

INFORME
SOCIOECONÓMICO
DEL **SECTOR**
DE LA CERVEZA
EN ESPAÑA
2019

Publicación conjunta de



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Con la colaboración de



HOSTELERÍA
DE ESPAÑA ©



Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Edita:

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

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

NIPO: 003200861

Depósito Legal: M-23801-2020

preámbulo

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

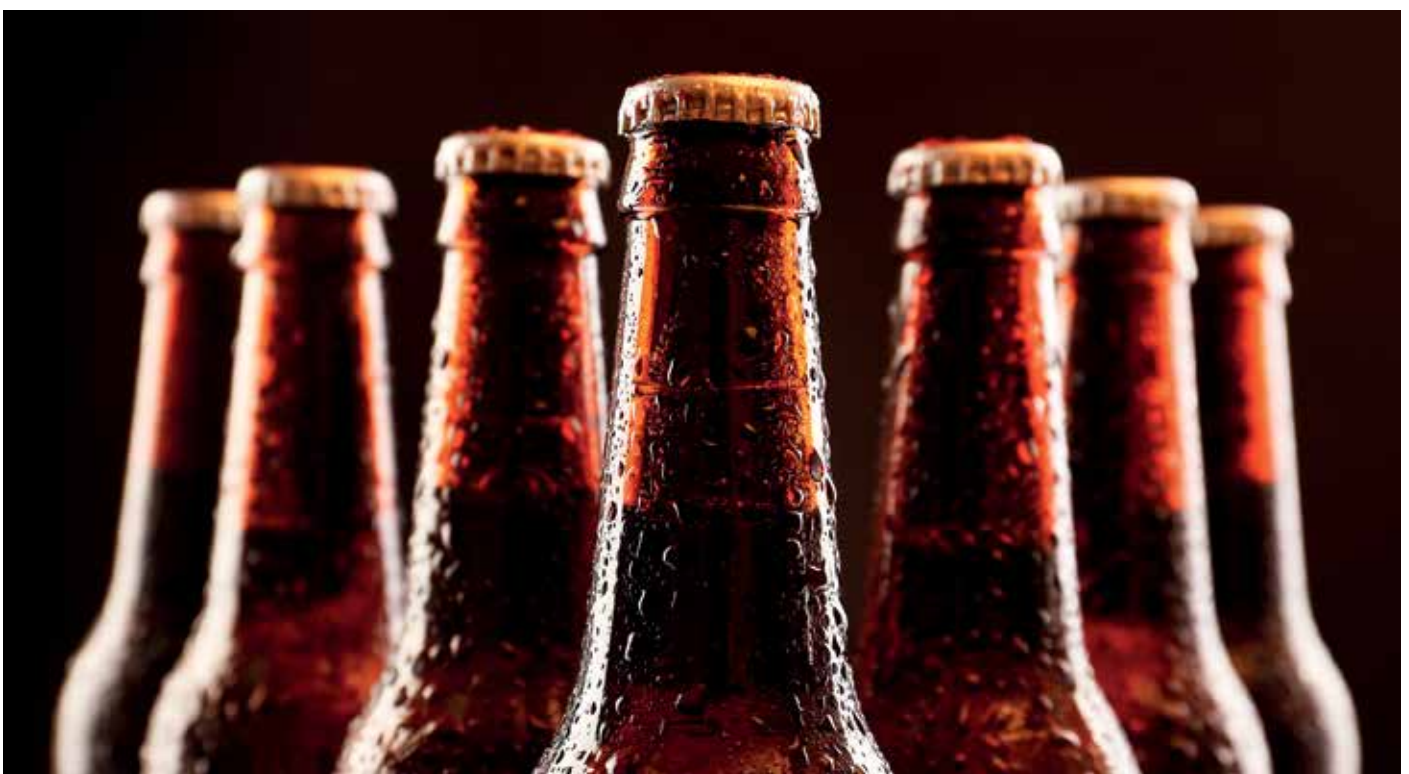
Las cifras de Cerveceros de España han sido obtenidas mediante su sistema de recopilación de datos estadísticos referentes a la producción y comercialización de cerveza o a través de datos agregados elaborados a partir de información pública (memorias, páginas web u otros documentos publicados) de las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

El informe recoge, tal y como se indica en cada caso, datos del panel de consumo de Kantar Worldpanel, referente en este campo por la exhaustividad y fiabilidad del comportamiento de los consumidores y sus actos de compra.



contenidos

Quiénes somos	Página 4
Mensaje del director general de cerveceros de España	Página 6
01 Consumo de cerveza	Página 7
02 Ventas de cerveza	Página 11
03 Producción del sector	Página 15
04 Comercio exterior	Página 21
05 Aportación de la cerveza a la economía nacional	Página 23
06 Apuesta por la materia prima nacional	Página 25
07 Sostenibilidad medioambiental	Página 29
08 Sector comprometido con la sociedad	Página 33
09 Bebida natural y mediterránea	Página 39
10 Nuestras Marcas	Página 43



QUIÉNES SOMOS: CERVECEROS DE ESPAÑA

Cerveceros de España es la entidad que representa en nuestro país a la práctica totalidad de producción de cerveza. Esta asociación empresarial, nacida en 1922 como Asociación de Fabricantes de Cerveza de España, fue fundada por las compañías cerveceras que producen en España las principales marcas: MAHOU SAN MIGUEL, HEINEKEN ESPAÑA, DAMM, HIJOS DE RIVERA, COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS y GRUPO ÁGORA, a las que se han ido sumando nuevas cerveceras distribuidas por todo el territorio español: 976, Almgåver, Barcelona Beer Company, Birra & Blues, Boga, Cerveza Caleyá, Cerveza Capitán, Casasola, Cerex, Cervecería Independiente 1270, DouGall's, Fernández Pons, Garage Beer, Goose, Ilda's, Mad Brewing, Montseny, Naparbier, Península, Rosita, La Rúa, La Sagra, La Salve, Tyrís, Villa de Madrid, la Virgen, Zeta, y la asociación de cervezas artesanas AECAI.

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

Esta asociación está integrada en la **FIAB** (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas) y a través de ella en la **CEOE**, 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.

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.



COMPAÑÍAS FUNDADORAS DE CERVECEROS DE ESPAÑA



NUEVOS CERVECEROS ASOCIADOS*



asociación de la que forman parte:



* Se incluyen todos los miembros de Cerveceros de España a fecha de edición (agosto de 2020) del presente documento.



La cerveza de todos

El 2019 supuso el fin de ciclo de una serie positiva para el sector de la cerveza en España. Si en ese periodo, marcado por un nuevo récord de turistas que visitaron nuestro país y la confianza en la economía, la producción y ventas seguían registrando incrementos, la crisis generada por la COVID-19 ha provocado un radical cambio de rumbo.

Este informe, que se elabora cuando se han podido recopilar los datos del periodo, recoge una realidad diferente a la que vive en este momento España que, al igual que otras economías europeas, se enfrenta a una crisis muy seria. Al cierre de la hostelería (donde se consume la mayor parte de cerveza en España) durante el estado de alarma y posterior reapertura limitada, se suma el descenso del turismo y de la actividad económica.

El consumo de cerveza en España está determinado por factores como la confianza del consumidor en la economía y su nivel de renta disponible, que junto con el volumen de turistas que nos visitan (en su inmensa mayoría consumidores de cerveza), influyen sobre todo en el canal de hostelería. Por todo ello, aun en un escenario de reapertura total de los esta-

blecimientos de hostelería, el descenso de ventas y consumo será notable.

De la misma manera, las exportaciones, que continuaban creciendo por el interés de la cerveza española fuera de nuestras fronteras en 2019, se verán ralentizadas.

El compromiso del sector cervecero se incrementa día a día, sin que en 2019 el sector rebajara su esfuerzo por la creación de empleo, aportación a la sociedad o cuidado del medioambiente, trabajando para reforzar el compromiso adquirido a principios de año en este ámbito.

El sector cervecero español se caracteriza por su dinamismo e ilusión, la que ponen los más de 500 productores que elaboran la bebida más popular y querida para los españoles. Si en 2019 su contribución al país era notable por la fuerte vinculación con la hostelería y el turismo, no será menor el empeño en trabajar conjuntamente por la recuperación de la economía y el empleo.

Jacobo Olalla Marañón

Director General de Cerveceros de España

01

CONSUMO DE CERVEZA



En 2019 se vivieron factores favorables para que el consumo total de cerveza continuara la curva ascendente de los años anteriores, superando los 41 millones de hectolitros⁽¹⁾ (incremento de un 3,4%). España batió en ese ejercicio un nuevo récord de visitantes, con 83,7 millones de turistas⁽²⁾, a la vez que continuaba el crecimiento y confianza en la economía. Muestra de ello es que el sector de la restauración, principal espacio de consumo de cerveza, mantuvo el ritmo de crecimiento, con un incremento de un 3,5%, una décima por encima de la tasa interanual de 2018. Como se ha avanzado, una situación diferente a la que se da tras la COVID-19.

Por otro lado, el consumo per cápita se mantuvo en niveles similares al año anterior, con 52 l⁽³⁾ (0,5 más que en 2018), siempre por debajo de otros países de la Unión Europea. Ello responde a las pautas de consumo mediterráneas, en moderación y acompañada de consumo de alimentos, fundamentalmente, algo que se mantiene inalterado.

La cerveza es una bebida muy transversal en España, ya que el 81% de la población entre

18 y 65 años la consume de manera ocasional o habitual, según indica un informe de Mikroskopia-40dB elaborado a principios de 2020. El mismo informe recoge similitudes entre la población general y los consumidores de cerveza en lo que respecta a sexo y nivel socioeconómico; sin embargo, se ve que los más jóvenes (de 18 a 25 años) son menos “cerveceros” que la media de población, algo en lo que coinciden los datos de otras fuentes como el informe referido de Kantar.

Preferencia por el consumo de cerveza fuera del hogar

El consumo fuera del hogar creció en 2019 un punto porcentual, hasta el 68%⁽⁴⁾, y representó un 86% del valor de la cerveza en España en términos generales. Si se analiza el comportamiento de los españoles, el 80% del valor de la cerveza consumida se generó fuera del ámbito doméstico. En este entorno, el 41% del gasto en bebidas frías, se dedicó a la cerveza.

Estos datos muestran cómo la gran preferencia de consumo de los españoles por estos espacios sociales y de ocio suponen una aportación relevante para la economía nacional y los esta-



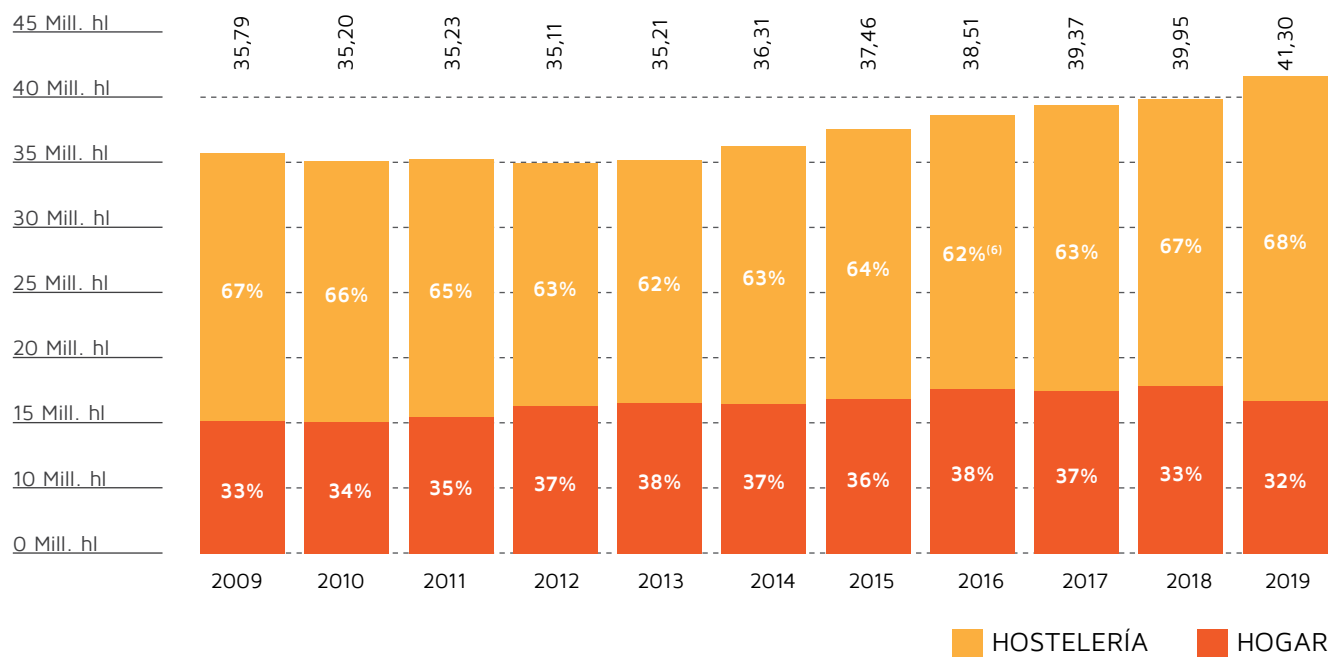
⁽¹⁾ Consumo aparente de cerveza: suma de la producción y las importaciones restando las exportaciones

⁽²⁾ Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)

⁽³⁾ “Compra y consumo de Cervezas Fuera del Hogar en España” 2019. Kantar. A partir de panel de consumo para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (adultos +18)

⁽⁴⁾ “Compra y consumo de Cervezas Fuera del Hogar en España” 2019. Kantar. Este y demás datos del párrafo

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO APARENTE DE CERVEZA POR CANAL (millones de hectolitros)⁽⁵⁾



blecimientos de hostelería, ya que esta bebida puede llegar a ser el 25% de la facturación de los bares y hasta el 40% en los de menos de 10 empleados.

Cuando se elabora este informe, tras el obligado confinamiento y cierre de la hostelería, se observa que no se ha realizado un trasvase general del consumo al hogar, sino muy limitado. El consumo en el hogar creció en esos momentos, pero lejos del que se realiza en los establecimientos de hostelería. Muestra de ello es que una de las costumbres más anheladas por los españoles en los meses de marzo a mayo de 2020 fue el disfrutar de una cerveza bien servida estos locales y en compañía, como símbolo de nuestro carácter social y preferencia por la hostelería.

De hecho, fuera del hogar, casi el 86% de las ocasiones en que se consume cerveza⁽⁷⁾, se

toma en compañía de amigos, familia, compañeros de trabajo o pareja, y muy pocas, en soledad.

Otra particularidad de la manera en que consumimos la cerveza, al igual que el resto de bebidas fermentadas, es que lo hacemos de manera responsable y sensata: la tomamos junto con otros alimentos, ya sea en comidas o cenas, o con algo de picar (un hábito incluso que conforma nuestra marca de país) y en cantidades moderadas.

Ese patrón de consumo, junto a su baja graduación, ha supuesto que mientras el consumo de cerveza en los últimos años se ha incrementado, el consumo abusivo de alcohol global haya descendido. Así lo reporta un informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS)⁽⁸⁾. Es importante destacar que la cerveza⁽⁹⁾ y el vino son considerados alimentos, como bebidas fermentadas.

⁽⁵⁾ "Compra y consumo de Cervezas Fuera del Hogar en España" 2019. Kantar Worldpanel. 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.

⁽⁶⁾ Cambio de metodología

⁽⁷⁾ "Compra y consumo de Cervezas Fuera del Hogar en España" 2019. Kantar

⁽⁸⁾ "Global status report on alcohol and health 2018", Organización Mundial de la Salud

⁽⁹⁾ Real Decreto 678/2016 por el que se aprueba la Norma de Calidad de la cerveza y de las bebidas de malta.

Los datos de consumo fuera del hogar reafirman el hábito tan característico en España de acompañar la cerveza con alimentos: más del 30% se produce durante las comidas o cenas, un 30% en el aperitivo y un 32% por la tarde o antes de cenar; precisamente en estos dos últimos momentos están también muy presentes las tapas o pinchos, ya sean a demanda o por cortesía de los establecimientos⁽¹⁰⁾.

De la misma manera, el consumo fuera del hogar se produce de forma gradual entre los diferentes días de la semana: cerca de la mitad del consumo se hace de lunes a jueves. El domingo es el día en que más cerveza se consume (una cuarta parte del total), cuando se realiza fundamentalmente de día y en compañía de familia y amigos⁽¹¹⁾.

De esta forma se refuerza el papel de la cerveza como dinamizadora de la hostelería al generar a su vez momentos de consumo de alimentos y, por tanto, más valor añadido para

un sector clave por la capilaridad y creación de puestos de trabajo.

La cerveza sin alcohol, un caso único de consumo

España tiene el porcentaje de consumo de cerveza sin alcohol en relación con el total de cerveza más alto de nuestro entorno, con un 13% del consumo per cápita, algo que no solo se debe a la alta calidad y apuesta por la innovación de las cerveceras españolas, sino también a los hábitos y consideración de los españoles a esta bebida.

Los consumidores de cerveza lo son también de cerveza sin alcohol, que la eligen como una alternativa más a los otros tipos; el 48% de quienes consumen cerveza opta por esta variedad en algún momento⁽¹²⁾.

En 2019 también se incrementó el consumo de esta variedad fuera del hogar en un 1,2% y el gasto supuso cerca del 5% del total de bebidas frías (1 punto más que 4 años antes)⁽¹³⁾.

LA CERVEZA, UNA BEBIDA TRANSVERSAL

Cómo somos los cerveceros: sociables, extrovertidos, concienciados con el medioambiente y con una vida social activa.

El hecho de que el 81%¹² de los españoles adultos consuman cerveza de forma ocasional o habitual la convierten en una de las bebidas más populares. La cerveza **no entiendo de geografía**, puesto que la penetración de consumo es similar en todas las comunidades autónomas; **de clases**, puesto que los "cerveceros" presentan el mismo perfil socioeconómico que la población del país; **ni de sexos**, puesto que es una bebida consumida en el 53% de los casos por hombres y en el 47%, por mujeres.

Las personas que se definen como cerveceras argumentan¹² que los pilares de su vida son la familia (71,5%), el tiempo libre (51%) y los amigos (48%). Además, también están **preocupados por el medioambiente y la sostenibilidad**: cerca del 60% considera que el cambio climático es uno de los principales problemas de nuestros tiempos, reciclan (75%), están a favor de las energías renovables (79%) y practican el ahorro energético (70%). En definitiva, podríamos decir que los consumidores de cerveza se asemejan al prototipo de la población española: sociables, extrovertidos y concienciados con el medioambiente.

⁽¹⁰⁾ "Compra y consumo de Cervezas Fuera del Hogar en España" 2019. Kantar

⁽¹¹⁾ "Compra y consumo de Cervezas Fuera del Hogar en España" 2019. Kantar

⁽¹²⁾ Estudio de Mikroskopia-40dB

⁽¹³⁾ "Compra y consumo de Cervezas Fuera del Hogar en España" 2019. Kantar

02

VENTAS
DE CERVEZA



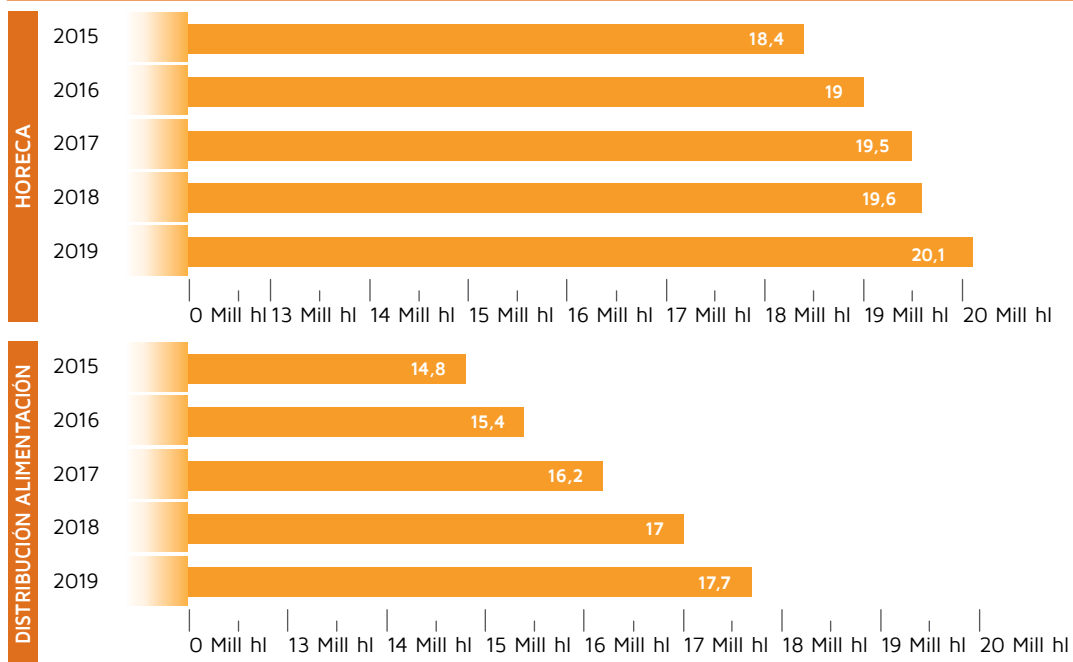
02 | VENTAS DE CERVEZA

En 2019 las cerveceras españolas comercializaron 37,8 millones de hectolitros de cerveza, un 3,37% más que el año anterior, manteniendo una línea ascendente tras la crisis económica pero que registrará un nuevo cambio de tendencia tras la generada por la COVID-19.

En 2019 se registró además un 7% de incremento de ventas cerveza sin alcohol, el doble de la categoría global de cerveza.

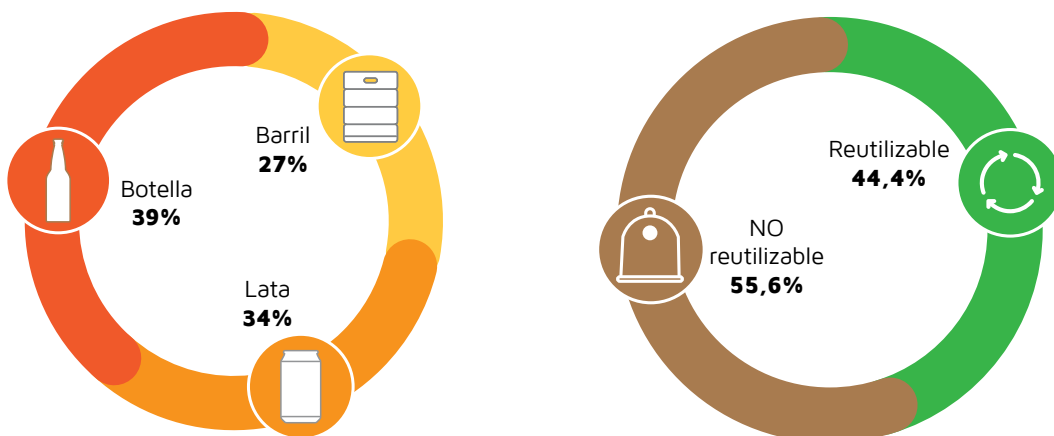
El canal de hostelería ha sido el principal destinatario de estas ventas, alcanzándose los 20,1 millones de hectolitros de cerveza, mientras que la distribución ha comercializado 17,7 millones.

VENTAS POR CANAL (millones de hectolitros)



Cerca de la mitad de la cerveza se comercializó en envases reutilizables. Dentro de los envases reutilizables, en 2019 más de una cuarta parte de la cerveza se envasó en barriles (un 27%) y un 17,5% en botella de vidrio para el canal hostelero.

Si nos atenemos al tipo de material, la botella de vidrio fue la más utilizada: cerca del 40% se envasó en este material, que es el que mejor tasa de retorno registra, ya sea por reutilización o reciclaje.



Ventas por zona geográfica

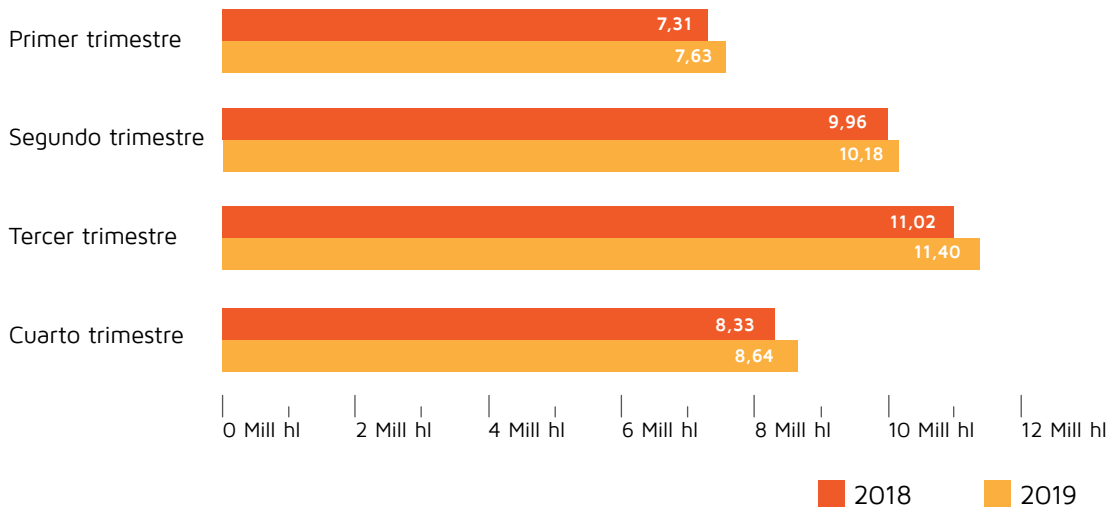
Atendiendo a zonas geográficas, observamos que el ránking de ventas en 2019 lo siguió encabezando la zona sur (con gran afluencia de turistas y altas temperaturas), seguido del centro (cubriendo una gran extensión) y noreste (Cataluña y Baleares, dos polos turísticos muy relevantes). Y es precisamente en estas mismas áreas, con fuerte atracción de visitantes extranjeros, donde se registraron los mayores incrementos de ventas.



02 | VENTAS DE CERVEZA

Ventas por trimestre

Las ventas en 2019 se incrementaron en los 4 trimestres del año, en mayor medida en el primero, cuando se registran las cuotas más bajas del año, en una tendencia a la desestacionalización.



03

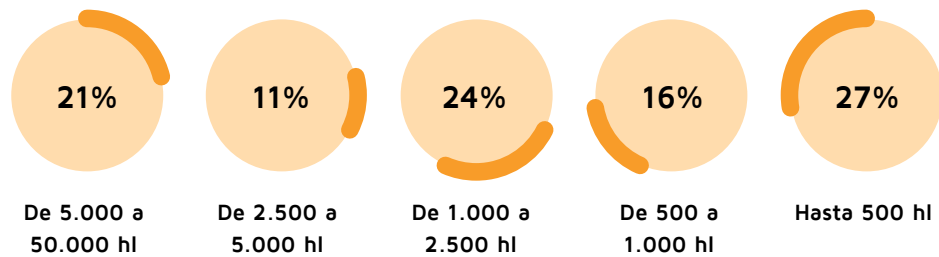
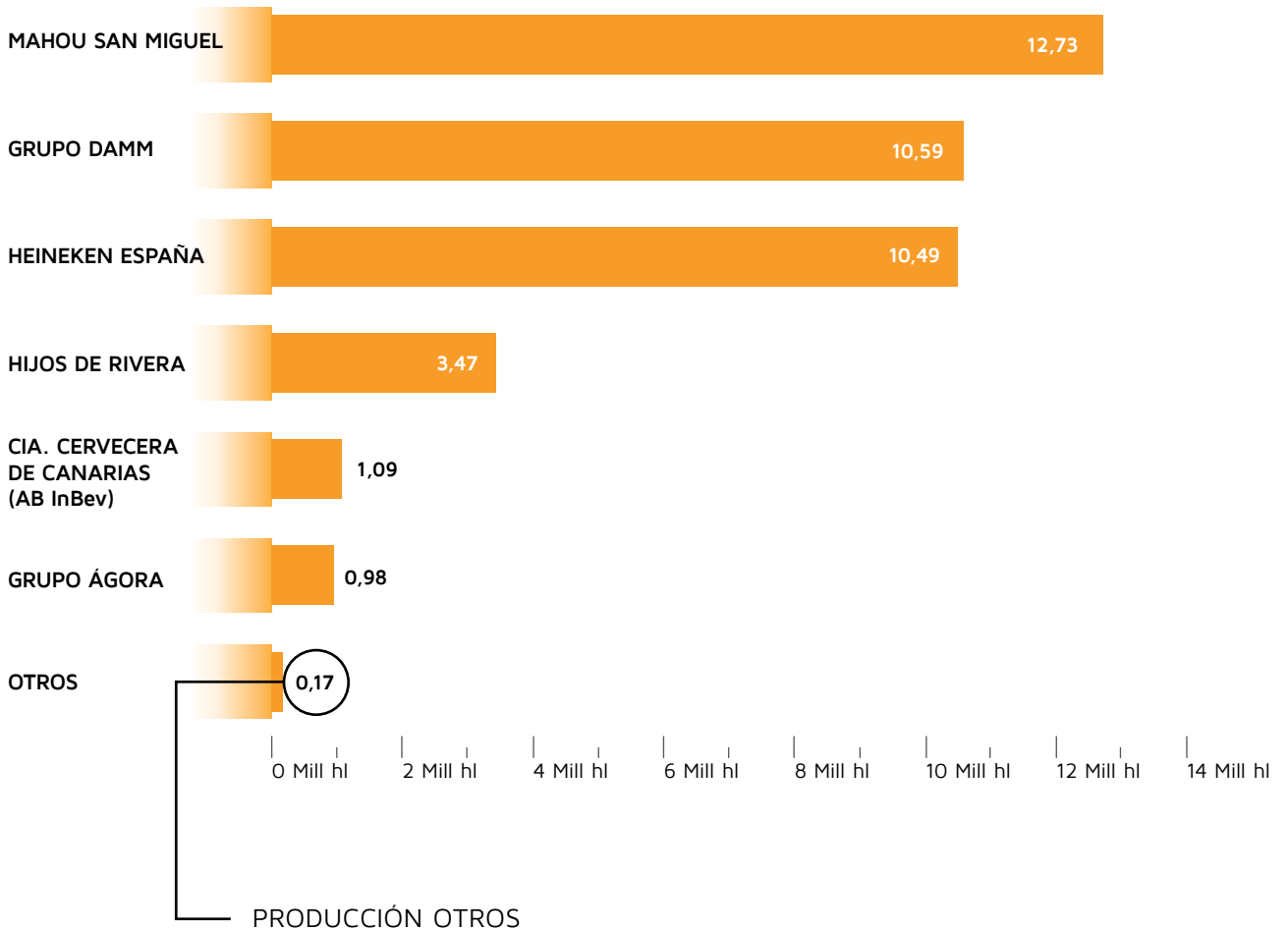
PRODUCCIÓN DEL SECTOR



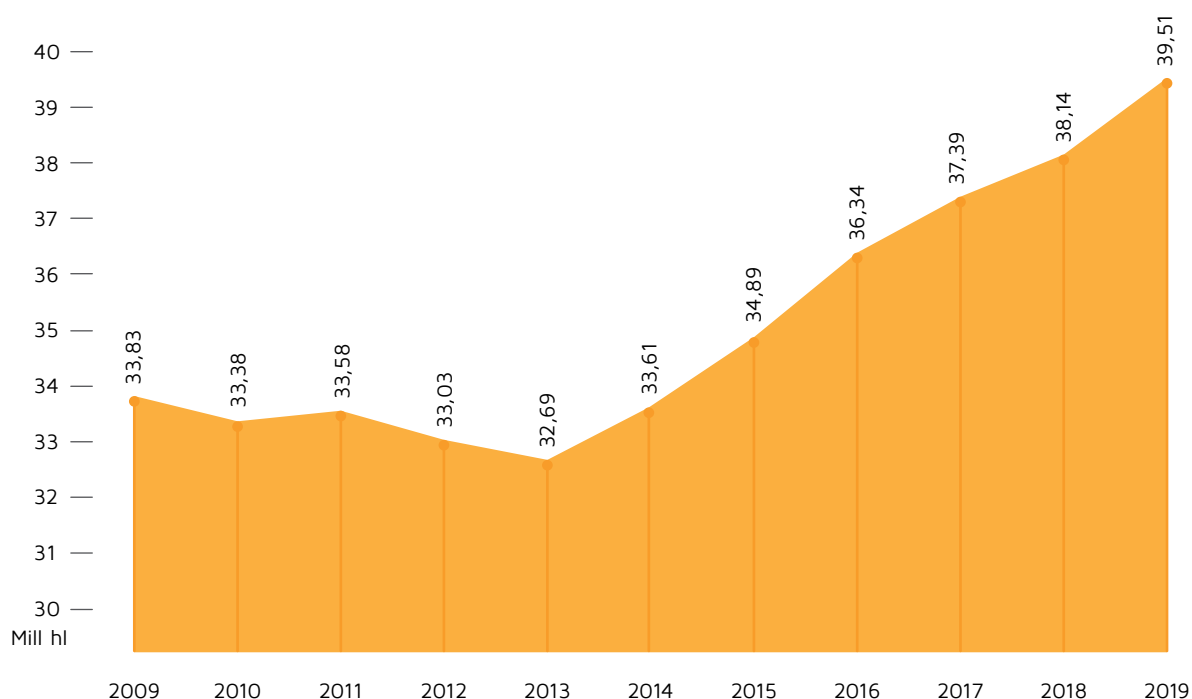
03 | PRODUCCIÓN DEL SECTOR

Este entorno favorable en 2019 permitió que las cerveceras produjeran en España un 3,5% más de cerveza que el año anterior, superando los 39,5 millones de hectolitros.

PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN ESPAÑA 2019 (millones de hectolitros)

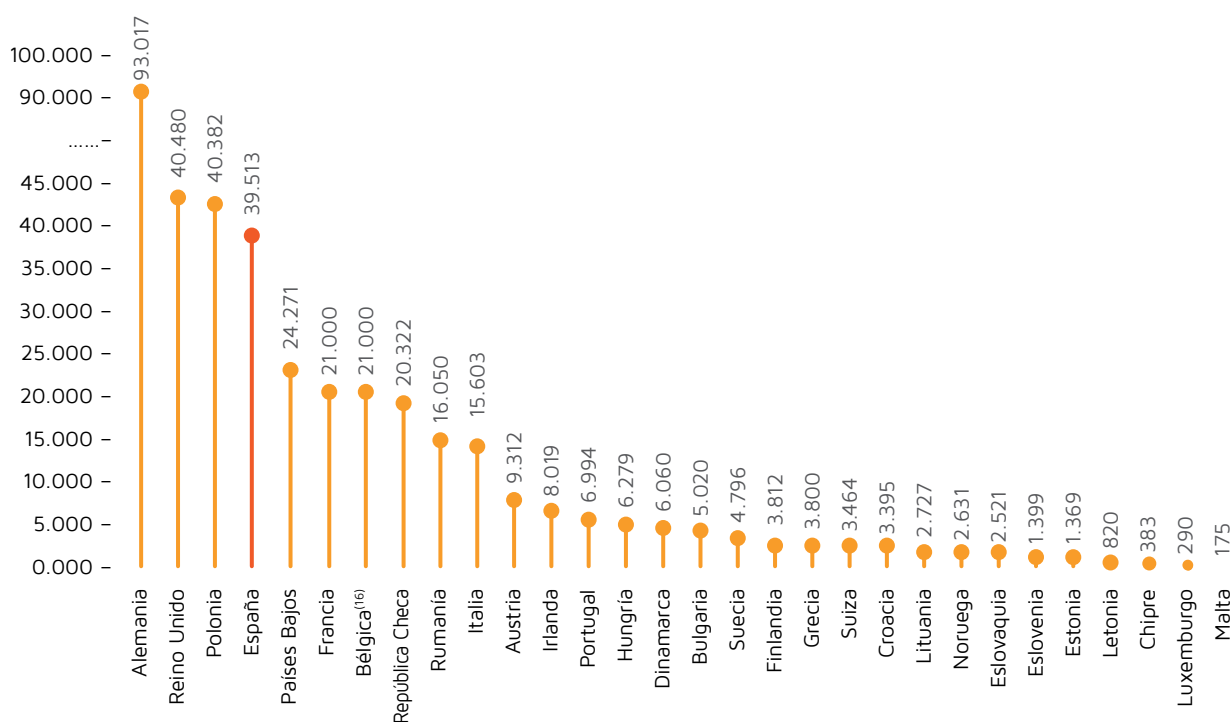


EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN ESPAÑA EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS (millones de hectolitros)



En 2019 España se mantuvo como cuarto productor de la Unión Europea, solo por detrás de países tan cerveceros como Alemania, Reino Unido y Polonia, y undécimo mundial⁽¹⁴⁾.

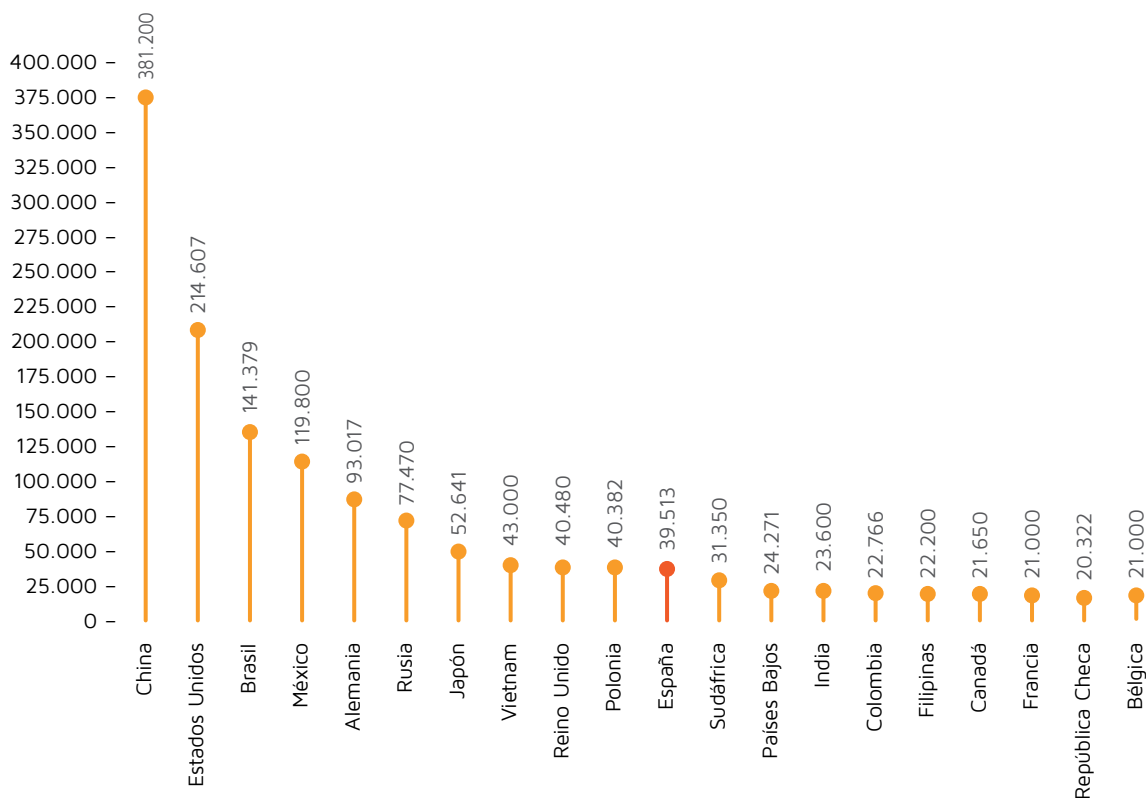
PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN EUROPA (miles de hl)⁽¹⁵⁾



⁽¹⁴⁾ The Barth Report 2018-2019. Barth Hass Group (datos de 2018)

⁽¹⁵⁾ Beer Statistics, 2018. The Brewers of Europe (datos de 2018, excepto dato de España de 2019).

⁽¹⁶⁾ No existen datos disponibles de Bélgica en el Beer Statistics, 2018 de The Brewers of Europe. Cifras tomadas de Barth-Haas Group.

PRODUCCIÓN DE CERVEZA EN EL MUNDO (miles de hl)⁽¹⁷⁾

Un sector con una gran presencia en el territorio español

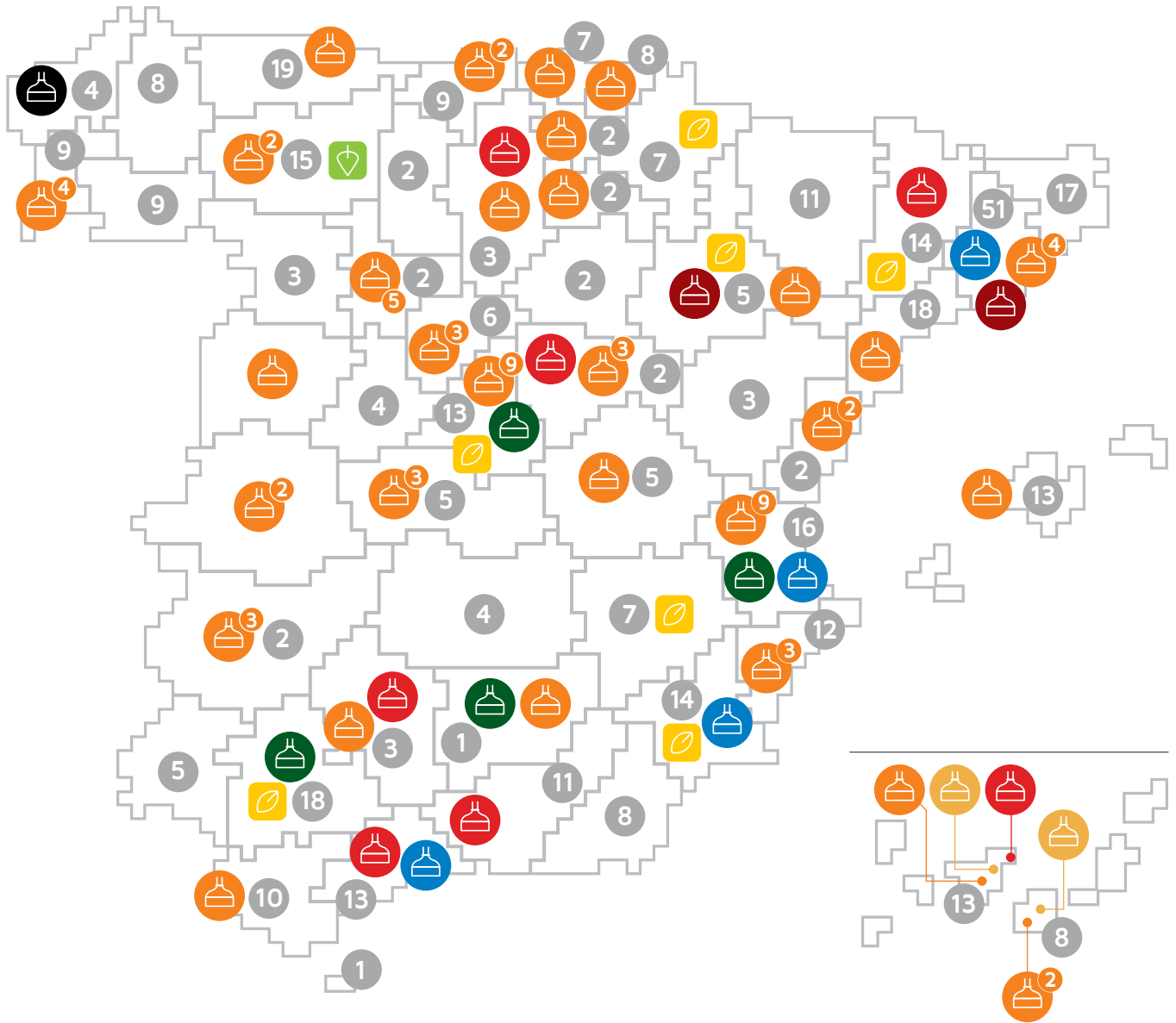
La cerveza ha vivido un período de crecimiento sostenido desde el final de la crisis económica hasta 2019, el año previo a la pandemia de COVID-19. Durante estos años, tanto producción, como consumo, ventas y exportación han ido aumentando de manera paulatina, a la par que ha ido creciendo el número de centros de elaboración en nuestro país, que en 2019 alcanzaban los 519. La comunidad autónoma donde más cerveceras hay es Cataluña, con 107, seguida de Andalucía, con 78, y Castilla y León, con 50.

Hasta la irrupción de la pandemia, la aparición de nuevas cerveceras y el incremento de popularidad de las denominadas cervezas craft supusieron un espaldarazo a la innovación y

dinamismo de todo el sector, que lanzaba con regularidad productos nuevos para satisfacer la demanda de nuevos tipos de cerveza del consumidor. No obstante, la crisis de la COVID-19 ha marcado un claro cambio de tendencia, en el que el crecimiento de la producción y ventas que el sector venía experimentando en los últimos años se ha visto negativamente afectados tras el cierre repentino de la hostelería durante semanas y su reactivación por fases, precisamente en la temporada en la que comienzan a subir habitualmente las ventas, que es con la Semana Santa y la llegada de la primavera y el buen tiempo. En ese contexto, muchas pequeñas cerveceras, precisamente por ser pymes o micropymes, han sufrido pérdidas considerables y algunas se enfrentan a situaciones de negocio difíciles.

⁽¹⁷⁾ Elaboración propia a partir de datos de Barth-Haas Group y The Brewers of Europe (datos de 2018, a excepción de España -2019).

MAPA DE CENTROS PRODUCTIVOS POR PROVINCIA





04

COMERCIO EXTERIOR



En 2019 se exportaron casi 3,1 millones de hectolitros de cerveza, lo que supone un incremento del 3% con respecto a 2018.

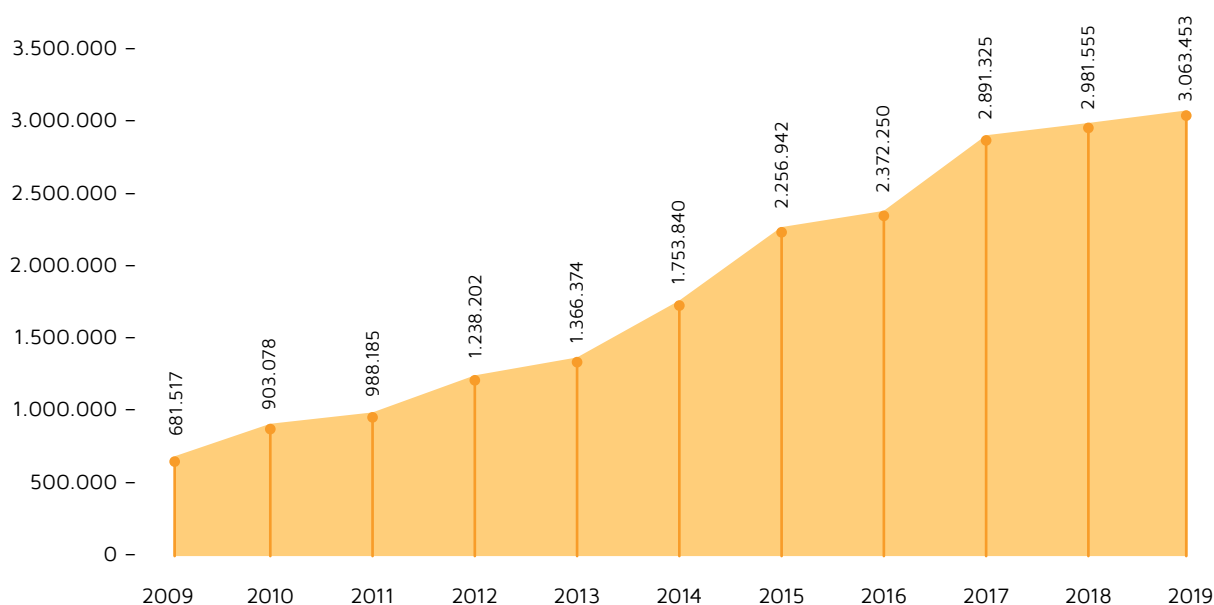
La popularidad de la cerveza española se ha venido incrementando de manera considerable en la última década, como pone de manifiesto el hecho de que las exportaciones se hayan incrementado en un 350% desde hace diez años.

Que España sea uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial también contribuye positivamente a estas cifras de exportación, pues quien nos visita desde otros países conoce nuestras cervezas (la mayoría⁽¹⁸⁾ de los visitantes extranjeros consumen la bebida durante su estancia en España).

Los principales destinos de la cerveza española en 2019 fueron Portugal, China, Reino Unido y Guinea Ecuatorial, tal y como arrojan los datos de años previos. China, con su demanda de productos gastronómicos españoles, se ha consolidado como segundo mercado, con un gusto claro por la "marca España". Reino Unido, país de gran tradición cervecera y segundo consumidor en la Unión Europea, además del país que más turistas extranjeros nos aporta, se mantiene como tercer destino.

Con respecto a las importaciones, éstas se sitúan en los 4,85 millones de hectolitros de cerveza, tras un incremento del 1% con respecto al año anterior. Los principales países de los que importamos son Bélgica, Francia, Portugal y Países Bajos.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CERVEZA 2009-2019 (hl.)



⁽¹⁸⁾ "Consumo de bebidas con contenido alcohólico por los turistas en hostelería". Análisis e Investigación, 2016

05

APORTACIÓN DE LA CERVEZA A LA ECONOMÍA NACIONAL



El sector cervecero ha consolidado a lo largo de las últimas décadas su posición como referente agroalimentario en nuestro país, principalmente gracias a su contribución al empleo, sobre todo en el sector hostelero, y a su aportación a la economía y los ingresos del Estado.

El valor de compra en el mercado de la cerveza en España superó el último año los 17.800 millones de euros, lo que equivale al 1,5% del PIB español, y su valor añadido fue de más de 7.700 millones de euros⁽¹⁹⁾.

La cerveza contribuye al empleo en España

Previo a la pandemia de COVID-19 del año 2020, la cerveza generaba más de 9.000 empleos directos⁽²⁰⁾ y contribuía a la creación de más de 399.000 puestos de trabajo, casi el 90% en hostelería⁽²¹⁾, precisamente uno de los principales motores de generación de empleo en nuestro país. De hecho, España está en el podio europeo de los países donde más empleo genera el sector cervecero, junto a Alemania y Reino Unido⁽²²⁾. No obstante, el año 2020 ha supuesto un claro revés para la hostelería que también ha afectado de manera considerable a los productores de cerveza, como sector con estrecha relación.

El sector cervecero continúa manteniendo uno de los mayores ratios de gasto por em-

pleado del sector de industria alimentaria⁽²³⁾ y presenta las mejores tasas de productividad y valor añadido de toda la industria de alimentación y bebidas. También logra una de las mayores tasas de inversión, con casi 300 millones de euros anuales invertidos y representando un 26% del sector de fabricación de bebidas⁽²⁴⁾.

La aportación a los ingresos fiscales

La cerveza aporta al Estado más de 3.600 millones de euros⁽²⁵⁾ a través de la recaudación de impuestos, una cifra que estudios europeos estiman incluso en más de 5.500 millones de euros.

La mayor parte de los ingresos, el 86% concretamente, provienen del consumo en hostelería, bien a través de las cotizaciones a la Seguridad Social e IRPF derivadas del empleo en el sector, así como de los impuestos sobre sociedades de las empresas que lo conforman (36%), o bien del IVA de la cerveza consumida (50%)⁽²⁶⁾. Referente al IVA, cabe destacar que España es el tercer país de la UE que más recauda a través de este impuesto, solo superada por Reino Unido y Alemania, países ambos con una población mucho mayor. Por último, en 2019 se devengaron hasta 357 millones de euros sólo en concepto de impuestos especiales a la cerveza⁽²⁷⁾.

⁽¹⁹⁾ "The Contribution made by beer to the European Economy". Europe Economics, 2019. Dato de 2018.

⁽²⁰⁾ Encuesta estructural de Empresas, INE. Dato de 2018.

⁽²¹⁾ "The Contribution made by beer to the European Economy" Europe Economics, 2019. Dato de 2018.

⁽²²⁾ "The Contribution made by beer to the European Economy". EU Reports, March 2020, The Brewers of Europe. Dato de 2018.

⁽²³⁾ Encuesta estructural de Empresas, INE. Dato de 2018.

⁽²⁴⁾ Encuesta estructural de Empresas, INE. Dato de 2018.

⁽²⁵⁾ "Informe del valor generado por la cerveza en la hostelería y el turismo". PricewaterhouseCoopers, 2016.

⁽²⁶⁾ "The Contribution made by beer to the European Economy". Europe Economics, 2019. Dato de 2018.

⁽²⁷⁾ Agencia Tributaria, 2019.

06

APUESTA POR LA MATERIA PRIMA NACIONAL



La cerveza es un alimento elaborado con ingredientes naturales cultivados en el campo: cebada y lúpulo. El sector cervecero español utiliza el 90% de materia prima nacional y genera 6.000 empleos directos en el campo español. Además, ha contribuido a la innovación en el sector agrícola desde hace más de 25 años a través de la denominada Red de Ensayos.

Cebada malteada: color y aroma de la cerveza

La cebada es el primer ingrediente de la cerveza tras el agua. Ésta se maltea para potenciar la formación de enzimas que después facilitarán la fermentación, el proceso natural que aporta el gas y el bajo contenido alcohólico y mantiene las características de los ingredientes que le dan origen.

Nuestro país produjo aproximadamente 700.000 toneladas de cebada cervecera en 2019, cultivadas a lo largo de más de 2,5 millones de hectáreas. De ellas, siguiendo los más altos estándares de calidad para dar con la más adecuada para elaborar cerveza, se extrajeron 526.000 toneladas, que alcanzaron un valor cercano a los 200 millones de euros.

La asociación Malteros de España vela por asegurar la máxima calidad de la cebada cervecera en nuestro país, así como por la mejora de instalaciones y procesos del sector en aras de mantener la competitividad en mercados internacionales.

El amargor característico de la cerveza: el lúpulo

El lúpulo es el otro ingrediente principal de la cerveza, el que le aporta su frescor y su característico sabor amargo.

En España somos, desde hace años, el sexto país en producción de lúpulo de la Unión Europea y el noveno a nivel mundial⁽²⁸⁾. Respecto a superficie cultivada, durante 2019 contamos con unas 550 hectáreas y en torno a 230 cul-

tivadores, principalmente en Castilla y León, en concreto en la provincia de León (aprox. el 90%), La Rioja, Navarra, Galicia y Cataluña.

La práctica totalidad de la producción de esta planta en nuestro país, que ascendió a 860 toneladas de lúpulo en flor en 2019, se destinó a elaborar cerveza en España. Las cifras son ligeramente inferiores a otros años debido a que la amenaza de expansión de una afección de oidio (hongo que afecta a muchos tipos de plantas) hizo que se acelerara el proceso de recolección, con la consiguiente merma en producción; además de climatología algo más adversa de lo habitual, con un junio muy ventoso que influyó negativamente en la capacidad de floración por el menor desarrollo de ramas laterales de la planta.

Cerveceros de España también colabora con el Grupo Operativo Lúpulos de Calidad, creado en 2018 para el fomento de la innovación y valorización del cultivo del lúpulo en España, formado por cultivadores, productores, comercializadores, universidades y centros públicos de investigación.

Promoviendo la innovación del campo español: la Red de Ensayos

El sector cervecero lleva contribuyendo a la financiación del I + D del campo español más de 25 años a través de la denominada Red de Ensayos. Se trata de un sistema para mejorar la calidad y el rendimiento de las variedades de cebada de nuestro país, que en este tiempo ha colaborado con centros públicos de investigación en Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad de Madrid y Navarra.

Desde esta red se analizan las semillas de cebada para establecer cuáles son las que mejores perspectivas de desarrollo ofrecen: mayor calidad para la bebida y mayor rentabilidad para el agricultor.

⁽²⁸⁾ The Barth Report 2018-2019. Barth Hass Group (datos de 2018)



CULTIVO DE CEBADA CERVECERA

LISTA DE VARIETADES COSECHAS 2020-2022*

1. VARIETADES PREFERIDAS	2. VARIETADES EN OBSERVACIÓN
SHAKIRA, TRAVELER, RGT PLANET Y KWS FANTEX	CHRONICLE, RGT ASTEROID Y LAUREATE

- 1. Variedades preferidas:** son variedades que por su rendimiento, calidad maltero-cervecera y presencia en el mercado son las más apreciadas.
- 2. Variedades en observación:** variedades que han demostrado a nivel de ensayos potencial de desarrollo agronómico y cualitativo.
- 3. Variedades en validación:** variedades en pruebas pendientes de confirmación técnica, agronómica y cervecera. Actualmente en pruebas para confirmar su adaptación agronómica a las distintas condiciones del campo español: RGT Orbiter, LG Nabuco, Ellinor, Fandaga y Revanche.

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



ESPECIFICACIONES ORIENTATIVAS DE CALIDAD

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

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

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

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

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



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



07

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL



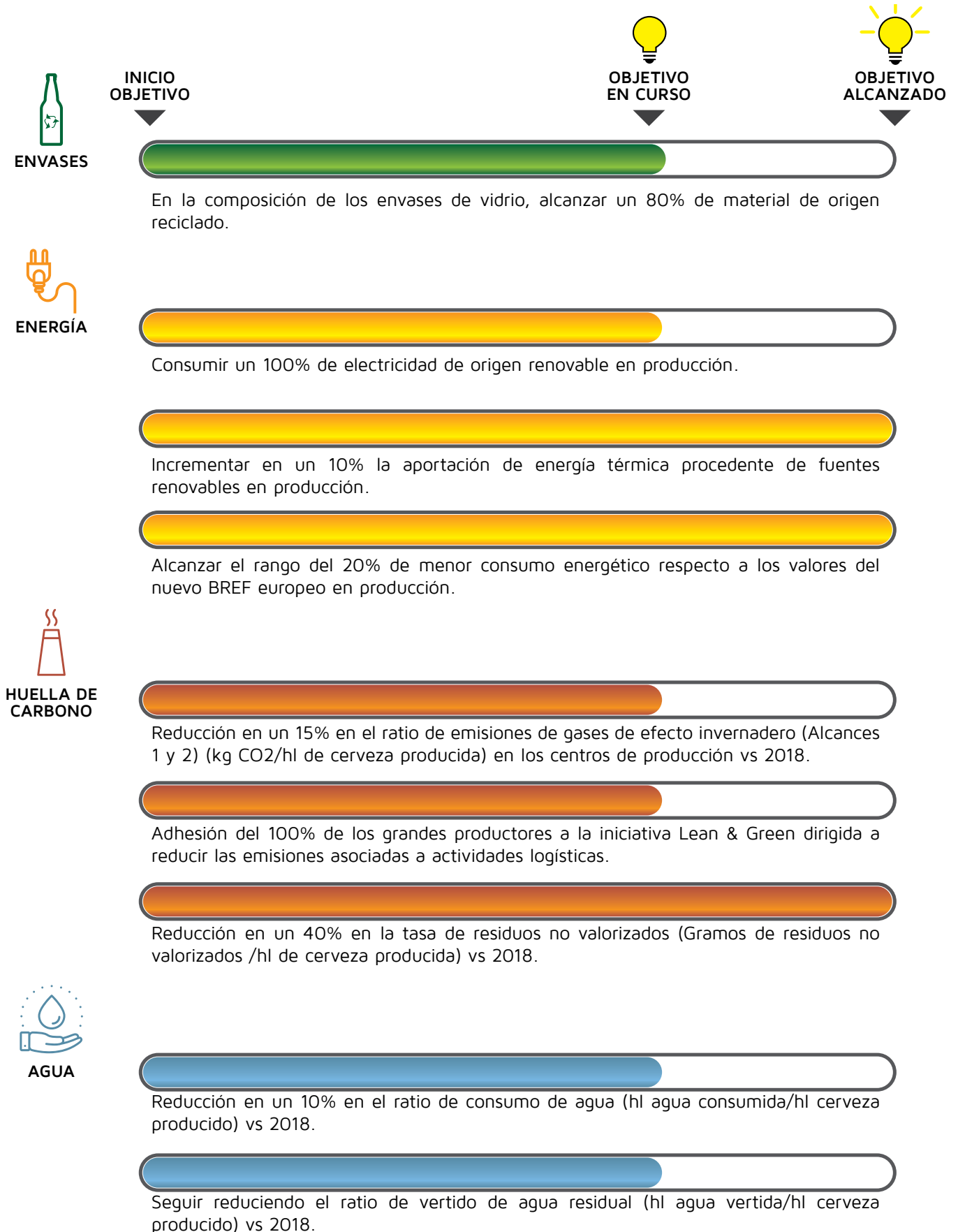
El sector cervecero siempre ha prestado especial atención a la sostenibilidad ambiental en toda la cadena de valor de la bebida, que empieza por los agricultores, encargados de cultivar la materia prima a partir de la que se elabora el producto; sigue con los productores, que dan vida a la cerveza con la máxima calidad; y termina en distribuidores y hosteleros, gracias a los cuales llega al consumidor final.

Así, Cerveceros de España se ha ido sumando a las diferentes iniciativas internacionales que perseguían lograr objetivos climáticos y de energía, como la Estrategia europea del clima; la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, con el Acuerdo de París; y la transición a una economía circular, a través de la implementación de medidas que promuevan el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En 2019, el sector quiso dar un paso más allá y asumió una serie **de compromisos con horizonte 2025** que le colocaran a **la vanguardia del cuidado del medio ambiente**. Éstos se encuadran dentro de 5 áreas clave: envases, energía, huella de carbono, agua y sensibilización ambiental; a su vez, cada una de estas áreas contiene varios objetivos que las cerveceras se han comprometido a lograr.

Durante el primer año desde que se asumieron estos objetivos, el sector ha avanzado muy satisfactoriamente en varios de ellos, tal y como se aclara en la siguiente página.







08

SECTOR
COMPROMETIDO
CON LA
SOCIEDAD



El sector cervecero lleva años desempeñando un papel activo para luchar contra el consumo inadecuado de cerveza, fiel reflejo del firme compromiso que mantiene con la sociedad. Para ello, colabora con diferentes instituciones, tanto públicas como privadas, y desarrolla numerosas campañas de concienciación en diferentes ámbitos que abarcan desde la seguridad vial, la protección de menores, el fomento de la vida activa o el embarazo y lactancia.

Seguridad Vial

En la Carretera, cerveza SIN: el sector lleva casi 20 años concienciando a la población sobre la incompatibilidad entre alcohol y conducción a través de esta campaña, que se ha ido renovando a lo largo de este tiempo para adaptarse a los cambios sociales que hemos vivido. Durante los últimos años ha contado con los embajadores moteros, quienes han recorrido más de 55.000 km por las carreteras españolas llevando a la población el mensaje fundamental de que si se va a conducir, la cer-

veza SIN es una alternativa totalmente segura. En 2019, se realizó un cambio en la dinámica de la iniciativa y, en vez de recorrer España durante el mes de julio, se realizaron 6 mini rutas por diferentes Comunidades Autónomas, con moteros locales, por la Comunidad de Madrid, Asturias, Extremadura, Castilla y León, Galicia y Canarias. Asimismo, buscando adaptarse a las nuevas formas de movilidad urbana, la campaña también se ha diversificado a **En la Carretera, cerveza SIN (también en bicicleta)**, para concienciar a los usuarios de este medio de transporte cada vez más habitual, de que el alcohol es totalmente incompatible siempre que se va sobre ruedas; la iniciativa llegó en 2019 a la ciudad de Burgos.

La campaña se ha convertido en referente a nivel europeo, y ha recibido diversos reconocimientos que así lo atestiguan: 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, así como el Premio de la Fundación CEA en 2014.

Prevención del consumo de alcohol en menores

Los menores nunca deben consumir alcohol, y Cerveceros de España desarrolla varias iniciativas para prevenir que el consumo se produzca en cualquier circunstancia, independientemente de la graduación de la bebida.

Los padres tienen la palabra: esta campaña busca prevenir el consumo de alcohol en menores a través de un programa dirigido a los padres, para fomentar su implicación a la hora de educar y ayudar a sus hijos a tomar decisiones responsables.

La guía cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Pesca y Alimentación y el de las asociaciones de padres y alumnos más representativas de España (CONCAPA y CEAPA). Desde su lanzamiento en 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.

Campaña Nunca es demasiado tarde, pero a veces sí es demasiado pronto

El exentrenador de la selección española de fútbol Vicente del Bosque y la cantante y actriz Nerea Rodríguez fueron los protagonistas de la primera fase de la campaña de concienciación sobre consumo cero en menores de Cerveceros de España. Bajo el lema **"Nunca es demasiado tarde, pero a veces sí es demasiado pronto"**,

la iniciativa apela a la figura de los **"mayores extraordinarios"** del entorno de los menores como prescriptores ideales para la transmisión de hábitos de vida saludables y pautas de consumo cero hasta cumplir los 18 años.

Los protagonistas de la segunda fase de la campaña implementada en redes sociales, fueron dos mayores extraordinarios que con su actitud dan ejemplo del lema de la campaña.



Consumo moderado

Un dedo de espuma, dos dedos de frente: con el objetivo de fomentar la responsabilidad y moderación ante el consumo de los jóvenes adultos, Cerveceros de España lanzó este certamen creativo en el año 2000 para recordar que el consumo de cerveza debe ser siempre sensato y moderado. Consta de 4 categorías: video, arte urbano, imagen y micro relatos (a través de Twitter).



La iniciativa cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de acuerdo con el Convenio Marco de Colaboración suscrito entre ambas entidades, con las asociaciones de consumidores CAUCE (Confederación de Asociaciones de Usuarios y Consumidores Europeos) y CECU, así como con el apoyo de IED Madrid y Club de Creativos y la colaboración de instituciones autonómicas.

Embarazo y lactancia

Porque él bebe lo que tú bebes. Durante el embarazo y la lactancia, mejor SIN. Campaña realizada en colaboración con la Asociación Española de Matronas enfocada a recordar a las mujeres embarazadas y en periodo de lactancia que el consumo de alcohol durante estas etapas debe ser nulo. Así, se recuerda a estas mujeres que la cerveza sin alcohol es una alternativa segura, dentro de una dieta completa y equilibrada.

Fomento de la vida activa

Beer Runners. Buscando fomentar un estilo de vida activo, la campaña une dos aspectos clave de nuestra cultura mediterránea: la actividad física y el momento de socialización durante aperitivo, siempre teniendo en mente que el consumo de cerveza debe ser moderado y responsable.

La campaña consiste en la organización de carreras populares de 5 km a lo largo del año en distintas localidades españolas, que culminan con un aperitivo. El movimiento ha logrado formar una comunidad de corredores Beer Runners que se organizan en grupos locales para salir a correr juntos cada semana y que se comunican a través de las redes sociales.



Puesta en marcha en 2012, a día de hoy hay más de 75 grupos repartidos por toda la geografía. En 2019 se realizaron carreras en Zaragoza, Barcelona, Madrid y Jaén.



Además, también en 2018, la iniciativa se amplió a **Beer Walkers**, pensada para aquellos que quieren disfrutar de un ejercicio más ligero que correr, como el senderismo, seguido de un aperitivo en buena compañía. A lo largo del año se organizaron paseos en las ciudades de Santiago de Compostela y Alicante junto con la ONG medioambiental Paisaje Limpio, para colaborar en la conservación del entorno. De esta manera, una vez más, los Beer Walkers, además de hacer ejercicio, se unen al voluntariado fomentando el cuidado del medioambiente.

Autorregulación Publicitaria

Código de Autorregulación Publicitaria. Pionero en nuestro país en el sector de alimentación y bebidas y asumido de forma voluntaria por los asociados a Cerveceros de España, se trata de un compromiso que 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.

El Código se redactó en 1995 con la Unión de Consumidores de España (UCE), y su primera actualización fue suscrita por la Confederación

de Consumidores y Usuarios (CECU) y Autocontrol de la Publicidad en 2003 para profundizar en la garantía 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 The Brewers of Europe como compromiso ante el Foro Europeo de Alcohol y Salud (Comisión Europea). Posteriormente se realizaron actualizaciones en 2003 y 2009 para incorporar medidas más estrictas focalizadas en la protección de los menores.

Finalmente, en 2016 se revisó de nuevo, para incluir normas relativas al entorno digital, pensando principalmente en los menores. También se aborda el compromiso del sector por mejorar la información al consumidor sobre ingredientes y composición nutricional.

Apoyo a la investigación

Cerveceros de España colabora en **diversas investigaciones y estudios** sobre las propiedades nutricionales del consumo moderado de cerveza. Así, 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.

Asimismo, apoya la actividad del FICYE, el Foro para la Investigación de la Cerveza y Estilos de Vida, que tiene como objetivo dar respuesta a la demanda informativa existente en torno a la cerveza proporcionando información objetiva, contrastada y novedosa sobre los efectos de su consumo moderado en la salud de adultos sanos, para lo que cuenta con un Comité Científico que supervisa y avala toda la investigación realizada.

Con el deporte español

El sector cervecero español mantiene un firme apoyo al deporte español, uno de los grandes atractivos del país y reflejo de un estilo de vida mediterráneo, a través de la publicidad y el patrocinio.

Las compañías cerveceras invirtieron en 2019 más de 73 millones de euros en patrocinios deportivos y/o de interés cultural en nuestro país, favoreciendo la posibilidad de que se celebren importantes eventos deportivos a nivel nacional e internacional en España. De esta manera también contribuyen con asociacio-

nes, federaciones o clubes deportivos, tanto mediáticos como más minoritarios, y sus respectivos deportistas, que de otra manera no podrían salir adelante.

De hecho, el deporte se ha convertido, gracias al talento de nuestros deportistas y del entorno con el que colaboran y a sus triunfos en todo tipo de campeonatos internacionales, en un pilar fundamental de la marca España. Cerveceros de España está orgulloso de haber aportado su parte a estos triunfos y espera mantener su contribución como ha venido haciendo hasta ahora.

Somos cerveceros, estamos orgullosos de producir una bebida natural y de calidad que es de las más populares y transversales, nos gusta a casi todos los adultos. Gusta tanto como nuestro estilo de consumo mediterráneo: despacio, siempre con algo de comer y sobre todo, en compañía.

Un estilo de vida que queremos mantener y promover; por ello estamos comprometidos con nuestros vecinos, con nuestros colaboradores, con la sociedad. A través del patrocinio deportivo apoyamos al deporte español y al país.

Y nos comprometemos a respaldar no solo los eventos y clubes deportivos con los que disfrutamos una gran mayoría de españoles y suponen un polo de atracción para quienes nos visitan. Sino también y, sobre todo, a clubes modestos y deportes minoritarios que no gozan de ese interés de muchos, pero sí del nuestro: porque nos interesa una sociedad responsable, colaboradora, que trabaja en equipo, sana y con ganas de superarse; tanto como seguir trasladando a nuestros consumidores los valores de nuestras marcas.

El sector cervecero español, a través de sus marcas, se compromete a:

- ✓ promover **hábitos saludables** vinculados con la práctica deportiva
- ✓ patrocinar la **práctica deportiva en equipo** como pilar de convivencia
- ✓ patrocinar **deportes minoritarios**, independientemente de su interés mediático
- ✓ patrocinar a **deportistas** cuyo esfuerzo, por el mero hecho de intentarlo, merece el respeto y admiración de la sociedad

**CERVECEROS DE ESPAÑA,
COMPROMETIDOS CON EL DEPORTE ESPAÑOL**

09

BEBIDA
NATURAL Y
MEDITERRÁNEA

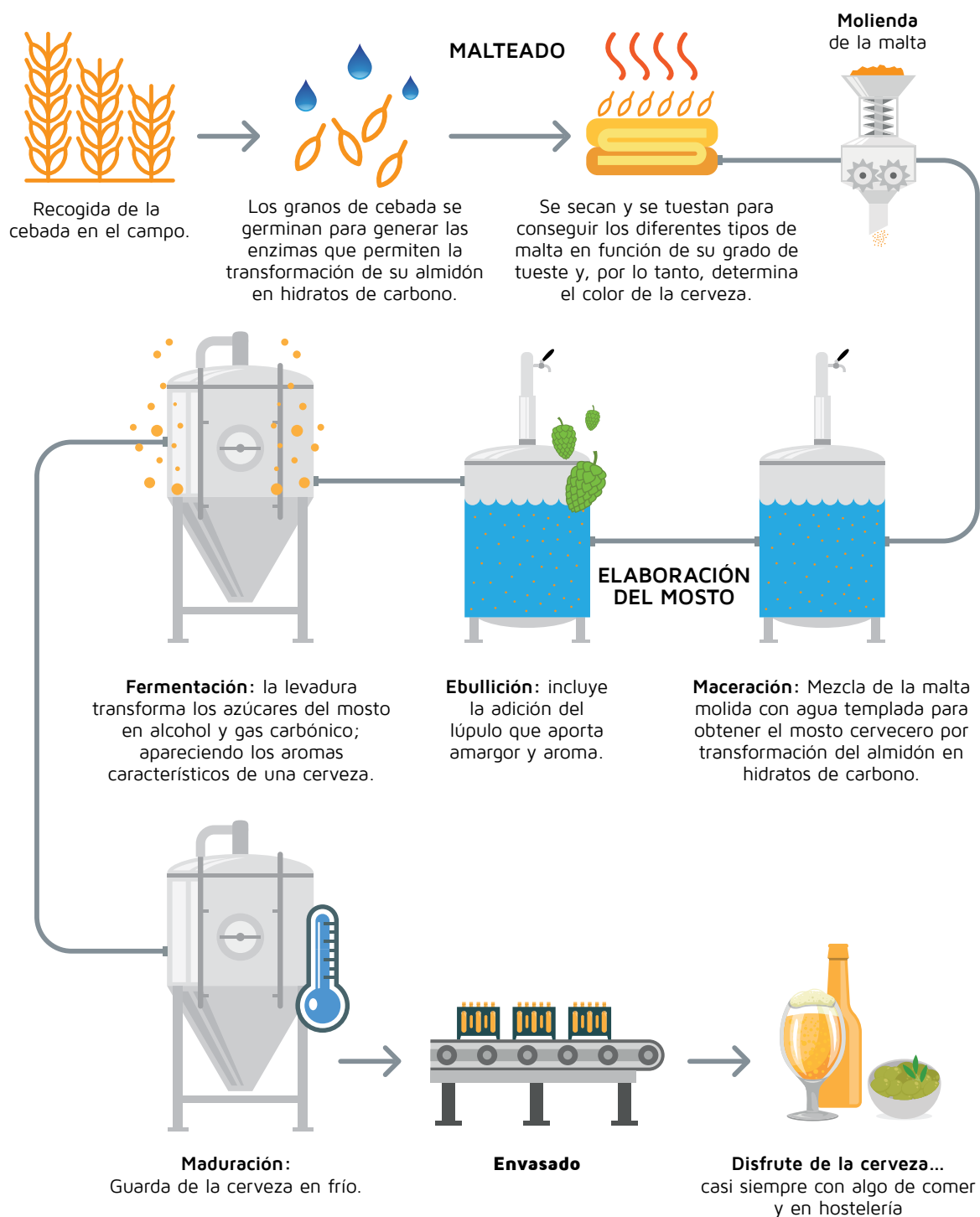




La cerveza es un “alimento resultante de la fermentación, mediante levaduras seleccionadas, de un mosto cervecero elaborado a partir de materias primas naturales”, según la define la Norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta que entró en vigor en diciembre de 2016.

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

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



La fermentación permite que los minerales, vitaminas y antioxidantes presentes en sus materias primas permanezcan en la cerveza. En el caso de la variedad sin alcohol, también se mantienen estos nutrientes. El promedio de calorías de las cervezas más consumidas (por cada 100 ml) oscila entre las 22 de una sin alcohol y las 44 de una lager rubia. Su contenido en calorías final dependerá de cada variedad (especialmente su extracto seco primitivo o el grado alcohólico).

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

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

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



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

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

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

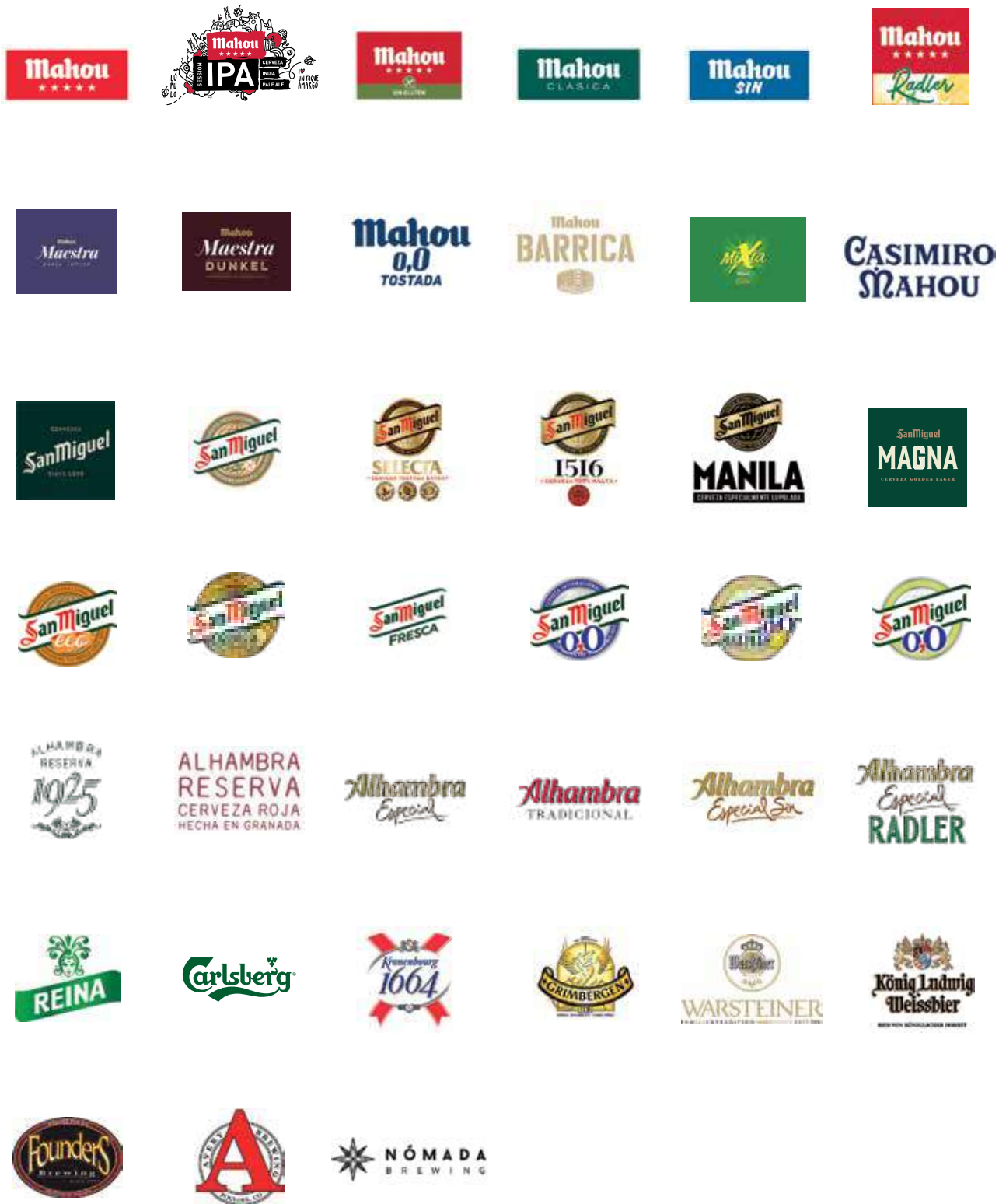
10

NUESTRAS
MARCAS



**m MAHOU
SANMIGUEL**

MAHOU SAN MIGUEL



★ HEINEKEN

HEINEKEN ESPAÑA



Damm

DAMM



HIJOS DE RIVERA





COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS



GRUPO
AGORA

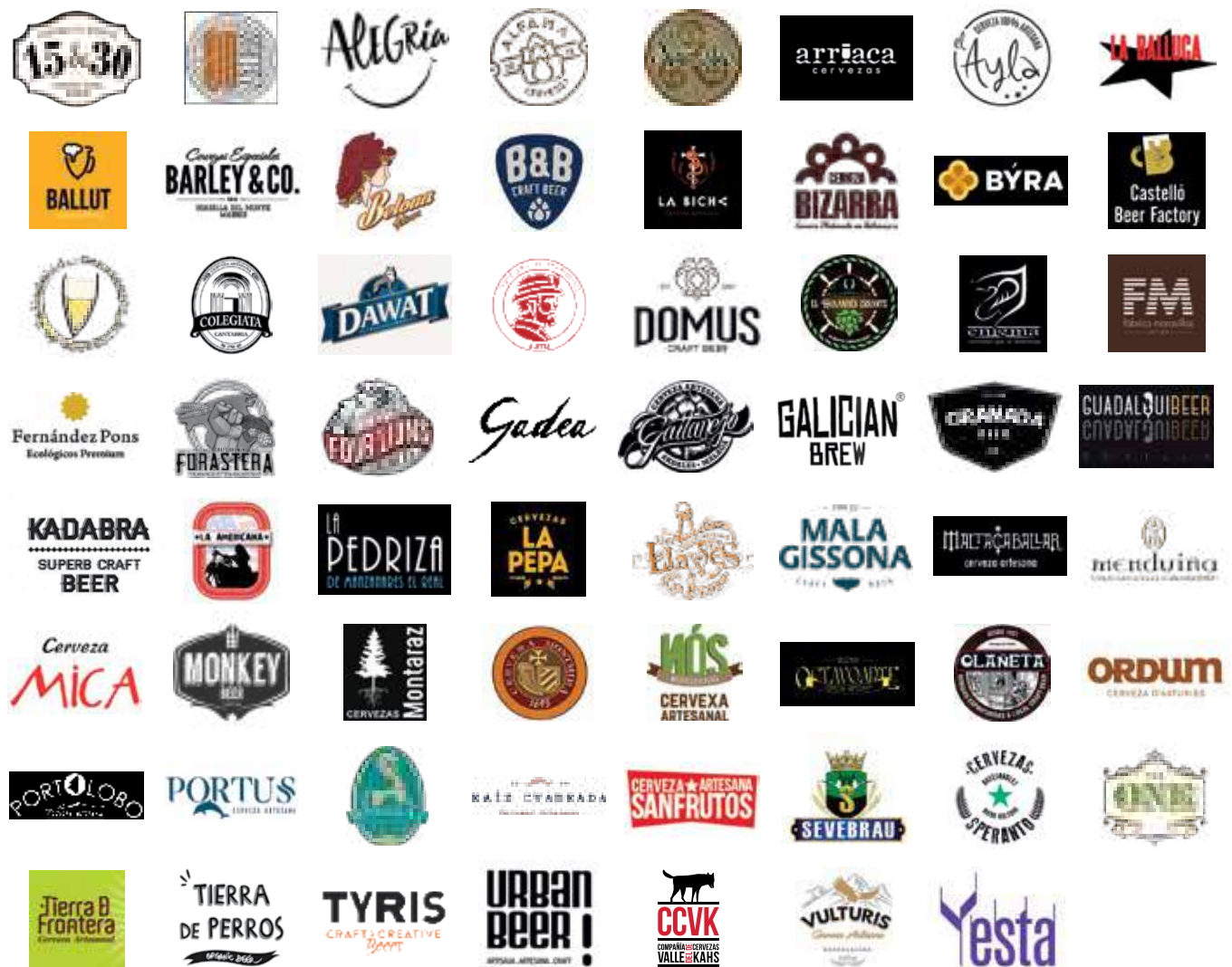
GRUPO AGORA



NUEVAS CERVECERAS



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CERVECEROS ARTESANOS INDEPENDIENTES







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