría más consumida en hostelería, representando un 42,5% de la cuota de valor y contribuyendo al 25% de los ingresos de los establecimientos, cifra que puede llegar hasta el 40% en negocios con menos de 10 trabajadores como los de la España Vacía.³¹

Asimismo, esta bebida ejerce una notable influencia en el gasto de los turistas que visitan el país, siendo uno de los atractivos más destacados de la oferta turística nacional. Se estima que la cerveza contribuye con unos 5.213 millones de euros al gasto turístico total en España, lo que supone aproximadamente un 6% del total.

Como se comentaba al comienzo de este punto, es interesante destacar que el consumo de cerveza en el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) va de la mano con el consumo de alimentos, siendo acompañada en un 90% de los casos. Esto convierte a la cerveza en un complemento esencial para la venta de otros productos gastronómicos, potenciando así la oferta culinaria de los establecimientos hosteleros y su consideración como un sector de valor añadido por todo lo que genera un hábito tan mediterráneo como el ir a tomar una caña³².

⁽²⁷⁾ Análisis PwC a partir de INE, Eurostat, EUROMONITOR, MAPA y Cerveceros de España

⁽²⁸⁾ Instituto Nacional de Estadística (INE)

⁽²⁹⁾ Análisis PwC a partir de INE, Eurostat, EUROMONITOR, MAPA y Cerveceros de España

⁽³⁰⁾ Análisis PwC a partir de INE, Eurostat, EUROMONITOR, MAPA y Cerveceros de España

⁽³¹⁾ Análisis PwC a partir de INE, Eurostat, EUROMONITOR, MAPA y Cerveceros de España

⁽³²⁾ Análisis PwC a partir de INE, Eurostat, EUROMONITOR, MAPA y Cerveceros de España

06

Contribución a la España rural



Aunque España ha experimentado un notable crecimiento demográfico en el siglo XXI, algunas regiones han sufrido un proceso de despoblación en las últimas décadas. Este fenómeno se manifiesta especialmente a nivel municipal. España cuenta con 8.131 municipios, de los cuales 6.815 tienen menos de 5.000 habitantes. Estos municipios reúnen a 5,7 millones de personas, lo que representa el 12% de la población del país. En la última década, 5.620 de estos municipios han perdido población; es decir, 8 de cada 10 municipios con menos de 5.000 habitantes³³.

En los municipios con menos de 1.000 habitantes, la despoblación afecta al 86% de ellos. Incluso 29 capitales de provincia han visto disminuir su población en la última década. La combinación del éxodo rural hacia las (grandes) ciudades, la dispersión territorial y la baja densidad de población dificulta la prestación eficiente de servicios. Como resultado de estos fenómenos, lleva varios entre nosotros el concepto de "España vaciada".³⁴

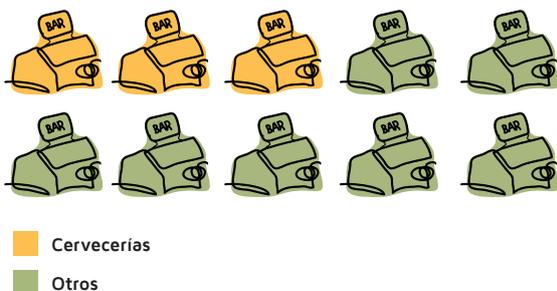
En estas zonas, la cerveza adquiere especial importancia para la hostelería, donde un 30% de los bares y cafeterías pueden clasificarse como cervecerías³⁵. Estos establecimientos no solo sirven como puntos de encuentro o lugares para socializar o disfrutar de la gastronomía, sino que también desempeñan un papel clave en la fijación de población en estas áreas.

Además, los bares son un elemento indispensable de atracción turística que impulsa el crecimiento económico y valor añadido al municipio. Existe una relación directa entre la presencia de un bar y la llegada de turistas al pueblo. De media, contar con un bar permite al municipio recibir entre 510 y 610 turistas nacionales al año (10-12 por semana) y 110-220 turistas extranjeros al año (2-4 por semana). Así, presencia de un bar explicaría el 50% de la diferencia de llegada de turistas entre los municipios con y sin bar.³⁶

Las personas que viven en municipios con menos de 20.000 habitantes afirman tener más de un establecimiento de referencia que visitan de forma habitual. Por esta razón, en las zonas rurales los bares forman parte integral de la vida cotidiana, más que en las grandes ciudades.

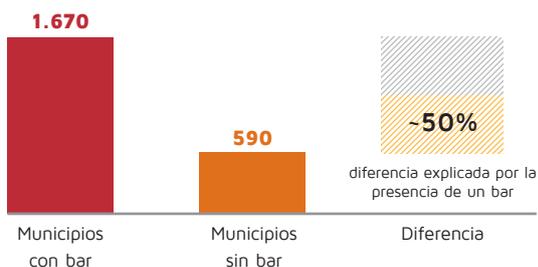
Los bares en los pequeños pueblos ya no solo actúan como un reclamo para el turismo, sino que también juegan un papel fundamental en la cohesión social y en la atracción de residentes a estos territorios. Sin embargo, casi el 20% de los municipios españoles carecen de un bar, lo que significa que 142.781 españoles no tienen un punto de encuentro y socialización en su localidad. Además, el 14% de los municipios de España solo tienen un bar, afectando a 367.317 personas. En total, esta situación afecta al 32% de los municipios, donde residen 510.098 personas.³⁷

Apoyar al sector cervecero español y a la hostelería significa respaldar un sector importante en términos económicos, pero también contribuir a la fijación de población en la España Vaciada. Dar apoyo a estos sectores es ofrecer oportunidades a más de medio millón de españoles para tener o seguir teniendo un espacio de reunión y socialización en sus comunidades locales. Es una inversión en la cohesión social y en el desarrollo sostenible de estas regiones.

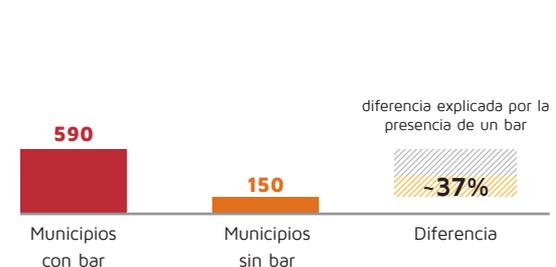


TURISMO Y BARES

Número de turistas nacionales al año



Número de turistas extranjeros al año



(33), (34), (37) Competur. La importancia de la cerveza para la España Rural

(35) Estudio PWC. La dimensión social de la hostelería

(36) Afi (2024). Contribución de la hostelería al turismo en España.

07

Apuesta por la
materia prima
nacional



La cerveza, un alimento de origen natural, se elabora a partir de tres ingredientes esenciales: agua, cereal (principalmente cebada) y lúpulo. En España, la mayoría de los estos ingredientes provienen de fuentes nacionales, lo que refleja el compromiso de las cerveceras con el sector agrícola español y el empleo que este genera. Este compromiso ha posicionado al sector como un referente en el ámbito agroalimentario, contribuyendo de manera significativa a la economía y al empleo.

Más del 90% de los cereales con que se elaboran nuestras cervezas proceden del campo español en circunstancias normales, aunque esto puede variar dependiendo de las cosechas anuales. Asimismo, la mayoría del lúpulo cultivado en España se destina al consumo del sector cervecero nacional.

España, símbolo de la cebada cervecera de calidad

El malteado es el proceso inicial en la fabricación de la cerveza, donde la cebada desempeña un papel fundamental. Su grano se maltea para aumentar la actividad enzimática, lo que facilita la fermentación, un proceso natural que produce gas y resulta en un bajo contenido alcohólico de la bebida. Esto también mejora la formación de espuma y conserva las características de los ingredientes originales de la cerveza.

Aunque otros cereales como el trigo se utilizan en la elaboración cervecera, la cebada es la más adecuada debido a su alto contenido en almidón y proteínas, necesarios para alimentar la levadura. España, un importante productor de cebada de calidad cervecera cultivó en 2023 alrededor de 2.4 millones de hectáreas³⁸. De estas, cerca de 770.000 toneladas se destinaron a la producción de malta, que supuso casi 545.500 toneladas, con un valor superior a los 375 millones de euros³⁹.

El lúpulo: un cultivo clave para el sector cervecero español

El lúpulo es el componente más distintivo de la cerveza, proporcionando el amargor y aroma característico de esta bebida, aunque cada variedad aporta diferentes matices.

Esta planta trepadora, que necesita humedad y sol, es muy rentable para los agricultores, razón por la cual se le conoce como el "oro verde". En España, la producción de lúpulo es significativa en Castilla y León (más del 90% del total) y el resto repartido por La Rioja, Cataluña, Galicia, Navarra y Andalucía.

En 2023, la superficie cultivada de lúpulo fue de unas 575 hectáreas. La cosecha global ha sido algo más elevada con unas 850 toneladas de lúpulo en flor, según estimaciones de la principal empresa comercializadora de esta planta en nuestro país⁴⁰.

Cerveceros de España mantiene una histórica y estrecha relación con los agricultores para promover e impulsar el cultivo de lúpulo y sus diferentes variedades en el país. Cerveceros fue fundadora de la Asociación Europea para la Innovación en materia de productividad y sostenibilidad agrícolas (AEI-AGRI) y colabora con el el Grupo Operativo Lúpulos de Calidad. Creado en 2018, este grupo reúne actualmente a 8 equipos de trabajo de 3 comunidades autónomas (Castilla y León, Galicia y País Vasco) y tiene como objetivo fomentar las innovaciones y la valorización del cultivo de lúpulo en España.

I+D en el campo español

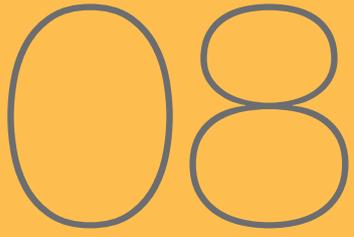
Desde hace más de 25 años, el sector cervecero y maltero ha respaldado la investigación y el desarrollo agrícola a través de la Red de Ensayos. Su propósito es mejorar la calidad y el rendimiento de las variedades de cebada en el país, priorizando aquellas que cumplen con los estándares de calidad del sector y benefician a los agricultores. Esta labor es coordinada por la Comisión Mixta de Cerveceros y Malteros, en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y cuenta con la participación de instituciones de investigación pública en Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León y Navarra.

Además, a través de esta red, se llevan a cabo investigaciones para desarrollar variedades de lúpulo más productivas y adaptadas al mercado. Estas variedades se diseñan para ser más resistentes a las plagas y adecuarse a diferentes condiciones de cultivo en distintas zonas geográficas.

⁽³⁸⁾ Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Superficies y producciones de cultivos

⁽³⁹⁾ Datos de Malteros de España

⁽⁴⁰⁾ Datos disponibles por Hopsteiner España



Sostenibilidad medioambiental



Para el sector cervecero, la sostenibilidad es una responsabilidad en la que se trabaja día a día, asumiendo un firme compromiso con la protección del medio ambiente y de sus raíces. Las empresas son conscientes de la necesidad de proteger y preservar la biodiversidad y los ecosistemas, garantizar un futuro sostenible para las próximas generaciones y reducir nuestra huella ecológica.

Por esta razón, las compañías cerveceras no han dejado de innovar para alcanzar este objetivo. Desde el cultivo y recolección de las materias primas, el proceso de elaboración del producto, la distribución y hasta el consumo, colaborando con todos los actores que conforman la cadena de valor.

Dentro de estas innovaciones, resalta el uso mayoritario de energía eléctrica renovable en los procesos, la valorización de casi todos los residuos generados en la producción y la comercialización de casi la mitad de la cerveza en envases reutilizables.

En 2019 el sector cervecero español se fijó una serie de metas a alcanzar para el 2025, las cuales se clasificaron en cuatro áreas diferenciadas: envases, energía, agua y reducción de la huella de carbono.

Actualmente se supera una serie de objetivos como que el 10% de la energía térmica consumida en producción sea generada a partir de

fuentes renovables; seguir reduciendo el ratio de vertido de agua residual; reducir en un 15 % en el ratio de emisiones de gases de efecto invernadero; reducir en un 40 % en la tasa de residuos no valorizados, e incrementar en un 40% las compras que incorporan requerimientos ambientales.

El sector sigue avanzando en alcanzar el residuo cero en la producción, alcanzando ya el 99,1% de su objetivo.

En este contexto, se destaca el bagazo, un cereal clave en la producción del mosto utilizado para elaborar cerveza. Este es un coproducto de gran importancia, ya que también presenta diversos usos en la alimentación, convirtiéndose en un recurso versátil y valioso.

El ecodiseño, un factor fundamental en el sector cervecero

En 2023, Cerveceros de España y Ecovidrio (entidad de la que Cerveceros de España ha ostentado la presidencia) han presentado una guía de ecodiseño dirigida a más de 250 compañías cerveceras. Un documento basado en el estudio de tendencias, análisis de mejores prácticas y fuentes internacionales para reducir el impacto ambiental del envase, que incluye recomendaciones para reducir el peso o evitar la presencia de elementos que dificulten el reciclado del vidrio y de otros envases.



Plan Empresarial de Prevención de residuos de envases

En este camino, la colaboración es fundamental y por ello de la mano de Ecovidrio (entidad de la que Cerveceros de España ha ostentado su presidencia), la asociación elabora cada tres años el Plan Empresarial de Prevención del sector con objetivos y actuaciones para reducir la cantidad y el peso de los residuos generados.

El concepto de prevención ha evolucionado en los últimos años gracias a diversas regulaciones normativas establecidas tanto en el marco europeo como en el nacional. Tradicionalmente, la prevención se ha entendido como la reducción de la producción de residuos, minimizando los efectos negativos sobre el medio ambiente y la salud de las personas, y se han considerado la reutilización y el ecodiseño palancas clave para alcanzar este objetivo.

La Directiva 2018/852 amplió este concepto al incluir la contribución a la transición hacia una economía circular y la necesidad de integrar la perspectiva del ciclo de vida del envase. Hoy en día, la prevención se entiende como una herramienta imprescindible para avanzar hacia

una economía circular, aplicándose en todas las fases del ciclo de vida del producto.

En este contexto, se establecieron una serie de indicadores relativos a la implantación del Plan Empresarial de Prevención basados en cuatro compromisos: minimizar la cantidad de residuos de envases generados por la comercialización del producto, favorecer la reciclabilidad del envase, reducir la huella ambiental asociada al proceso de envasado e impulsar medidas de acompañamiento.

En el 2023, se han mejorado algunos de los resultados basados en estos indicadores. Por ejemplo, el Kr/Kp agregado para los envases reutilizables disminuyó en un 17% y el Kr/Kp agregado para los envases no reutilizables se redujo en un 1,7%, poniendo de manifiesto los esfuerzos de las empresas por reducir el peso de sus envases.

Asimismo, las propiedades físicas de los envases empleados en el sector se han mantenido estables en los últimos años. La vida media de una botella de vidrio reutilizable es de 10 años, habiendo decrecido el número de ciclos anuales en 0,6 ciclos/año para las botellas de vidrio, y aumentado en 1,2 ciclo/año en el caso de los barriles.⁴¹



⁽⁴¹⁾ Ecovidrio. Informe de Seguimiento y Control de la Ejecución del Plan Empresarial de Prevención de los residuos de envases del sector de la Cerveza 2023 – 2027

PUNTO DE SITUACIÓN RESPECTO AL OBJETIVO MARCADO



Alcanzar el 80% del volumen de cerveza comercializada en envase reutilizable en hostelería.



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 sea generada a partir 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).



Reducción en un 10% en el ratio de consumo de agua por hl cerveza producido vs dato 2018.



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



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



Alcanzar el residuo cero en la producción

09

Responsabilidad social del sector



2023 ha sido un año de intenso trabajo para Cerveceros de España con el objetivo de reforzar la posición del sector, proteger sus intereses e impulsar acciones conjuntas como las relacionadas con la sostenibilidad. Estas acciones se enfocaron en informar sobre diversos aspectos, como la responsabilidad en el consumo, la seguridad en las carreteras o la autorregulación en la publicidad; el conjunto de las empresas cerveceras del país ha reforzado su apuesta social y de apoyo a los grupos con los que se relaciona.

Disfruta de lo natural

Bajo el lema "Disfruta de lo natural", Cerveceros de España lanzó en 2023 una campaña centrada en poner en valor un alimento tan integrado en nuestra cultura mediterránea como es la cerveza, que se elabora a partir de ingredientes naturales y que puede formar parte de la dieta equilibrada mediterránea siempre que se consuma con moderación.



Se trata de una nueva iniciativa con la que desde Cerveceros quiere seguir reforzando su rol como agente responsable en la sociedad, apelando al consumo sensato y mostrando la naturalidad y procedencia de la cerveza.

El objetivo de la acción es informar sobre el estilo de vida activo y responsable, además de poner en valor esta bebida, un producto estrechamente vinculado al campo y a la naturaleza de los que extrae sus ingredientes.

La idea viene por el firme compromiso que mantiene el sector cervecero con el campo español, de donde procede prácticamente toda la materia prima. Las características de sabor, color y graduación de la cerveza tan

apreciadas por la población española provienen de la fermentación de sus materias primas esenciales.

Conducción Responsable, Cerveza SIN

Las nuevas formas de movilidad están muy presentes en la sociedad española. Patinetes, bicicletas, motos y coches ya forman parte de la movilidad urbana actual. Por eso, Cerveceros de España, junto a la Dirección General de Tráfico y 16 entidades más se unen bajo el lema "Conducción Responsable, Cerveza SIN", una campaña de concienciación social con lo que promover hábitos de conducción responsable.

El objetivo principal es trasladar de forma directa la incompatibilidad absoluta del alcohol y la conducción, ofreciendo la cerveza SIN como alternativa segura a los conductores cuando quieran consumir cerveza.

Cerveceros de España empezó a promover esta campaña en abril de 2022, que surgió para recordar esta incompatibilidad poniendo el foco en los jóvenes de entre 18 y 35 años. De hecho, llevan más de 20 años promoviendo campañas de este tipo, para concienciar a los conductores que no hay cabida para el alcohol en el desplazamiento sobre ruedas. Por ello, el compromiso de la asociación ha sido reconocido por multitud de entidades público

yo elijo cerveza SIN
Sea cual sea el vehículo que conduces, elige cerveza SIN.

WWW.CONDUCCIONRESPONSABLECERVEZASIN.COM

UNA GRAN CERVEZA. UNA GRAN RESPONSABILIDAD.

© CONDUCCIÓN RESPONSABLE. CERVEZA SIN es una iniciativa de la Asociación de Cerveceros de España con el apoyo de la Dirección General de Tráfico.



y privadas, y cuenta con un importante respaldo social e institucional gracias al apoyo de los colaboradores, asociaciones empresariales y organizaciones de víctimas de accidentes de tráfico.

Fomentando una vida activa

En 2023, Cerveceros de España ha seguido impulsando la plataforma "Beer Runners", aprovechando el poder socializador de la cerveza para animar a practicar ejercicio físico en grupo. Esta comunidad, compuesta por aficionados al running no profesionales de diversas edades, cuenta con casi 25.000 seguidores y alrededor de 50 grupos activos en toda España.

Este año, Cerveceros de España apoyó la organización de "quedadas" especiales de estos corredores en Zaragoza, Logroño, Burgos, Alicante, Girona y A Coruña. Así, los corredores pueden juntarse para correr juntos y después disfrutar de una buena cerveza y socializar.

Además, el movimiento Beer Runner pudo disfrutar de una cita muy especial en Madrid, en una carrera en la que participaron cerca de 5.000 personas. En el encuentro participaron capitanas y capitanes de los grupos más activos de diferentes ciudades españolas, que compartieron directamente cómo animan a otras personas a mantener un estilo de vida activo en su entorno.

Cerveceros de España, comprometido con el fomento de estas iniciativas que motivan a los deportistas no profesionales, sigue dedicándose a mantener el espíritu de Beer Runners vivo a través de estas reuniones. Además, ofrece a los aficionados una plataforma para alcanzar a más personas interesadas en unirse a estos grupos.

Por una publicidad legal, honesta y veraz

Durante el año 2023, se ha trabajado en una actualización del Código de Autorregulación Publicitaria que incluye novedades como la inclusión en los envases y el packaging de cerveza con alcohol un pictograma de advertencia para prevenir el consumo de cerveza durante el embarazo. Otra novedad es el código QR que aportará la información nutricional completa al consumidor. Este nuevo código será una realidad durante 2024.

Gracias a estos cambios, una vez más, el sector cervecero español sigue demostrando su compromiso con una comunicación comercial responsable como ya hizo en los años 90 con la aprobación del primer código en el ámbito de la alimentación y bebidas de nuestro país, cuando todas las empresas asociadas adoptaron voluntariamente el Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España. Durante 2023, no se registraron reclamaciones ante la Comisión Paritaria

encargada de velar por el cumplimiento de este código.

Este código representa un paso significativo en el compromiso de las cerveceras con sus consumidores, ya que establece principios y normas que garantizan la legalidad, honestidad, veracidad, ética y responsabilidad social en todas las comunicaciones comerciales relacionadas con la cerveza.

Apoyo a la investigación

Cerveceros de España mantiene su compromiso con la investigación. Por ello, ha seguido colaborando con entidades académicas para investigar la cerveza desde distinto ángulos, incluyendo la Fundación Benéfico-Docente de la AETCyM y la Asociación Española de Técnicos de Cerveza y Malta.

Además, siguen apoyando actividades investigadoras del Foro para la investigación de la Cerveza y Estilos de Vida, entidad cuyo objetivo es dar respuesta a la demanda informativa en relación con la cerveza, a través de estudios objetivos, incluyendo proyectos de centros líderes y becas para jóvenes científicos.

Compromiso y valores compartidos

Las compañías cerveceras han seguido desarrollando este año numerosas iniciativas, sobre todo, aunando esfuerzos junto a la hostelería, y apoyando y ofreciendo así, continuidad a los distintos proyectos que impulsan la transformación digital de la hostelería; además de conseguir generar valor compartido promoviendo iniciativas de diversidad e igualdad de

género, empleo para colectivos en riesgo de exclusión y programas de formación y mentorización para jóvenes en hostelería y turismo.

Búsqueda de la igualdad

La igualdad de género y de oportunidades se ha convertido en un pilar fundamental para diversas cerveceras, que han implementado planes y comisiones para garantizar un ambiente laboral equitativo y libre de discriminación. Estas iniciativas incluyen auditorías salariales periódicas para eliminar la brecha salarial, políticas de flexibilidad laboral que permiten a los empleados equilibrar sus responsabilidades familiares y profesionales, y programas de formación en liderazgo inclusivo. Además, se han establecido comisiones de igualdad y sistemas de selección de personal basados en la no discriminación, asegurando que todos los empleados y candidatos tengan las mismas oportunidades de crecimiento y desarrollo. Estas medidas han demostrado ser efectivas, con avances significativos en la reducción de la brecha salarial y una mayor representación de mujeres en puestos directivos. El compromiso con la igualdad de género es un esfuerzo continuo y colectivo que busca fomentar un entorno laboral inclusivo y justo para todos los empleados en el sector cervecero.

En 2022, el porcentaje de mujeres en las grandes cerveceras alcanzó el 27,51%. Aunque todavía hay margen para mejorar en términos de igualdad de género, es alentador observar que este porcentaje ha ido incrementándose año a año, reflejando un progreso continuo y positivo en el sector cervecero.



10

Al servicio de un
sector unido y
diverso



Poner en valor al 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 es parte de la misión de Cerveceros de España.

Por este compromiso, la asociación trabaja constantemente para apoyar a todos sus asociados como sector unido y diverso, poniendo a su disposición distintos servicios que logren impulsar sus oportunidades de negocio y aumentar su competitividad. Desde la asociación, la colaboración con todos los asociados siempre ha supuesto un deber importante, también en este 2023 tan marcado por la incertidumbre.

Representación institucional

Para Cerveceros de España, servir de puente entre las instituciones públicas y todos sus asociados es un objetivo clave, y es por eso por lo que han seguido manteniendo una estrecha relación con los diferentes agentes sociales e instituciones durante este 2023.

Para seguir manteniendo estas colaboraciones, la asociación ha trabajado estrechamente con todas las cerveceras asociadas, poniendo especialmente el foco en aquellas propuestas e inquietudes del sector para darle voz ante las instituciones pertinentes y demás organismos de interés.

Asesoría, normativa y legislación

Cerveceros de España cuenta con un área de consulta y apoyo donde los asociados pueden acudir para conocer todas las novedades en legislación comercial, publicitaria o de cualquier otra materia, además de acceder a información procedente de fuentes oficiales a disposición de los asociados.

La asociación también dispone de un servicio de asesoramiento legal sobre aquellas cuestiones relacionadas con el proceso de elaboración, las normas de calidad y requerimientos sanitarios hasta los complejos procedimientos de comercialización de la cerveza.

Internacionalización

El apoyo a la comercialización en el exterior a las cerveceras ha sido uno de los grandes objetivos para Cerveceros de España en 2023. Así la asociación ha estado presente en ferias internacionales para apoyar a las cerveceras y a la marca BeerFromSpain, tanto en la feria Beer&Food Attraction de Rimini (Italia), como en ProWen Düsseldorf (Alemania), Taste Spain de Londres y Taste Spain de Milán.

El Grupo de Internacionalización es el encargado de promocionar el sector en los diferentes mercados de todo el mundo para difundir la cultura cervecera de la forma como es entendida en nuestro país. Tras la firma del acuerdo



AL SERVICIO DE UN SECTOR UNIDO Y DIVERSO

con el ICEX ese mismo año, Cerveceros de España reforzó durante 2023 su estrategia de internacionalización para seguir posicionando a la cerveza española como referente en el sector.

Digitalización

Desde Cerveceros de España se impulsa la modernización y digitalización a través de herramientas como Brewing Team, que nació en 2021 para paliar la necesidad de digitalizar las cerveceras craft, y que tiene como objetivo de aportarles una herramienta de gestión hecha por cerveceros y para cerveceros, atendiendo las necesidades concretas del sector, como un mayor control de costes y eficiencia.

En definitiva, una solución innovadora y colaborativa que apuesta por el crecimiento y mejora continua desde dentro del sector.

Fiscalidad

Para Cerveceros de España, servir de conexión y punto de entendimiento entre las entidades públicas y privadas con sus asociados es una tarea imprescindible. Teniendo en cuenta la implicación de la carga tributaria en diversos aspectos como el turismo o la hostelería, la asociación busca aportar nuevas propuestas que creen valor para la sociedad. Así, todos los asociados tienen la posibilidad de participar en grupos de trabajo específicamente creados para tratar temas en relación a la fiscalidad y a la simplificación de los impuestos especiales.

Información del sector

En un contexto de sana y dura competencia dentro del sector cervecero, los asociados cuentan con una fuente de información actualizada para ofrecer un producto de la mayor calidad posible al consumidor, adaptado a sus gustos y demandas. De esta forma, Cerveceros de España pone a disposición de todos sus asociados el acceso a datos e informes sobre el sector cervecero para conocer las últimas tendencias del entorno en el ámbito nacional e internacional a través de las sesiones de trabajo y documentación.

Sostenibilidad medioambiental

Para la asociación, la sostenibilidad medioambiental es fundamental. Cerveceros de España cuenta con un grupo de trabajo específico para llevar a cabo el seguimiento de aquellos indicadores necesarios en relación con los distintos compromisos medioambientales. En este

sentido, Cerveceros de España ha seguido trabajando en la línea de asesoramiento a sus asociados para desarrollar políticas de actuación responsables con el medioambiente, en un contexto en el que ser sostenible cada vez es más que necesario.

Formación

Cerveceros de España en 2023 continuó desarrollando actividades formativas para los asociados. De esta manera, la asociación desarrolla actividades tanto presenciales como online en los diferentes ámbitos de actuación del sector, además de sesiones sobre elaboración impartidas por la Escuela Superior de Cerveza y Malta.

Acceso a fondos públicos

Cerveceros de España, conocedores de la importancia que suponen los fondos públicos, creó mecanismos para informar de todas las convocatorias que puedan ser de interés para sus asociados a todos los niveles de la administración.





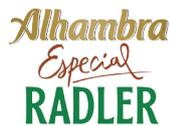
11

Nuestras marcas



MAHOU SANMIGUEL

MAHOU SAN MIGUEL



Damm

DAMM



HEINEKEN ESPAÑA



HIJOS DE RIVERA



COMPañÍA CERVECERA DE CANARIAS



GRUPO
AGORA

GRUPO AGORA



ASOCIADOS CRAFT





ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CERVECEROS ARTESANOS INDEPENDIENTES

