

2017

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

Publicación conjunta de



Cerveceros
de España



Con la colaboración de



Malteros
de España



FEHR
Federación Española de
HOSTELERÍA

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: 013-18-112-4
Depósito Legal: M-21298-2018





2017

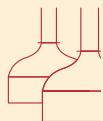
INFORME SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR DE **LA CERVEZA** EN ESPAÑA

Preámbulo

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

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

Contenidos



QUIÉNES SOMOS:
CERVECEROS DE ESPAÑA

página 3



MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL
DE CERVECEROS DE ESPAÑA

página 5



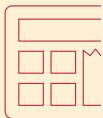
01
UN PAÍS CERVECERO

página 7



02
CONSUMO DE CERVEZA

página 9



03
VENTAS DE CERVEZA

página 15



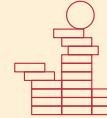
04
PRODUCCIÓN DEL SECTOR

página 19



05
COMERCIO EXTERIOR

página 23



06
RELEVANCIA DE LA CERVEZA
EN LA ECONOMÍA NACIONAL

página 25



07
APUESTA POR LA
MATERIA PRIMA NACIONAL

página 29



08
SOSTENIBILIDAD Y
CALIDAD EMPRESARIAL

página 33



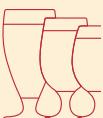
09
SECTOR COMPROMETIDO
CON LA SOCIEDAD

página 37



10
BEBIDA NATURAL Y
MEDITERRÁNEA

página 43



11
NUESTRAS MARCAS

página 45



QUIÉNES SOMOS
CERVECEROS DE ESPAÑA



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

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

Esta asociación está integrada en la **FIAB** (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas) y se encuentra muy involucrada en las actividades desarrolladas por los organismos europeos Cerveceros de Europa y EBC (European Brewery Convention), dedicado a investigar y mejorar la calidad de esta bebida.

El sector cervecero participa en **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.

COMPANÍAS FUNDADORAS DE CERVECEROS DE ESPAÑA



NUEVOS ASOCIADOS



MENSAJE DEL
DIRECTOR GENERAL DE
CERVECEROS DE ESPAÑA





El sector cervecero y el turismo crecen de la mano en 2017

En 2017 hemos vivido un año de crecimiento en el sector cervecero, en línea con la tendencia desde que comenzaron a notarse los efectos de la recuperación del consumo en 2012. En este sentido, prácticamente todos los indicadores han experimentado subidas: tanto las cifras de consumo, como las de ventas y producción, pasando por las de exportación, muestra de la buena salud de la que gozan nuestras marcas más allá de nuestras fronteras y fruto de la estrategia de internacionalización por la que apuestan.

Además, el vínculo del sector cervecero con la hostelería ha continuado reforzándose durante el pasado año; así, ésta sigue siendo el principal canal de consumo de la cerveza. Se trata de una muestra más del consumo moderado y responsable que prima en nuestro país, mayoritariamente en bares y terrazas y acompañado en prácticamente todos los casos con algo de comer. En esta ecuación, el turismo desempeña un papel fundamental, ya que la inmensa mayoría de visitantes extranjeros que visitan nuestro país consumen cerveza durante su estancia. Aprovechar

esta sinergia es un punto clave para seguir reforzando nuestra imagen de país. En este punto, destaca asimismo la contribución del sector cervecero al deporte y al fomento de una vida saludable: a través de los más de 60 millones de euros anuales que las compañías cerveceras dedican al patrocinio deportivo y de interés cultural, contribuyen a la promoción de equipos o clubes minoritarios o de deportes menos mediáticos y favorecen la posibilidad de que se celebren importantes eventos deportivos a nivel nacional e internacional en España.

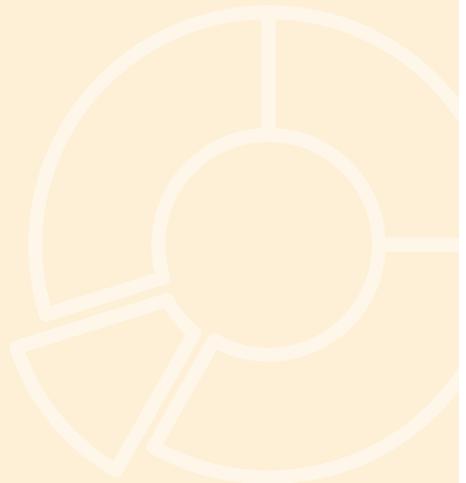
Desde el sector cervecero estamos orgullosos de lograr estos resultados y totalmente determinados a seguir trabajando, día a día, para reforzar nuestro compromiso con toda la cadena de valor que hay detrás de cada cerveza, y que incluye a los agricultores, productores, distribuidores y hosteleros. Y por supuesto, para que todos los consumidores puedan seguir disfrutando de esta bebida.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "J. Olalla" followed by a surname.

Jacobo Olalla Marañón,
Director General de la Asociación de Cerveceros de España

01

| UN PAÍS CERVECERO



UN PAÍS CERVECERO

ASTURIAS, LA RIOJA, CATALUÑA Y CASTILLA LA MANCHA

Cerveza, vino, sidra y cava son primas hermanas. Las bebidas fermentadas forman parte de nuestra cultura mediterránea. La cerveza, junto al vino, está reconocida como alimento según la norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta aprobada en 2016.

GALICIA

Además del marisco, que marida muy bien con la cerveza, Galicia es tierra de lúpulo. La cerveza es *cervexa* en gallego.

CANTABRIA

Los cántabros maridan la cerveza con rabas de calamar; una combinación perfecta.

PAÍS VASCO Y NAVARRA

Les gusta disfrutar de la cerveza en vaso chato y le llaman "zurito". La cerveza es *garagardo* en euskera.

ARAGÓN

La pareja más famosa de la cerveza, la oliva, tiene mucha fama en esta tierra.

CATALUÑA

La comunidad española con más centros de producción (103 en 2017). Aquí se encontraron los restos de cerveza más antiguos de Europa, en la cueva de Can Sadurní en el Baix Llobregat. La cerveza es *cervesa* en catalán.

CASTILLA Y LEÓN

El origen de la cerveza. Los principales ingredientes de la cerveza, el lúpulo y la cebada, se cultivan mayoritariamente en esta región.

EXTREMADURA

La tierra del jamón ibérico, uno de los productos estrella de la gastronomía española, junto a la cerveza, el aceite de oliva y el vino, que son los más demandados en China.

ANDALUCÍA

Zona líder en ventas de cerveza en España y no es casualidad que sea una de las zonas más visitadas por los turistas extranjeros.

MADRID

Aquí se acuñó el concepto de "caña", y sus hosteleros tienen fama de que la tiran mejor que nadie: fría, en vaso de cristal y con un dedo de espuma.

COM. VALENCIANA

En esta comunidad, cultivan uno de los productos de la gastronomía española que solamente marida con la cerveza: la alcachofa.

BALEARES

Una de las comunidades autónomas que más turistas recibe.

CANARIAS

Las ventas de cerveza en esta zona suponen un 4% del total de España.

CATALUÑA, MADRID, ANDALUCÍA Y COM. VALENCIANA

Las comunidades en las que hay más bares para disfrutar de una cerveza.

02

| CONSUMO DE CERVEZA

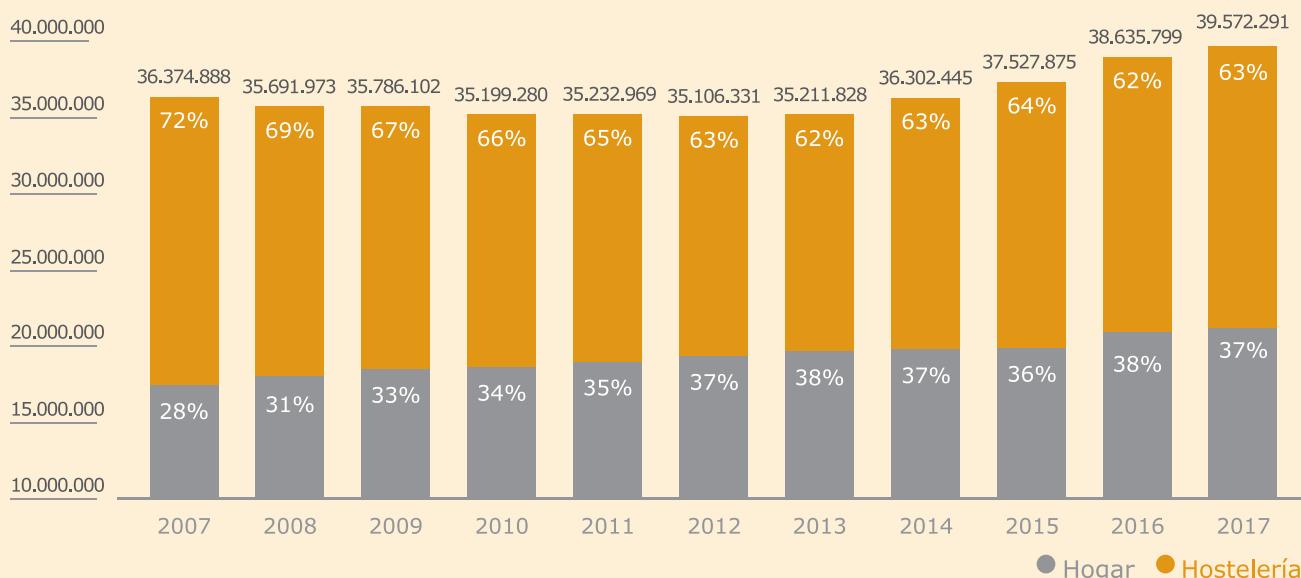


El consumo de cerveza ha continuado creciendo en 2017 hasta llegar a los casi 40 millones de hectolitros, tras un incremento del 3,7%¹, en el mismo año en que hemos alcanzado una nueva cifra récord de turistas, con 82 millones² de personas.

Existen diversos factores que han contribuido a este incremento: desde el ya mencionado auge del turismo en nuestro país, cada vez más notable; pasando por la climatología favorable, con un verano cálido cuya temperatura media ha superado en 1,6 grados³ la habitual; la consolidación de la recuperación económica iniciada en 2012, con su consecuente mejora del consumo; y la estabilidad fiscal.

Lo más significativo de este crecimiento, por otro lado, es que se da mientras se mantienen nuestras pautas de consumo mediterráneas, es decir, de manera responsable, moderada y social; prueba de ello es que España tenga uno de los consumos per cápita de cerveza más bajos de la Unión Europea.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CERVEZA APARENTE POR CANAL (hl)⁴



"La cerveza es una bebida que en España consume casi toda la población adulta y, de hecho, desde hace unos años destaca la evolución del consumo de esta bebida en hostelería por parte de mujeres, que en el último año ha aumentado un 12%"

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

² Turespaña según estadísticas del INE. Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

³ Agencia Estatal de Meteorología (AEMET).

⁴ "El consumo de cervezas fuera del hogar en 2017". Kantarmedia, 2018. Hipótesis elaborada a partir del panel de consumo para el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) teniendo en cuenta el número de turistas. En 2016 cambia la metodología para calcular estas cifras, ya que el INE comienza a publicar la estancia promedio de los turistas.

La hostelería es el principal canal de consumo en España

El consumo de cerveza en el canal hostelero representa un 63% del total, tras haberse incrementado un 6,7% en 2017; de esta manera, la hostelería continúa siendo el principal canal de consumo de esta bebida, en línea con las pautas de consumo social prevalentes en España.

De hecho, la cerveza es la bebida fría más consumida en hostelería, con un 37,4%⁵ del total y un 38,7% en valor, lo que la coloca muy por encima de otras opciones, tras haber experimentado un crecimiento de 1,4 puntos porcentuales. Además, el 94% del consumo en este canal se da en un contexto social, es decir, acompañado por amigos, familia, pareja o compañeros de trabajo; de hecho, en los últimos dos años el consumo en solitario de cerveza en hostelería se ha reducido del 7,2% de 2015 al 6,1%⁵ actual. Otro de los datos que respaldan este tipo de consumo social es el de la motivación principal a la hora de consumir esta bebida, que es "tomar algo con gente" (24% de los casos) o relajadamente (20%).

Si bien el consumo del binomio cerveza-tapa es algo consolidado en nuestro país, en 2017 asimismo se ha producido un incremento del consumo de esta bebida durante comidas o cenas, que ya representa un 32,1% del total, tras un incremento desde el 30,8% en 2016⁵. Por otro lado,

cabe destacar que la cerveza impulsa el consumo de alimentos como acompañamiento, por tener lugar su consumo mayoritario durante la tarde y el aperitivo; de esta manera, el consumo de cerveza fomenta el de alimentos y éstos terminan representando el mayor porcentaje de gasto en hostelería⁶; de hecho, del consumo total de cerveza en hostelería, el 60,4%⁵ se da junto a aperitivos o tapas. De esta manera, el consumo de cerveza acompaña sistemáticamente al de comida de una manera u otra.

Otro de los datos destacables es el de la evolución del consumo de cerveza en establecimientos hosteleros por parte de mujeres. Así, en el último año, éste ha aumentado un 12% con respecto al año anterior: el 70% de las mujeres mayores de 18 años han consumido cerveza fuera del hogar⁵.

Asimismo, el consumo de cerveza puede suponer hasta un 25% de la facturación de bares, y hasta el 40% si éstos cuentan con menos de diez empleados⁷.

Por otro lado, en línea con el incremento del consumo de cerveza en hostelería, el empleo en el sector hostelero creció en 2017 un 4,9%, generando cerca de 80.000 nuevos empleos hasta superar 1,5 millones de puestos de trabajo en el sector⁸.



⁵ "El consumo de cervezas fuera del hogar en 2017". Kantarmedia, 2018.

⁶ "Consumo de bebidas con contenido alcohólico en hostelería". Análisis de Investigación, 2016.

⁷ "Informe del valor generado por la cerveza en la hostelería y el turismo". PricewaterhouseCoopers, 2016.

⁸ Afiliación a la Seguridad Social. Ministerio de Empleo.

El sector cervecero y el turismo, dos caras de la misma moneda.

Uno de los principales factores que influyen en el incremento sostenido de consumo de cerveza es el turismo. España es el segundo destino turístico en número de llegadas, sólo por detrás de Francia, tras alcanzar los 82 millones de turistas extranjeros en 2017⁹. De hecho, el 99,5% de los visitantes extranjeros mayores de 18 años, es decir, la práctica totalidad, consume cerveza durante sus vacaciones en España¹⁰.

En esta línea, en los últimos años, el consumo de cerveza ha crecido en paralelo al incremento del número de visitantes extranjeros. Entre 2012 y 2017, el consumo de cerveza aumentó un 14% mientras que el turismo lo hizo en un 24%. Además, los países de procedencia de la mayoría de los turistas son de gran tradición cervecera: Reino Unido encabeza la lista, seguido de Alemania y Francia.

Por otro lado, la cerveza es uno de los nueve productos españoles más reconocidos por los turistas extranjeros que visitan España según el estudio "Percepción de los productos y marcas agroalimentarias de España en turistas extranjeros", elaborado por Foro de Marcas Renombradas Españolas (FFMRE) y la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), que reconoce la gastronomía como el segundo atractivo turístico de España, solo superado por el clima.

El sector cervecero contribuye en gran medida a que España destaque por la calidad de su hostelería. A través de la publicidad de las marcas de cerveza y de su apuesta por la innovación, con el desarrollo de nuevas variedades de cerveza y nuevas especialidades, la industria cervecera impulsa al sector hostelero, su natural aliado, apoyándose en el binomio cerveza-tapa.

España cuenta con más de 270.000 locales de hostelería¹¹ repartidos por todo el territorio nacional, es uno de los países con mayor densidad de bares y restaurantes, y es un referente por la calidad de su oferta: calidad y variedad del producto, alto nivel del servicio y profesionales, buenas instalaciones -donde destacan especialmente las terrazas que permiten disfrutar del buen clima español- y un precio razonable -favorecido por el mantenimiento de los tipos aplicables al consumo de cerveza y del tipo de IVA reducido en la hostelería-.

Así, la excelente relación calidad-precio de la oferta hostelera de nuestro país redundá en la calidad de la oferta turística y convierte a España en un destino atractivo y competitivo.

Contribuyendo al turismo a través del patrocinio

El sector cervecero también contribuye con el sector turístico apoyando al deporte español, que es otro de los grandes atractivos del país, a través de la publicidad y el patrocinio deportivo.

Las compañías cerveceras invierten más de 60 millones de euros en patrocinios deportivos y/o de interés cultural, cifra que se duplica con la activación del patrocinio, favoreciendo así la posibilidad de que se celebren importantes eventos deportivos a nivel nacional e internacional en España. De esta manera también contribuye a asociaciones, federaciones o clubes deportivos, tanto mediáticos como más minoritarios, y sus respectivos deportistas, que de otra manera no podrían salir adelante.

⁹ Turespaña según estadísticas del INE. Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

¹⁰ "Consumo de bebidas con contenido alcohólico en hostelería". Análisis e Investigación, 2016.

¹¹ Directorio central de Empresas (CIRCE). Instituto Nacional de Estadística (INE).

Líderes en cerveza sin alcohol

España es líder a nivel europeo en cerveza sin alcohol, tanto en producción como en consumo. En el consumo tanto dentro como fuera del hogar, la cerveza sin alcohol representa un 14,7% del total de litros consumidos¹². Asimismo, en 2017, el consumo de esta variedad en hostelería representó un 12,1%¹³ del total y un 13,3% en valor. Por otro lado, el 90% de aquellos que consumen sin en establecimientos hosteleros beben a su vez cerveza con alcohol. Además, cada vez se lanzan al mercado más productos encuadrados dentro del segmento de baja graduación o mezclas. De todos estos datos se extrae que el consumo de esta bebida en España se hace de manera responsable y siempre buscando su sabor y propiedades, y no la graduación alcohólica que, además, en el caso de esta bebida es baja, en torno a los 4,5 grados.

Diferenciación de las bebidas fermentadas

La comunidad científica reconoce que no todas las bebidas con contenido alcohólico son iguales. Incluso la Organización Mundial de la Salud (OMS) aboga por un trato diferenciado para las de baja graduación, poniendo el ejemplo de Rusia donde se está favoreciendo a las bebidas con bajo contenido alcohólico, como la cerveza, frente al vodka. Asimismo, la OMS defiende que para reducir el consumo abusivo de alcohol y los perjuicios que se derivan del mismo, se deben promocionar las bebidas de baja graduación¹⁴.

Las bebidas fermentadas son aquellas naturales, de carácter agrícola, uso alimentario y elaboradas exclusivamente a partir de la fermentación de la uva, los cereales, los frutos carnosos o bayas. De hecho, la cerveza, junto al vino, es la única bebida con contenido alcohólico que es considerada alimento¹⁵.

Asimismo, recientemente la Comisión Europea, con el objetivo de reducir la ingesta de alcohol en Europa, propone estimular el consumo de cerveza de baja graduación alcohólica aplicándole un impuesto especial con tipo reducido¹⁶.

En España consumimos de manera moderada y social

El 90,3%¹⁷ del consumo de cerveza que se realiza en cafeterías, bares y restaurantes, tiene lugar principalmente durante la tarde, el aperitivo y la comida. Además, prácticamente siempre (94%¹³) se realiza en compañía. Estos datos, unidos a uno de los consumos per cápita más bajos de la Unión Europea de 48,3¹⁸ (frente a la media europea ponderada en función del consumo de 76 litros anuales y otros países con niveles de consumo muy superiores como República Checa, 143 litros anuales, o Alemania, 104 litros¹⁹), ponen de manifiesto nuestras pautas de consumo particulares: moderadas, de manera social y como parte de nuestra dieta y costumbres mediterráneas. Asimismo, conviene destacar que España presenta uno de los niveles más bajos de abuso de bebidas con contenido alcohólico y el menor nivel de riesgo según la Organización Mundial de la Salud²⁰.

Al mismo tiempo, en España existe una correlación entre la reducción del consumo abusivo de alcohol y la mejora en el consumo de cerveza, que se debe al patrón de consumo de esta bebida en el país²⁰.

¹² Panel de consumo para el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA).

¹³ "El consumo de cervezas fuera del hogar en 2017". Kantarmedia, 2018.

¹⁴ "Public health successes and missed opportunities: Trends in alcohol consumption and attributable mortality in the WHO European Region, 1990-2014". Organización Mundial de la Salud, 2016 y "Global strategy to reduce the harmful use of alcohol". Organización Mundial de la Salud, 2010.

¹⁵ Según la norma de Calidad de la Cerveza y de las Bebidas de Malta, Real Decreto 678/2016.

¹⁶ Nota de Prensa de la Comisión Europea sobre la actualización de las normas relativas a los impuestos especiales sobre el alcohol, 2018.

¹⁷ "Consumo de bebidas con contenido alcohólico en hostelería". Análisis e Investigación, 2016.

¹⁸ "El consumo de cervezas fuera del hogar en 2017". Kantarmedia, 2018. A partir del panel de consumo para el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (sólo contempla consumo adultos +18).

¹⁹ Beer Statistics 2017. Brewers of Europe (datos de 2016).

²⁰ "Global Status Report on alcohol and health 2014". Organización Mundial de la Salud, 2014.



03

| VENTAS DE CERVEZA



Las compañías cerveceras comercializaron 35,7 millones de hectolitros de cerveza a lo largo del año 2017, tras un incremento del 3,8% respecto al año anterior²¹, crecimiento que va en línea con el incremento del número de turistas que visitan nuestro país.

Ventas por canal

La hostelería se mantiene como principal canal de consumo de cerveza en España; prueba de ello son las ventas de esta bebida que, tras un crecimiento del 4,3% en este canal, alcanzaron los 19.840.132 hectolitros, en línea con la tendencia ascendente iniciada en 2014.

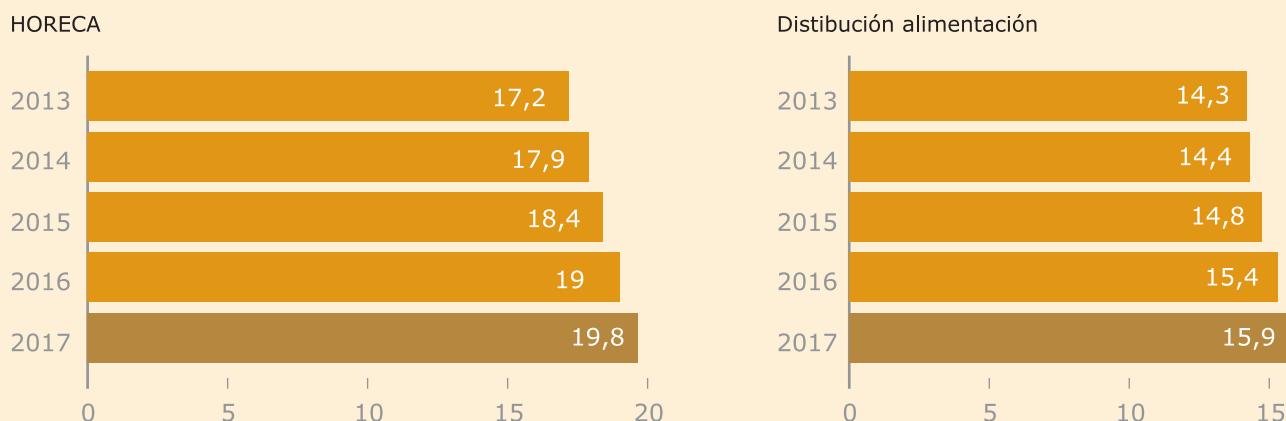
Respecto a las ventas de cerveza al hogar, éstas también experimentaron un incremento del 3,1%, alcanzando los 15.858.091 hectolitros²¹.

Ventas por tipo de envase

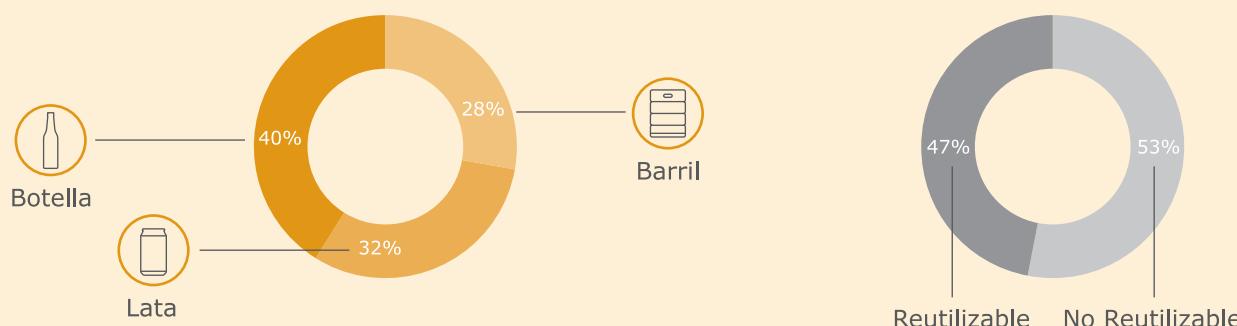
En línea con el aumento de ventas al canal hostelero, a lo largo de 2017 crecieron a su vez las ventas de cerveza en barril y botella reutilizable, los dos formatos más habituales en hostelería. Las ventas en barril crecieron un 3,5% y en botella reutilizable, un 2,3%.

Por otro lado, y acorde con el firme compromiso que el sector cervecero mantiene por la protección del medio ambiente, los envases de vidrio, que son los que mejor tasa de retorno por reciclaje y utilización logran, son los más habituales, ya que representan el 40% del total de cervezas comercializadas.

Evolución de las ventas de cerveza por canal en los últimos 5 años (millones de hl)



Ventas de cerveza por tipo de envase



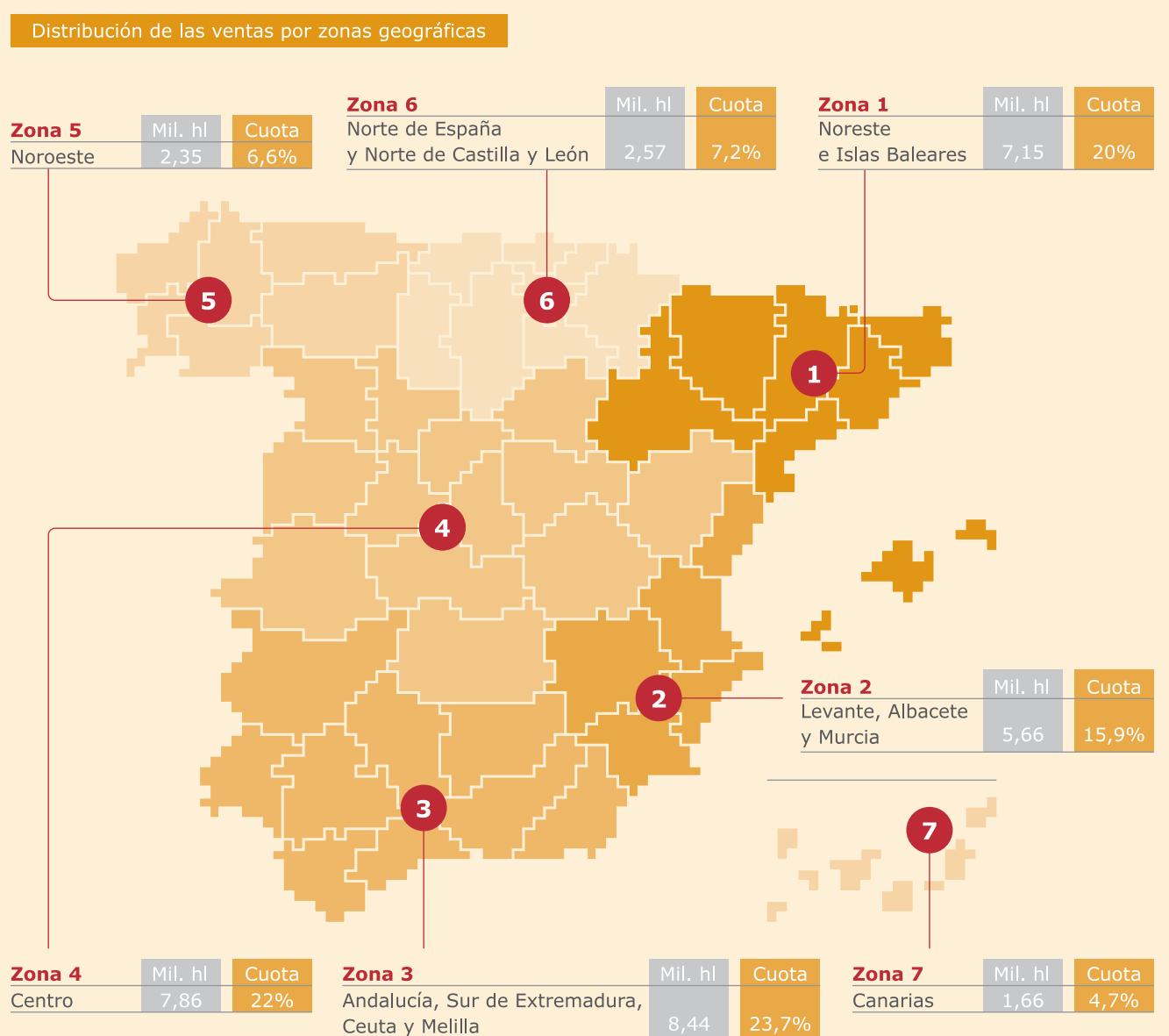
²¹ Ventas de las compañías fundadoras de Cerveceros de España.

03

Ventas por zona geográfica

La zona compuesta por Andalucía, el sur de Extremadura, Ceuta y Melilla se mantiene, un año más, como la primera en ventas de cerveza, con 8,4 millones de hectolitros comercializados en 2017, lo que representa un 23,7% del total de ventas en nuestro país. El auge del turismo en esta zona, junto con el buen clima del que suelen disfrutar, desempeñan un papel relevante en este resultado.

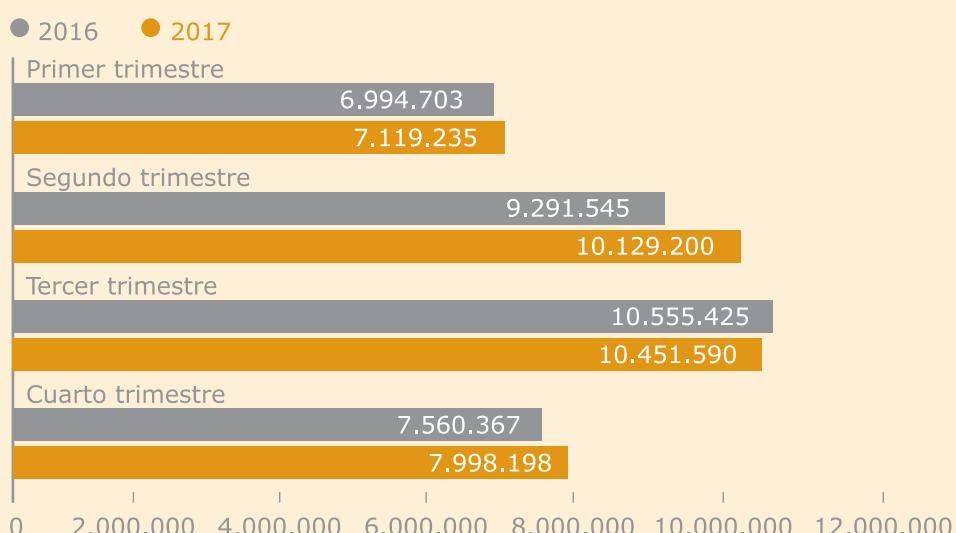
En cuanto a ventas, le sigue el centro de la península, con 7,9 millones de hectolitros, y el noreste peninsular e Islas Baleares, con 7,2 millones de hectolitros. De nuevo, el turismo (con el centro de la península con Madrid a la cabeza y la zona del noreste al completo) influye en estos resultados, de igual manera que en los de las Islas Canarias, donde continúan con su tendencia de crecimiento en cuanto a ventas de cerveza, y representan ya un 4,7% de las ventas totales a nivel nacional.



Ventas por trimestre

Otra de las pruebas que muestran que el consumo de cerveza en España se realiza de manera social y moderada son las ventas por trimestre. En ellas, se puede observar cómo el tercer trimestre (julio, agosto y septiembre) y el segundo (abril, mayo, junio), siendo los más calurosos del año, destacan por haber experimentado el mayor número de ventas; precisamente, en un año, 2017, en el que la primavera tuvo un carácter extremadamente cálido, de hasta 1,6 grados²² por encima de la media de la estación.

Ventas de cerveza por trimestre (hl)



²² Agencia Estatal de Meteorología (AEMET).

04

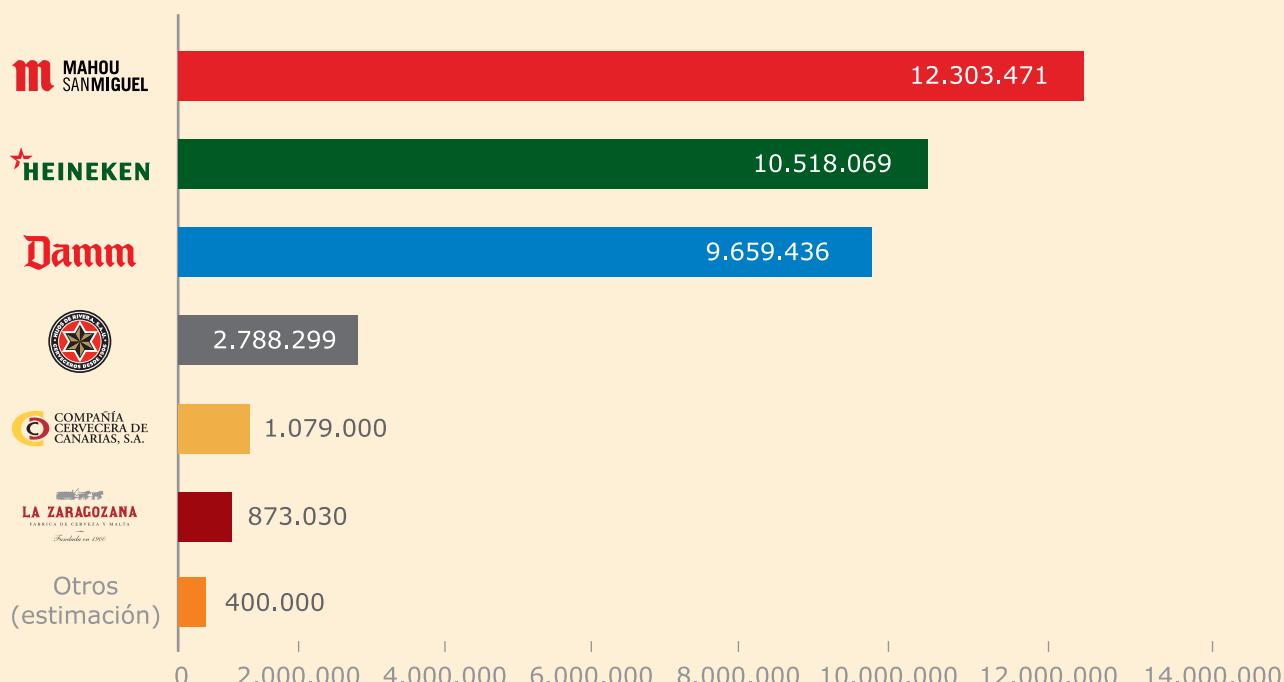
| PRODUCCIÓN DEL SECTOR



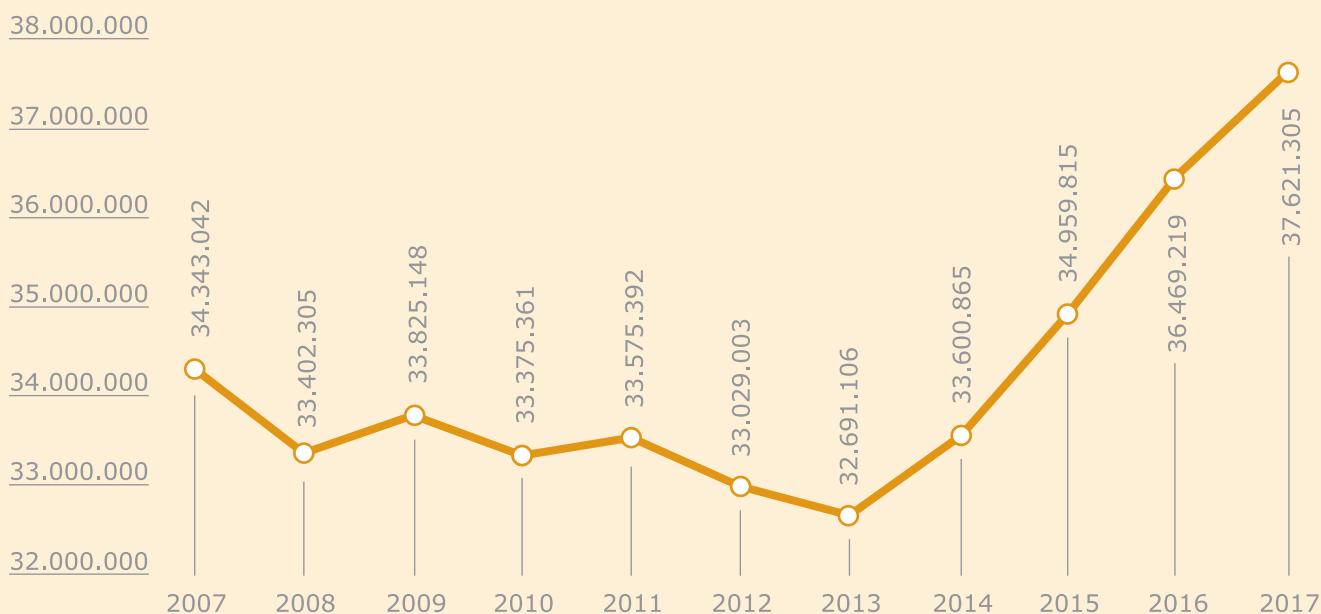
INFORME SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR DE
LA CERVEZA EN ESPAÑA 2017

La producción del sector cervecero creció en 2017 un 3,2%, con un total de 37,6 millones de hectolitros de cerveza elaborados.

Producción de cerveza en España 2017 (hl)

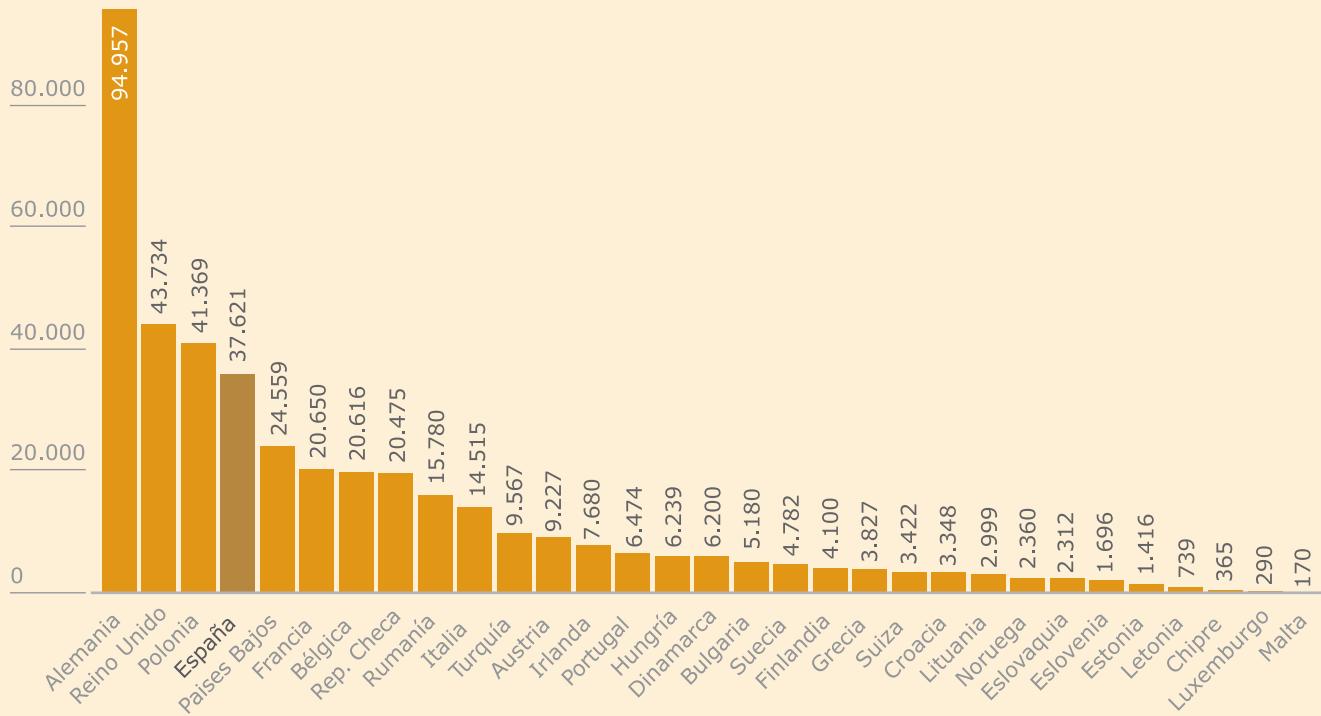


Evolución de la producción en los últimos años (hl)

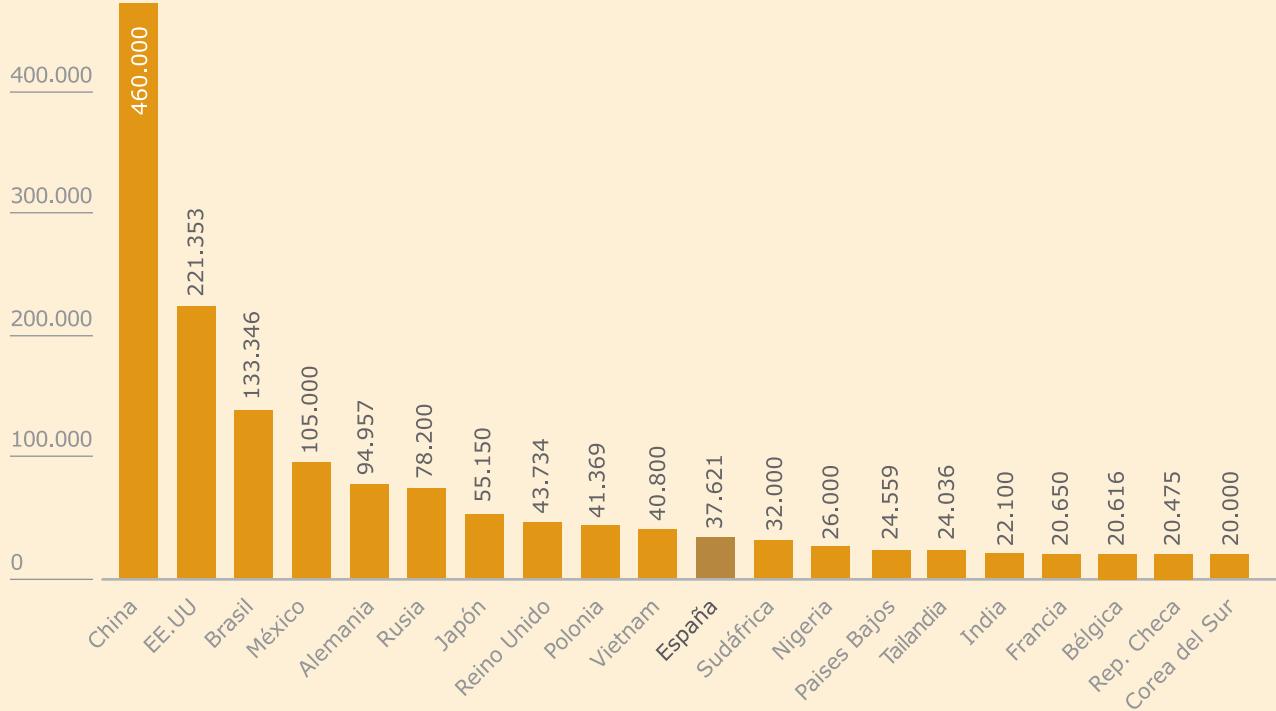


España se mantiene en el cuarto puesto en cuanto a producción de cerveza en Europa, por detrás de Alemania, Reino Unido y Polonia, si bien es el tercero en cuanto a volumen consumido en todo el país, y en undécima posición a nivel mundial²³.

Producción de cerveza en Europa 2017²⁴ (miles de hl)



Producción de cerveza en el mundo 2017²⁵ (miles de hl)



²³ The Barth Report 2016-2017. Barth Hass Group (datos de 2016, excepto dato de España de 2017).

²⁴ Beer Statistics, 2017. Brewers of Europe (datos de 2016, excepto dato de España de 2017).

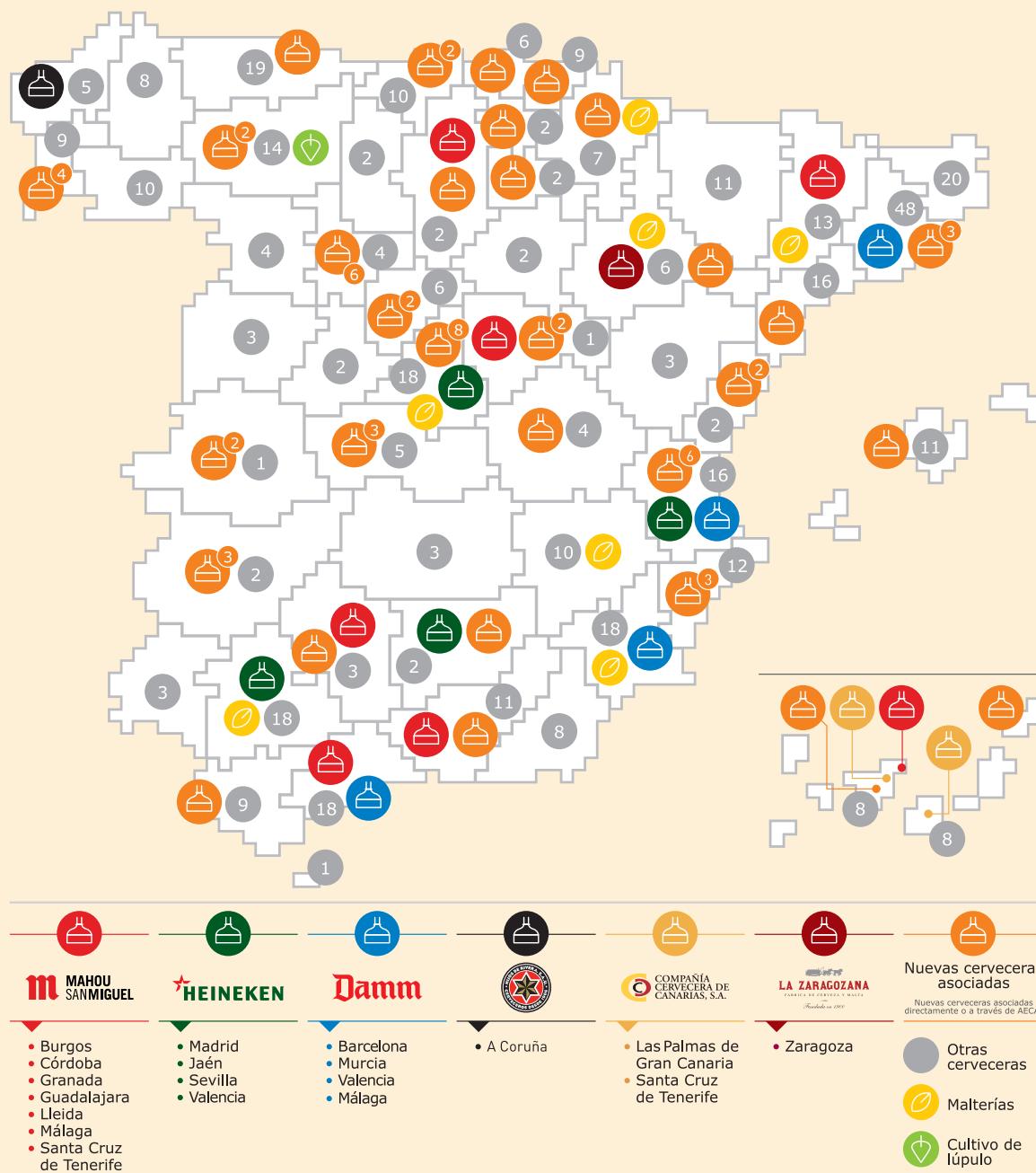
²⁵ Elaboración propia a partir de datos de Barth-Haas Group y Brewers of Europe (datos de 2016, excepto dato de España de 2017).

Un sector con fuerte presencia en el territorio español

Los buenos resultados que el sector viene experimentando en los últimos años van en paralelo con el crecimiento de las compañías cerveceras, prueba del arraigo de esta bebida en nuestro país. De hecho, en 2017 el número total de cerveceras inscritas fue de 521, con un incremento de 35 instalaciones respecto a 2016. Por regiones, destaca Cataluña, con 103 cerveceras, Andalucía, con 83, y Castilla León, con 51.

Esta aparición de nuevas compañías cerveceras y el fuerte crecimiento que han experimentado en los últimos años (uno de los más altos de Europa) ha reforzado el dinamismo de este sector y contribuye en el incremento de la cultura cervecera en España. El consumidor de cerveza español cada vez valora más que exista un amplio abanico de variedades de esta bebida para elegir en función de cada momento de consumo, incluidas las de elaboración artesana, y todas las compañías de cerveza en España están elaborando nuevas especialidades con las que satisfacer la demanda de los consumidores.

Centros de producción de cerveza en España



05

| COMERCIO **EXTERIOR**



En 2017 se exportaron 2,9 millones de hectolitros de cerveza, lo que supone un incremento de más del 240% en la última década.

Estas cifras ponen de manifiesto la buena imagen de la que goza el sector cervecero español a nivel internacional, que se ve reforzada gracias a los turistas extranjeros que visitan nuestro país cada año y que, en su práctica totalidad, consumen esta bebida: el 99,5%²⁶.

Los principales destinos de la cerveza española en 2017 fueron Portugal, China, Reino Unido e Irlanda. Resulta significativo el crecimiento de las exportaciones de cerveza a China en los últimos años (en los últimos siete años se han multiplicado por más de 300), ya que se trata de un país en el que hay una gran demanda de productos tradicionales españoles como la cerveza, el aceite de oliva, el jamón o el vino, por lo que estos productos se posicionan como "marca España".

Asimismo, resulta relevante que el tercer país al que más exportamos, Reino Unido, sea uno de gran tradición cervecera, el segundo en cuanto a consumo de esta bebida en la Unión Europea²⁷, y el que más visitantes extranjeros aporta a nuestros datos de turismo²⁸; así, estos datos son una prueba más de la popularidad de nuestras marcas a nivel internacional y de la calidad de nuestra elaboración.

Las importaciones, por su parte, se sitúan en los 4,8 millones de hectolitros de cerveza, tras un incremento del 4,4% con respecto al año anterior. Los principales países de los que importamos son Francia, Países Bajos, Alemania y Portugal.

Evolución de las exportaciones de cerveza 2007-2017



Principales destinos de las exportaciones de cerveza (millones de l)



²⁶ "Consumo de bebidas con contenido alcohólico por los turistas en hostelería". Análisis e Investigación, 2016.

²⁷ Beer Statistics, 2017. Brewers of Europe.

²⁸ Turespaña según estadísticas del INE. Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

06

LA APORTACIÓN
DE LA CERVEZA
A LA ECONOMÍA NACIONAL



El sector cervecero lleva años siendo un referente dentro del panorama agroalimentario español por su contribución a la economía. Se trata de la bebida con contenido alcohólico que mayor impacto económico tiene, a través de la recaudación de impuestos y de la generación de empleo, principalmente a través de sector hostelero.

El valor de la cerveza en el mercado supera los 15.500 millones de euros²⁹ y supone un 1,3% del PIB³⁰. Además, la cerveza genera 7.000 millones de euros en valor añadido a la economía de nuestro país.

Generando empleo de calidad

La cerveza contribuye a la creación de más de 344.000 puestos de trabajo²⁹; más del 90% en hostelería, que es uno de los principales motores de generación de empleo en nuestro país. De hecho, en este sector, el empleo creció un 4,9% en el último año, lo que se traduce en 80.000 nuevos puestos de trabajo³¹.

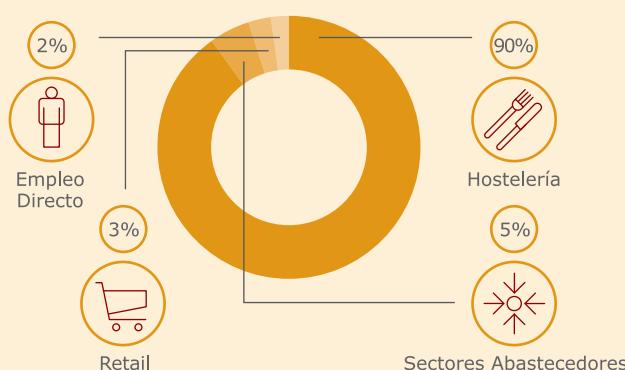
Así, España destaca como el segundo país de la Unión Europea en el que el sector cervecero crea más empleo, solo por detrás de Alemania, y representa el 15% del empleo generado por la cadena de valor de la cerveza en la UE²⁹.

En nuestro país, por cada empleo generado en la industria cervecera, se generan otros dos en el sector minorista, 3,5 en los sectores proveedores -especialmente en agricultura, con 5.700 puestos de trabajo- y 55 en HORECA.

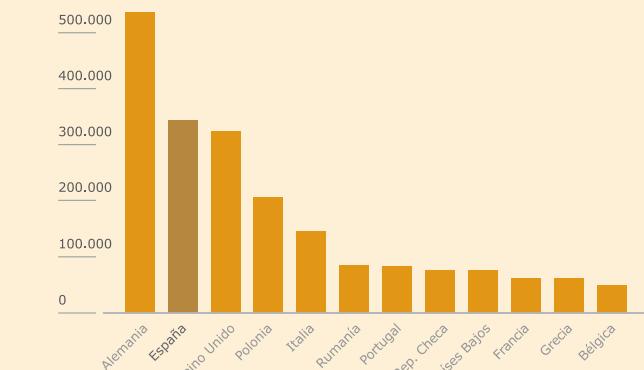
En los dos últimos años sobre los que el INE ha publicado su encuesta estructural de empresas (2014 y 2015), el empleo directo creció en el sector cervecero por primera vez desde el inicio de la crisis; así, en 2015 las cifras de empleo directo fueron similares a las de 2008, alcanzando casi los 7.000³². En paralelo, creció el empleo generado por su cadena de valor (un 5,9% en 2014, que supone cerca de 20.000 nuevos puestos de trabajo, la mayor parte en hostelería²⁹).

Además, el sector cervecero en España destaca dentro de la industria alimentaria por su alto ratio de gasto por empleado y las mejores tasas de productividad y de valor añadido³³.

Empleo generado por el sector de la cerveza



Contribución al empleo por países



²⁹ "The Contribution made by beer to the European Economy". Europe Economics, 2016, Dato de 2014.

³⁰ Instituto Nacional de Estadística (INE). Dato de 2017.

³¹ Estudio de Población Activa. Instituto Nacional de Estadística (INE).

³² Encuesta Estructural de Empresas, INE. Dato de 2015.

La aportación a los ingresos fiscales

La cerveza genera una aportación al Estado de más de 3.600 millones de euros³³ a través de la recaudación de impuestos (cifra que según estudios europeos asciende a casi 5.000 millones de euros). De hecho, la aportación de la cerveza supone un 40% más que lo recaudado con otras bebidas.

Del total de ingresos, el 83% procede del consumo en hostelería, en su mayoría gracias a las cotizaciones a la Seguridad Social e IRPF (62%) derivadas del empleo que genera el sector hostelero y el IVA en hostelería (33%)³³.

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

Concretamente en 2017, se devengaron 339 millones de euros sólo en concepto de impuestos especiales a la cerveza³⁴, cifra que confirma la importancia de mantener un marco fiscal estable para un sector estratégico como el cervecero con el fin de garantizar su aportación a la economía nacional.

El papel relevante del sector cervecero se debe a sus sinergias con la hostelería y el turismo. Así, el valor añadido del sector cervecero en España genera cerca de 7.000 millones de euros de valor añadido, la mayor parte en hostelería, que es el principal canal de consumo de cerveza -tal y como se refleja en este informe-.

De hecho, otra muestra del estrecho vínculo entre cerveza y hostelería es que esta bebida puede suponer un 25% de la facturación de los establecimientos hosteleros y hasta un 40% en el caso de los locales con menos de 10 empleados³⁵, que suponen el 97% del total (siendo España uno de los países con mayor densidad de locales de hostelería, con 270.000 establecimientos³⁵).

Recaudación por los impuestos a la cerveza



³³ "Informe del valor generado por la cerveza en la hostelería y el turismo". PwC, 2016.

³⁴ Agencia Tributaria, 2017.

³⁵ Directorio Central de Empresas (DIRCE), Instituto Nacional de Estadística (INE).

¿Por qué es necesario mantener la fiscalidad de la cerveza?

La cerveza, con el vino y el café, es uno de los productos más consumidos en los bares y restaurantes españoles. Por ello, para minimizar el impacto en un sector clave como es la hostelería, las últimas reformas impositivas sobre las bebidas con contenido alcohólico no se aplicaron a estas bebidas fermentadas.

La decisión de mantener la fiscalidad de la cerveza por parte de diferentes ejecutivos ha tenido en cuenta que con un incremento del 10% en el impuesto especial, el consumo de cerveza experimentaría una caída de 22 millones de litros, de los cuales 13 se perderían en hostelería.

Con el mantenimiento del marco fiscal de la cerveza, también se ha evitado la pérdida de más de 1.500 puestos de trabajo en la hostelería, uno de los motores de creación de empleo en España. Además, la subida del 10% en el impuesto especial también supondría reducir en 7 millones de euros la recaudación del Estado debido al coste de los subsidios de desempleo.

En cuanto al IVA, una modificación del tipo en hostelería del actual 10% al 21% hubiese llevado la destrucción de casi 18.000 empleos y una caída del consumo de cerveza cifrado en más de 170 millones de litros.

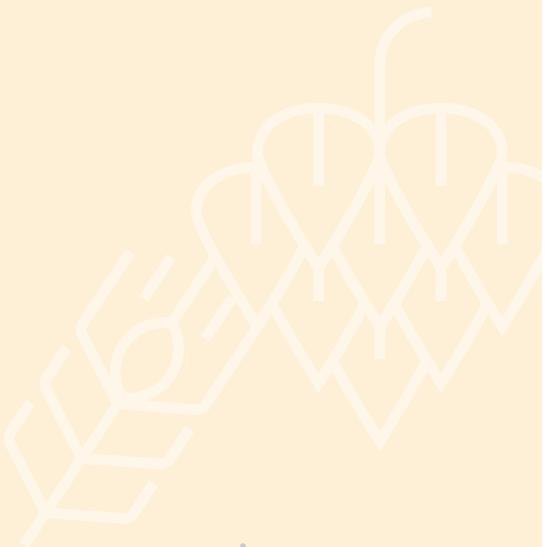
Por otro lado, hay que tener en cuenta que el consumo de cerveza representa una mayor proporción de la renta disponible para aquellos individuos con menos ingresos. Por tanto, un incremento del impuesto especial a la cerveza afectaría en mayor medida a los individuos con rentas más bajas.

Además, en los últimos años, se han obtenido incrementos sustanciales en la recaudación del impuesto especial de la cerveza sin necesidad de subir los tipos, evitando así las consecuencias negativas derivadas de una subida impositiva. De hecho, desde 2013 la recaudación neta del impuesto especial sobre esta bebida ha aumentado un 13%.



07

APUESTA POR LA
MATERIA PRIMA NACIONAL



La cerveza es una bebida elaborada con ingredientes naturales y, por ello, el sector cervecero mantiene un estrecho vínculo con el sector agrícola. El campo español, y los agricultores que lo cultivan, son el primer eslabón en la cadena de valor que hay detrás de cada cerveza.

El 90% de la materia prima que adquiere el sector cervecero (y del consumo de cerveza) es de origen español³⁶. En la elaboración de la cerveza se emplea la práctica totalidad del lúpulo y la malta cervecera cultivadas en nuestro país. De hecho, la agricultura es el sector proveedor con mayor peso específico para las compañías cerveceras y los empleos directos generados en ella ascienden a 6.000.

El lúpulo

El lúpulo es un ingrediente natural fundamental para elaborar cerveza; de sus flores se extrae la lupulina, el elemento que aporta el frescor, el sabor amargo y el aroma característicos de la cerveza.

En España se produce en torno a un millón de kilogramos de flor de lúpulo cultivada al año, si bien el pasado 2017 la cosecha fue de aproximadamente 600.000 kilogramos debido a la meteorología adversa. A pesar de ello, España se mantiene como sexto país productor de lúpulo en Europa y noveno a nivel mundial. En lo que respecta a la superficie cultivada, en 2017 se mantuvo en niveles similares a los de los años anteriores, con más de 530 hectáreas y 223 cultivadores. Las zonas en las que se concentra el cultivo de lúpulo son Castilla y León (por encima del 90%), La Rioja, Navarra, Galicia y Cataluña.



³⁶ Instituto Nacional de Estadística (INE).

La malta de cebada

La malta de cebada es el otro ingrediente imprescindible en la elaboración de la cerveza. A través del procedimiento de malteado del grano de este cereal se liberan las enzimas necesarias para producir los azúcares que después se convierten en alcohol durante la fermentación.

En 2017, se cultivaron alrededor de 900.000 toneladas de cebada cervecera en unas 320.000 hectáreas de campos españoles, de las cuales se seleccionó en torno al 75% para producir más de 500.000 toneladas de malta, lo que supone un aumento superior al 4% respecto al año anterior. A su vez, el sector exportó alrededor del 6% de la producción y facturó casi 175 millones de euros.

Existe una asociación, Malteros de España, encargada de promover y asegurar la calidad del cultivo de la cebada cervecera. La misión de Malteros de España es promover la mejora continua en instalaciones y procesos para lograr que este sector sea competitivo en los mercados internacionales.



La contribución del sector cervecero a la I+D del campo español

El sector cervecero presta un importante apoyo al sector agrícola. Un claro ejemplo de ello es la contribución a la financiación del I + D del campo español desde hace más de 25 años, a través de la denominada Red de Ensayos. La Red de Ensayos pretende mejorar la calidad y el rendimiento de las variedades de cebada en nuestro país y ha colaborado con centros públicos de investigación en Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad de Madrid y Navarra.

Desde esta red, cuya financiación se reparten entre las compañías cerveceras y las malteras, se analizan las semillas de cebada existentes para ir determinando cuáles son las que mejores perspectivas de desarrollo ofrecen, de manera que los agricultores puedan adquirirlas en el mercado y adaptarse así a las necesidades del sector cervecero. Así, se potencian las variedades de mayor producción que cumplan los requisitos de calidad del sector, y que más favorezcan a los cultivadores.

La investigación y búsqueda de nuevas variedades más productivas y adaptadas al mercado también es un objetivo para el lúpulo. Tanto los cultivadores de este "oro verde" como sus transformadores mantienen ensayos experimentando con variedades aromáticas y amargas en diferentes zonas, con el objetivo de obtener una "variedad propia" a medio plazo. En la actualidad, se continúa trabajando para lanzar variedades más resistentes a las plagas y que se adapten agronómicamente a las zonas de cultivo.



CULTIVO DE CEBADA CERVECERA LISTA DE VARIEDADES COSECHAS 2018-2019*

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

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

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



ESPECIFICACIONES ORIENTATIVAS DE CALIDAD

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

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

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

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

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



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

08

SOSTENIBILIDAD Y
CALIDAD EMPRESARIAL



El sector cervecero mantiene un firme compromiso con la sociedad y el medio ambiente, trabajando para desarrollar procesos más sostenibles y reducir su huella medioambiental. De hecho, las empresas del sector han incorporado los objetivos del COP21 de París dentro de sus políticas de responsabilidad social.

Prevención de los residuos de envases

Como prueba del compromiso del sector con la prevención de los residuos de envases, en 2017 se obtuvo un porcentaje de recuperación del 84%³⁷, tras un incremento superior al 2% con respecto al año anterior.

También como parte de dicho compromiso, las cerveceras utilizan mayoritariamente envases de vidrio (79,7% en peso del total de envases comercializados), que son los que ofrecen una mayor tasa de recuperación; dentro de éstos, el 73%³⁸ de los no reutilizables se logran reciclar. Respecto a los de metal, el 86,7%³⁹ del no reutilizable también se recicló.

Optimización de recursos naturales

El sector cervecero lleva a cabo diversas iniciativas encaminadas a reducir su huella hídrica y su huella de carbono.

Agua

De 2016 a 2017 la producción de cerveza ha subido cerca de un 3%, pero el consumo del agua necesaria para elaborarla sólo un 1,6%. Además, también ha mejorado el ratio de emisiones de agua residual, que ha descendido otro 1% (más de 120 millones de litros menos de agua residual han tenido que ser depurados, que es el equivalente al agua que puede tratar la depuradora de Segovia en casi 3 días).

Emisiones a la atmósfera

El ratio de emisiones de CO₂ continúa mejorando tanto en 2017, con una reducción del 3,6% respecto al año anterior, como desde 2008, con una reducción del 27%. Se ha evitado el CO₂ que casi 30.000 europeos hubieran emitido en alimentarse, calentarse, ducharse en un mes o que un bosque de 55.000 árboles absorbe en 50 años.

Energía

En el último año también se ha reducido el ratio de consumo de energía en casi un 2%. Además, desde 2008 se ha reducido el ratio de consumo en energía en un 27%, lo que equivale al consumo de más de 22.000 hogares españoles en un año. En cuanto al uso de energías renovables, éste es ya una realidad: mientras que en 2008 sólo el 2,4% de la energía utilizada procedía de fuentes renovables, en 2017, este porcentaje supera el 51%.

Porcentaje de recuperación de envases

2016	82%
2017	84%

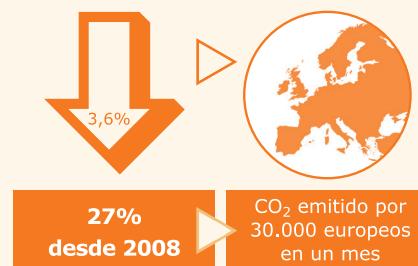
Tasa de reciclado de envases no reutilizables

Vidrio	73%
Metal	86,7%

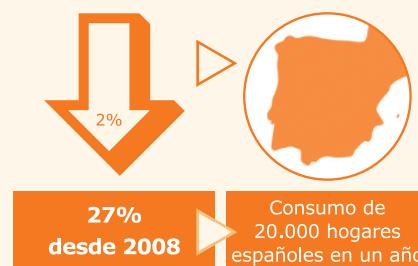
Reducción de aguas residuales



Reducción de emisiones de CO₂



Ratio de consumo de energía



³⁷ Porcentaje resultado de datos de Ecovidrio y Ecoembes de 2017.

³⁸ Datos de Ecovidrio de 2017.

³⁹ Datos de Ecoembes de 2017.

Aprovechamiento y reutilización de residuos

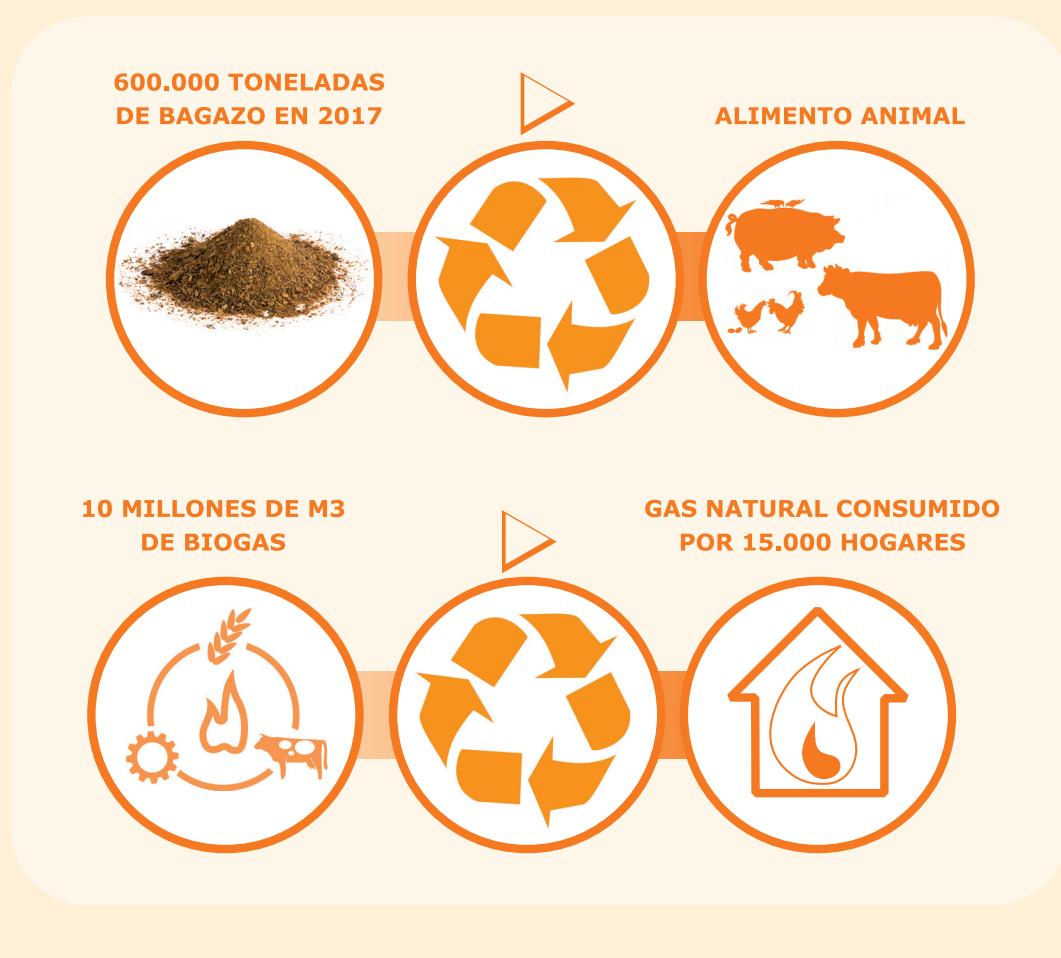
La mayor parte de los restos de producción generados en las cervecerías son de carácter orgánico y son aprovechables por otros sectores, para alimentación animal, o bien para uso agrícola. A modo de ejemplo, el bagazo, las levaduras que ya no pueden ser reutilizadas y el polvo de malta se emplean habitualmente como pienso para alimentación animal por su alto valor proteico. Asimismo, algunas sustancias de alto valor añadido de las levaduras también se utilizan en la industria cosmética y farmacéutica. De hecho, en 2017 más de 600.000 toneladas de bagazo producidas en la elaboración de cerveza se destinaron a alimentación animal.

Respecto a las tierras de diatomeas agotadas, utilizadas en la fase de filtración de la cerveza, presentan las características propias del material inicial de origen silíceo más las características adquiridas por la presencia en el residuo de las sustancias orgánicas coloidales y restos de levadura

que han sido separadas de la cerveza. Dichas tierras filtrantes se recogen, almacenan y gestionan apropiadamente, y entre sus alternativas de valorización se encuentran la enmienda del suelo, el cosustrato para compostaje y el reciclaje para fabricación de materiales de construcción.

Por último, los lodos aerobios procedentes de depuradoras de industrias cerveceras pueden ser valorizados como material orgánico en la actividad agraria para mejorar el contenido en nutrientes del suelo o destinarse al compostaje o incluso como sustitutivo de fuel.

También se produce biogás, con lo que se ahorra un importante consumo de gas natural. En 2017 se produjeron más de 10 millones de m³ de biogás, que equivalen al gas natural consumido por más de 15.000 hogares españoles en un año.



Compromiso de calidad y responsabilidad

Además de las ya expuestas, existen otras iniciativas que las compañías cerveceras llevan a cabo como parte de su firme compromiso de reducir la huella medioambiental. Éstas incluyen la implementación de planes de movilidad sostenible en los departamentos de compras, logística, distribución y responsabilidad corporativa; la instalación de puntos limpios para fomentar la recogida selectiva y concienciar a la ciudadanía en la entrega de envases usados; la incorporación de sistemas de medición de la huella de carbono; y la inversión en la optimización de su consumo energético y en la generación de energías renovables.

Las compañías asociadas a Cerveceros de España siguen rigurosamente los principios de sostenibilidad y calidad empresarial en toda su actividad. Así, mantienen un firme compromiso por garantizar el bienestar y las condiciones de sus empleados a través de la elaboración e implementación de iniciativas de seguridad laboral y desarrollo profesional y personal.

Las compañías cerveceras también buscan la excelencia y transparencia a la hora de relacionarse con sus públicos externos. Con este propósito, el sector innova en el lanzamiento de productos dirigidos a satisfacer a diferentes grupos de consumidores que, por distintas razones, no pueden tomar cerveza en su variedad tradicional o prefieren otras variantes (este es el caso de la cerveza sin gluten o la cerveza con limón). Además, las cerveceras están comprometidas en la difusión de sus comunicaciones de manera responsable procurando en todo momento que la información que ofrecen a los consumidores sea precisa y clara.

La política de responsabilidad de las empresas se traslada también a toda su cadena de proveedores. En algunos contratos de materias primas, por ejemplo, se han incluido cláusulas de responsabilidad social. Asimismo, los proveedores están implementando planes de reducción de las emisiones de CO₂ en su transporte.

El compromiso con la sostenibilidad de la industria ha sido reconocido con diferentes certificaciones en el plano social, medioambiental y económico (como EMAS, OHSAS, ISO 22000, ISO 14001 o ISO 9001). La práctica totalidad de la producción se lleva a cabo bajo parámetros de certificación contra estas normas.

Las compañías cerveceras también ofrecen programas de voluntariado para sus empleados y apoyan diferentes programas de promoción del empleo joven.

Apoyo al emprendimiento

Cerveceros de España se adhirió en 2014 a la "Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven" promovida por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. En el marco de esta iniciativa, la asociación presentó programas para poder beneficiar a más de 400 jóvenes a través de acciones formativas, becas, prácticas, contratación y fomento del emprendimiento.

Mayor ratio de gasto por empleado de la industria alimentaria

El sector cervecero posee el mayor ratio de gasto por empleado de la industria de alimentación y bebidas, por encima de la media de la industria española.⁴⁰

⁴⁰ Instituto Nacional de Estadística (INE).

09

SECTOR COMPROMETIDO CON
LA SOCIEDAD



El sector cervecero mantiene desde hace años un firme compromiso con la sociedad. Así, realiza una intensa labor de concienciación de hábitos de consumo de cerveza responsable y moderado, en el marco de nuestras pautas mediterráneas.

El sector desarrolla, en este aspecto, un papel activo en la puesta en marcha de numerosas iniciativas de prevención centradas en los menores de edad, los jóvenes adultos, las embarazadas y los conductores. Para ello, Cerveceros de España apuesta por mecanismos que han demostrado su eficacia, como la autorregulación publicitaria y las estrategias educativas y divulgativas, colaborando y promoviendo el diálogo con todos los agentes implicados que tienen sus mismos objetivos de responsabilidad: instituciones públicas y privadas, asociaciones de consumidores y de hostelería, entidades del ámbito de la seguridad vial o sociedades médicas.

Seguridad Vial

En la carretera, cerveza SIN. El sector cervecero lleva desde el año 2000 concienciando a la población sobre la incompatibilidad entre alcohol y conducción a través de esta campaña, que ha renovado en los últimos años para seguir captando el interés de conductores y ciudadanos. Un grupo de moteros recorre la geografía española promoviendo el consumo de cerveza sin alcohol al volante y trasladando un mensaje fundamental, “el alcohol y la conducción son incompatibles”.

Esta iniciativa se ha confirmado como una campaña de referencia para la sociedad y el resto de países de la Unión Europea en cuanto a seguridad vial. Entre los hitos de la campaña destacan su incorporación a la Carta Europea de la Seguridad Vial, el reconocimiento por parte del Consejo Europeo de Seguridad en el Transporte por su éxito en materia de seguridad vial y la concesión de la medalla al mérito de la Dirección General de Tráfico (DGT) por su labor y resultados en sus 10 años de trayectoria. Además, en 2014 la campaña recibió el Premio de la Fundación CEA. Cabe destacar asimismo el fuerte respaldo institucional de la campaña, que cuenta con el apoyo de cerca instituciones: la Dirección General de Tráfico (DGT), Confederación Nacional de Autoescuelas (CNAE), FEHR, ASPAYM, AESLEME, FESVIAL, Real Automóvil Club de España (RACE), AEVECAR, La Fundación Pons, PMSV, Stop Accidentes, Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos (AOP), CEA, Asociación Española de la Carretera (AEC), Rotary International, La Fundación ADA.





Prevención del consumo de alcohol en menores

Los menores no deben tomar alcohol en ninguna circunstancia. Por ello, en el marco del firme compromiso con la sociedad, desde Cerveceros de España se han impulsado y llevado a cabo diversas iniciativas y campañas, aunque, según el estudio ESTUDES 2014-2015 realizado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en el marco del Plan Nacional sobre Drogas, los jóvenes de 14 a 18 años consumen más alcohol durante el fin de semana y en mayor medida, en esos momentos, combinados y otras bebidas de alta graduación.

En esta línea, también la reciente Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024⁴¹ indica que “el elevado consumo de alcohol por parte de los menores, la forma en que éste se realiza (bebidas de alta graduación, ingesta de alcohol en breves períodos de tiempo, elevado porcentaje de borracheras), hace que siga siendo una prioridad en las estrategias de prevención y control”. En este punto, el sector cervecero siempre estará comprometido con la prevención del consumo de alcohol por parte de menores, independientemente de la graduación de la bebida.

Los padres tienen la palabra. Cerveceros de España lanzó en 2004 esta campaña, dirigida a los padres de menores entre 6 y 13 años, para fomentar su implicación a la hora de educar y ayudar a sus hijos a tomar decisiones responsables en lo que se refiere al consumo de alcohol.

La guía cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, y el de las asociaciones de padres y alumnos más representativas de España (CONCAPA y CEAPA). Desde 2004 se han distribuido más de 30.000 ejemplares de la guía en todo el territorio nacional. También se han distribuido más de 2.400 cuadernos del formador entre las Confederaciones de Padres y Madres de todo el país con el propósito de dotar a los centros de las herramientas necesarias para organizar jornadas formativas con los padres de sus alumnos.



⁴¹ Documento aprobado en el Consejo de Ministros del 9 de Febrero de 2018.

Responsabilidad y moderación entre los jóvenes adultos

Un dedo de espuma, dos dedos de frente. Orientada al público en general, pero haciendo hincapié en los jóvenes adultos, esta campaña nace en el año 2000 para recordar que el consumo de cerveza debe ser siempre responsable y moderado. A través de un certamen creativo, esta actividad pretende involucrar a los jóvenes mediante cuatro categorías en la que presentar sus proyectos: audiovisual, gráfica, fotografía y micro relatos (a través de Twitter).

La iniciativa cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de acuerdo con el Convenio Marco de Colaboración suscrito entre ambas entidades, con las asociaciones de consumidores UCE-UCA (Unión de Consumidores de Andalucía), UCA (Unión de Consumidores de Aragón) y CECU, así como con la colaboración de instituciones autonómicas.

Embarazo y lactancia sin alcohol

Un embarazo SIN. Esta campaña, que se realiza en colaboración con la Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia (SEGO), tiene como objetivo recordar la incompatibilidad del consumo de alcohol durante el embarazo, y recomienda a las mujeres embarazadas que, si van a beber cerveza, opten por la variedad sin alcohol, dentro de una dieta completa y equilibrada.

Su alimentación depende de ti. Durante la lactancia, bebe SIN. Esta campaña promueve hábitos saludables de alimentación y conciencia a las mujeres sobre la incompatibilidad del consumo de alcohol durante el periodo de lactancia, ofreciendo la cerveza sin alcohol como una opción segura durante este periodo de la vida.

Ambas campañas cuentan con el apoyo de la Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

XV EDICIÓN CERTAMEN CREATIVO

UN DEDO DE ESPUMA, DOS DEDOS DE FRENTE

PARTICIPA DESDE EL 22 DE MAYO AL 25 DE JULIO DE 2017
MÁS DE 7.000€ EN PREMIOS



PREMIOS DEL PÚBLICO	Autocine	Móvil	Gráfica	Fotográfica
	Cámara digital GoPro HERO4 (valorada en 229 €)	Teléfono Lenovo Tab 3 10 16 GB (valorada en 109 €) + funda Slim HO (valorada en 6,20 €)	Tablet Intex 8.0 Wi-Fi (valorada en 204 €)	Cámara digital Polaroid Snap Touch (valorada en 199 €) + Cartera (valorada en 13,50 €)
PREMIOS DEL JURADO	3.000 €	1.000 €	2.000 €	1.000 €

CONSULTA LAS BASES DEL CONCURSO EN WWW.UNDEDODESPUMA.ES



Su alimentación
depende de ti.
Durante la lactancia,
bebé SIN

La Asociación Española de Matronas y Cerveceros de España presentan esta campaña con el objetivo de concienciar sobre la incompatibilidad del consumo de alcohol y la lactancia, así como ofrecer pautas de alimentación saludables y equilibradas para las madres que se encuentran en este periodo de su vida.

La jornada contará con una conferencia sobre pautas de alimentación en el embarazo y la lactancia y un taller práctico/cóctel sobre nutrición e IMC.

En la sesión, participarán:

- Dña. Isabel Manzano, presidenta de la Asociación de Matronas Extremeñas.
- Dña. Rosario Sánchez Garzón, representante de la Asociación Española de Matronas, y matrona del Hospital Central de la Defensa de Madrid.
- Dña. Andrea Calderón García, dietista -nutricionista de la Sociedad Española de Dietética



Compromiso con la autorregulación

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

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

Cerveceros de España ha reforzado su responsabilidad con la sociedad mediante la realización de dos revisiones del Código, en 2003 y 2009, en las que se incluyeron medidas más estrictas focalizadas en la protección de los menores.

Con el objeto de seguir evolucionando como sector responsable y comprometido con la sociedad, en 2016 se revisó el Código por tercera vez. En esta versión, se aborda el entorno digital con especial protección a los menores de edad, con el objetivo principal de asegurar, más si cabe, que las comunicaciones comerciales del sector cervecero español no se dirijan a los menores de edad, y evitar, en la medida de lo posible, el acceso y exposición de los menores a estas comunicaciones. Por otro lado, el sector cervecero español se compromete a mejorar la información que pone a disposición de los consumidores y por ello ha incluido en esta revisión su compromiso, voluntario y progresivo, de ampliar la información nutricional y de ingredientes que incluye en el etiquetado de sus productos, dando un paso más allá de lo requerido por la legislación española y europea.

Respaldo al sector hostelero

El sector cervecero mantiene un compromiso activo con el sector hostelero español. En este sentido, el sector puso en marcha en 2013 un programa de formación sobre el servicio de la cerveza en hostelería y su vínculo con productos de calidad. En el marco de esta iniciativa se realizan sesiones de formación en escuelas de hostelería, contribuyendo activamente a la formación de los futuros profesionales de la hostelería y restauración española, incrementando su conocimiento acerca de una de las bebidas más consumidas en este canal. Asimismo, la iniciativa pone en valor los productos de calidad -aquellos que gozan de Denominación de Origen o Indicación Geográfica Protegida- de todo el país y el papel que pueden desempeñar en la alta gastronomía.

El proyecto ha contado desde su implementación con la colaboración de numerosos Consejos Reguladores de productos de Denominación de Origen o Indicación Geográfica Protegida y centros educativos donde se imparten cursos de hostelería y cocina.

Fomento de la vida activa

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

Además de organizarse carreras en diferentes ciudades españolas en las que tras un recorrido de cinco kilómetros se ofrece un aperitivo a todos los participantes, se ha propiciado la creación de una comunidad de corredores Beer Runners organizados en grupos locales que salen a correr juntos cada semana y se comunican a través de las redes sociales.

En 2017 se celebró el quinto aniversario de la puesta en marcha de este proyecto en España, del que existen más de 75 grupos repartidos por toda la geografía. A lo largo de estos años, se han organizado carreras en A Coruña, Barcelona, Madrid, Zaragoza, León, Sevilla, Valencia, Las Palmas, Murcia, Tenerife, Málaga, Alicante, Gijón, Vigo, Palma de Mallorca, Cádiz, Badajoz, Ciudad Real o Logroño, en las que han participado más de 32.000 personas.



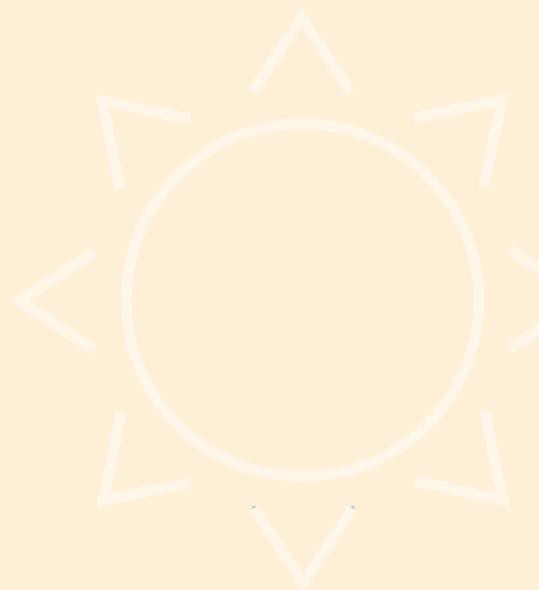
Apoyo a la investigación

Cerveceros de España apuesta por la formación de profesionales técnicos y la investigación sobre las propiedades nutricionales del consumo moderado de cerveza. Por un lado, colabora con la Fundación Benéfico-Docente de la 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, apoya las actividades del Centro de Información Cerveza y Salud, entidad de carácter científico dedicada a fomentar el estudio y la investigación sobre las propiedades nutricionales del consumo moderado de cerveza, regido por un Comité Científico formado por profesionales procedentes del mundo académico, médico y nutricional.

10

BEBIDA NATURAL
Y MEDITERRÁNEA



DESDE LOS CAMPOS DE CEBADA HASTA LOS LOCALES DE HOSTELERÍA

La norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta, que se aprobó en diciembre de 2016, define a la cerveza como **"ALIMENTO resultante de la fermentación, mediante levaduras seleccionadas, de un mosto cervecerero elaborado a partir de materias primas naturales"**.

CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES

La cerveza contiene múltiples nutrientes: **vitaminas del grupo B, minerales, magnesio, fósforo y silicio y fibra soluble.**

La variedad sin alcohol mismas características y aporta **idénticos nutrientes**.

La cerveza solo tiene **45 Kcal.** (por 100 ml.) y 17 Kcal de media en su **variedad sin alcohol**.

La cerveza está incluida en el **texto de la Dieta Mediterránea** considerada Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO y en la **Pirámide de la Alimentación Saludable** de la **Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC)**.



11

| NUESTRAS **MARCAS**



GRUPO MAHOU SAN MIGUEL



CASIMIRO
MAHOU



ALHAMBRA
RESERVA
CERVEZA ROJA
HECHA EN GRANADA



HEINEKEN ESPAÑA



Damm

GRUPO DAMM



HIJOS DE RIVERA



FÁBRICA DE CERVEZAS
Estrella Galicia

BIEREN
DE KONINCK
ANTWERP CITY BREWERY SINCE 1833

Duvel



Liefmans
Fruitesse
ON THE ROCKS

Maredsous
BIERE D'ABBEY-ABDIJBIER

VEDETT*
BIER-BEER-ÖL-CERVEZA-BIÈRE-BIRRA



PERONI
ITALY

COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS



LA ZARAGOZANA

LA ZARAGOZANA
FABRICA DE CERVEZA Y MALTA

Fundada en 1900



NUEVAS CERVECERAS



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CERVECEROS
ARTESANOS INDEPENDIENTES





CERVECEROS DE ESPAÑA

Presidente: **Richard Weissend**
Director General: **Jacobo Olalla Marañón**
Asuntos Técnicos: **Consejo Quesada López**
Asuntos Sociales: **Cristina de Aguirre Cadena**
Secretaria Dirección: **Mara Martínez Domínguez**

Sede Social:

C/ Almagro, 24 - 28010 Madrid
Tel.: 91 308 67 70
Fax: 91 308 66 61
info@cerveceros.org
www.cerveceros.org

Para ampliar información:

Gabinete de Prensa
Tel.: 91 788 32 00
equipo.cerveceros@ketchum.es

