

# CRÓNICA DE LA ASOCIACIÓN

La Junta Directiva en su reunión del 28 de julio de 2009 aprobó admitir como nuevos miembros de la Asociación Española de Técnicos de Cerveza y Malta a:

## MIEMBROS ASOCIADOS EMPRESA

PSA INGENIEROS CHEMICAL S&S, S.L. – Lucena (Córdoba).  
PROLEIT IBERIA, S.L.U. – Sevilla.

## MIEMBROS ASOCIADOS INDIVIDUAL

Rafael Ros Lampreabe – LIBSA. Burlada (Navarra).

## MIEMBROS ACTIVOS

Ángel Chicharro Sevilla – Grupo Mahou-San Miguel (Alovera).  
Alejandro Contreras Gorrón – Grupo Mahou-San Miguel (Burgos) – ALUMNO ESCEMA.  
Rafael Cristóbal Gil – Grupo Mahou-San Miguel (Alovera) – ALUMNO ESCEMA.  
Bruno Javier Di Luca – Grupo Quilmes (Argentina) – ALUMNO ESCEMA.  
Óscar Raúl Franco Fernández (Bolivia) – ALUMNO ESCEMA.  
David Gallego Montero – Heineken España, S.A (Madrid).  
Juan Carlos García Herrero – Grupo Mahou-San Miguel (Alovera) – ALUMNO ESCEMA.  
Job Antonio Gomes – Fábrica de Cervejas Cuca (Angola).  
Juan Carlos González Caballero – Grupo Damm – ALUMNO ESCEMA.  
Amaro González García – ALUMNO ESCEMA.  
Roberto Iglesias Barbero – Grupo Mahou-San Miguel (Burgos) – ALUMNO ESCEMA.  
Luis Alberto Martín Cortés – Grupo Mahou-San Miguel (Lleida) – ALUMNO ESCEMA.  
José Luis Martínez González – Grupo Mahou-San Miguel.  
Juan Miguel Oliva Vico – Grupo Mahou-San Miguel (Málaga) – ALUMNO ESCEMA.  
Rosa M<sup>a</sup> Panisello Puges – Grupo Damm – ALUMNA ESCEMA.  
Julio Samuel – Fábrica de Cervejas Cuca (Angola).  
Carola Tracchia de la Fuente – Cervezas Anaga – Grupo Mahou-San Miguel – ALUMNA ESCEMA.  
Juan Antonio Valiente Soriano – Grupo Mahou-San Miguel (Málaga) – ALUMNO ESCEMA.

## CAMBIOS DE DIRECCIÓN

### 48ª ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE LA AETCM

El pasado día 9 de septiembre se celebró la 48 Asamblea General Ordinaria de la AETCM, en la ciudad de Alcalá de Henares, la cual transcurrió con total normalidad, desarrollándose todos los puntos previstos en el orden del día circulado con anterioridad a todos nuestros miembros, según detalle:

- 1º. Lectura y aprobación si procede, del Acta de la Asamblea General Ordinaria celebrada en Alcalá de Henares el 9 de septiembre de 2008.
- 2º. Renovación de Miembros de la Junta Directiva según Estatutos.
- 3º. Informe del Presidente y aprobación, si procede, de la Memoria Anual de Actividades desarrollada durante el Ejercicio 2008/2009.
- 4º. Aprobación, si procede, de las cuentas anuales del Ejercicio 2008/2009 (01/07/2008 a 30/06/2009), así como de la gestión de la Junta Directiva.
- 5º. Aprobación, si procede, de las cuotas ordinarias para el Ejercicio 2009/2010 (01/07/2009 a 30/06/2010) propuestas por la Junta Directiva.
- 6º. Aprobación, si procede, de los Presupuestos ordinarios del Ejercicio 2009/2010 (01/07/2009 a 30/06/2010).

Las votaciones, tanto presenciales, delegaciones y por correo, fueron aprobados por unanimidad, como constará en el acta correspondiente que en su día será remitida a todos los miembros de la AETCM.



## INFORME SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR DE LA CERVEZA EN ESPAÑA 2008

### PREÁMBULO

Este documento se ha realizado en virtud del Convenio Específico de Colaboración firmado el 16 de enero de 2008 entre el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (antes Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación) y la Asociación de Cerveceros de España con el objeto de publicar conjuntamente la información relativa al sector cervecero español, conforme a los datos que obran en poder de ambas partes.

### FUENTES DE INFORMACIÓN

Cerveceros de España y el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino son la fuente de información principal de los datos recogidos en el presente 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 bien a través de su sistema de recopilación de datos estadísticos referente a la producción y comercialización de cerveza, o bien 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.

### 1. EL SECTOR CERVECERO EN 2008

- El consumo per cápita de cerveza descendió un 6% en 2008 <sup>1</sup>
- Más de una de cada 8 cervezas que se consumen en España pertenecen a la variedad sin alcohol <sup>1</sup>
- La crisis ha provocado un descenso en la producción del sector cervecero español del 2,7% <sup>2</sup>
- El descenso del consumo de cerveza en hostelería, principal canal donde se consume esta bebida, ha sido del 7,3% <sup>1</sup>
- El sur de la Península y Canarias son las zonas que registraron mayores descensos de ventas <sup>2</sup>
- Las empresas españolas exportaron en 2008 cerca de un 10% más de cerveza a más de 60 países <sup>3</sup>
- España se mantiene como uno de los principales productores de cerveza de la Unión Europea <sup>4</sup>
- El sector cervecero recupera, por la vía de la utilización o del reciclaje, el 76% del peso total de los envases de cerveza <sup>5</sup>

### 2. CONSUMO

#### 2.1. Consumo de cerveza en España

El consumo realizado por los españoles en 2008 fue de cerca de **52 litros per cápita** <sup>6</sup>, un 6% menos que el año anterior debido fundamentalmente a la situación económica actual.

<sup>1</sup> Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (en adelante, MARM).

<sup>2</sup> Fuente: Cerveceros de España.

<sup>3</sup> Fuente: Agencia Tributaria - Aduanas e Impuestos Especiales.

<sup>4</sup> Fuente: Barth Hass Group.

<sup>5</sup> Fuente: Ecovidrio, Asociación de Latas de Bebidas y Ecoembes.

<sup>6</sup> Fuente: MARM.

A ello cabe sumar las bajas temperaturas registradas durante este pasado año, que ha tenido una media de 15,5°C, resultando el año más frío desde 1996<sup>7</sup>, situación que no resulta favorable para el consumo de esta bebida.

La coyuntura económica ha afectado en gran medida al consumo de cerveza, especialmente en hostelería, que es donde se produce la mayor parte del consumo en esta bebida y representa un claro índice de confianza del consumidor en la economía. Con respecto a 2007, el consumo de cerveza en este canal se redujo un 7,3%<sup>8</sup>.

De este consumo por persona, uno de los más moderados de la UE, se deduce también que la mayor parte de la población española hace un uso responsable de la cerveza, de acuerdo con las pautas mediterráneas que tradicionalmente han estado ligadas a esta bebida, pues se toma en compañía de amigos o familia, con algo de comer, y fundamentalmente en pequeñas cantidades, situación claramente diferenciada de los países del norte de Europa.

Estas pautas de consumo de cerveza en España están en consonancia con los bajos porcentajes de abuso de alcohol en general: mientras en nuestro país el 5% de la población ha manifestado que suele ingerir más de cuatro consumiciones o copas en un solo día, la media europea se duplica (10%) y en el caso de los países del norte, como Irlanda o Finlandia alcanza el 34 y 27% respectivamente<sup>9</sup>.



Si bien la cerveza es una bebida que suele consumirse indistintamente cualquier día de la semana, los patrones de consumo de otras bebidas alcohólicas han variado en los últimos años y su ingesta está más extendida durante los fines de semana, especialmente entre los jóvenes de 25 a 34 años<sup>10</sup>. Aunque en líneas generales, el consumo de alcohol ha descendido este pasado año, el consumo abusivo de alcohol entre este grupo de edad se produce fundamentalmente en relación con las bebidas alcohólicas destiladas, que además, se mezclan con bebidas carbónicas, lo que refuerza su efecto<sup>11</sup>.

La crisis, como se ha indicado, ha tenido una clara influencia en el sector de la hostelería, ya que según la Federación Española de Hostelería- FEHR, el consumo general en estos establecimientos ha registrado un descenso del 3%<sup>12</sup>, produciéndose una caída del consumo de cerveza en bares y restaurantes del 10%. No obstante, éstos siguen siendo los espacios preferidos por los españoles para compartir una caña (68,7% frente al 30,5% que la consume en casa); no en vano, la cerveza se considera una bebida social.

En cuanto a los tipos de cerveza, en hostelería la cerveza sin alcohol supuso 8,8% del total de cerveza consumida en estos establecimientos y en el hogar un 22%.

<sup>7</sup> Fuente: AEMET- "Informe preliminar sobre el cambio climático de 2008 en España".

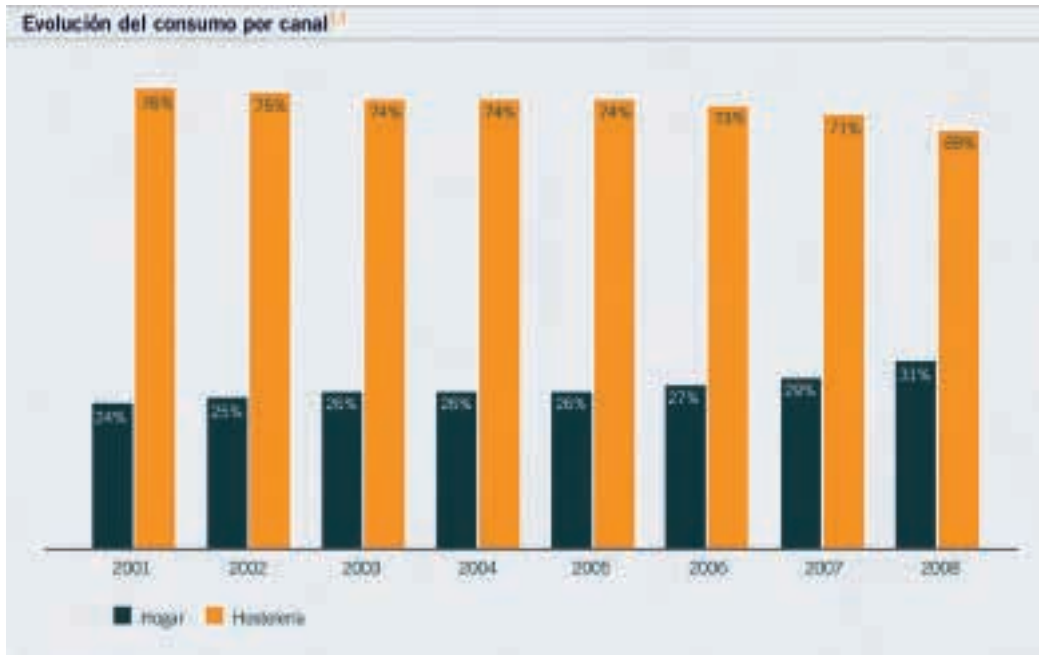
<sup>8</sup> Fuente: MARM. La evolución del consumo de 2008 con respecto a 2007 está afectada por el cambio de metodología habido en el sector de la Hostelería/Restauración a mediados del año 2007, por lo que esta evolución puede verse modificada. Se tiene además el agravante de haber estimado el 2º trimestre estadísticamente, porque no se tuvo resultados de encuestas directas al sector. (Ver cambio de metodología en la Web del Ministerio).

<sup>9</sup> Fuente: "Attitudes towards alcohol" 2006 Eurobarometer.

<sup>10</sup> Fuente: "Informe sobre alcohol 2007". Comisión clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas.

<sup>11</sup> Fuente: Estrategia Nacional Sobre Drogas 2009-2016.

<sup>12</sup> Fuente: Federación Española de Hostelería - FEHR.



## 2.2. Consumo de cerveza en Europa

El consumo de cerveza en España se encuentra por debajo de la media de la Unión Europea, que según el último dato disponible se situaba en 67 litros per cápita<sup>14</sup> (frente a los 56 litros de nuestro país en el mismo periodo). De hecho, es el quinto país que menos consume, según los últimos datos disponibles de 2007<sup>15</sup>.

Esto coincide con el hecho de que en España la cerveza se consume de forma moderada y en un contexto social, en definitiva, según los patrones de la dieta mediterránea. Así, varios países duplican el consumo medio por persona, como es el caso de Alemania, Irlanda o Austria, con cifras superiores a los 100 l per cápita<sup>15</sup>.

Asimismo, la cerveza en nuestro país se suele acompañar siempre con algo de comer, tal y como demuestra el estudio "Consumo alimentario extradoméstico en España: Hábitos del consumidor": el 79% del consumo de cerveza en hostelería se produce en la comida, la cena o el aperitivo (un 66% acompaña a las comidas o las cenas y un 13% al aperitivo, momento en el que la cerveza es la bebida más consumida en un 28% de las ocasiones)<sup>16</sup>.

El estudio también confirma el carácter social de esta bebida, ya que el principal motivo por el que los españoles consumen cerveza es por salir con los amigos o con la pareja (39%) seguido del placer (25%). El 31% del consumo de cerveza en hostelería lo realizan los mayores de 55 años, siendo el grupo de edad que más la consume el de 35 a 44 años en un 26% seguido de los que tienen edades comprendidas entre 45 y 54 años en un 22%<sup>16</sup>.

España sigue siendo el país de la Unión Europea donde más cerveza *sin* se consume, lejos de Francia, segundo país en consumo de esta variedad, donde el porcentaje sobre el total es del 7,1%<sup>17</sup>. Esto demuestra que si en España la cerveza está asociada a sus propiedades refrescantes y como acompañamiento de las comidas, no resulta extraño que ante situaciones como la conducción o para aquellos que no pueden o no deben consumir alcohol, la variedad *sin* sea una excelente alternativa cuando no se quiere renunciar al sabor y a sus propiedades.

## VENTAS

Las ventas del sector cervecero español ascendieron a 32,6 millones de hl en 2008, cerca de un 2% menos que el año pasado, rompiendo así el incremento sostenido que venía registrando en los últimos años<sup>18</sup>. Este descenso se debe, fundamentalmente a la crisis económica, que ha afectado especialmente a las ventas en el canal de hostelería y restauración, principal fuente de suministro de cerveza.

<sup>13</sup> Fuente: MARM.

<sup>14</sup> Fuente: The Brewers of Europe 2006.

<sup>15</sup> Fuente: The Brewers of Europe.

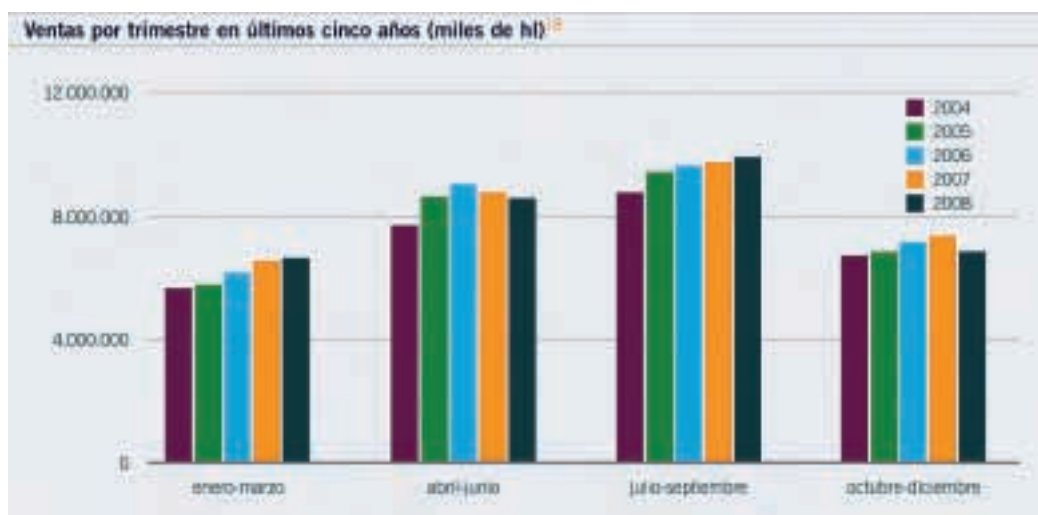
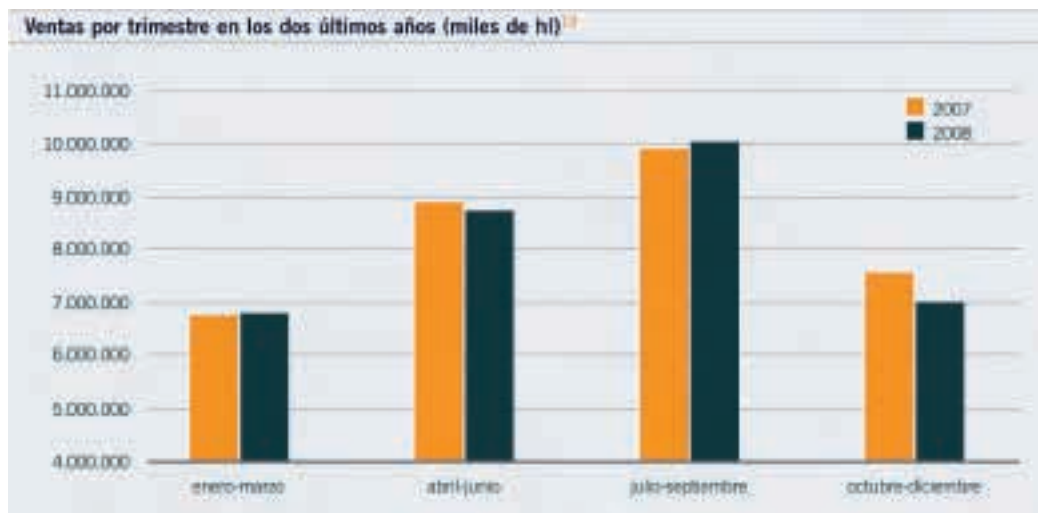
<sup>16</sup> Fuente: MARM Estudio "Consumo alimentario extradoméstico en España: Hábitos del consumidor".

<sup>17</sup> Fuente: Les Brasseurs de France.

<sup>18</sup> Fuente: Cerveceros de España.

A ello se suma el descenso de turistas extranjeros que han visitado este año nuestro país, un 10% con respecto al año anterior, sobre todo de países tan cerveceros como Bélgica<sup>19</sup>.

Si se observa el desglose de las ventas por trimestre, en la última parte del año es cuando se da la bajada más notable, del 7,5% con respecto al año anterior.



### 3.1. Ventas por tipo de cerveza: sin alcohol

El porcentaje correspondiente a las ventas de cerveza sin alcohol con respecto al total de cerveza se ha mantenido en niveles similares al año anterior (descenso del 0,1%), en torno al 10%<sup>20</sup>. No obstante, en términos absolutos, del mismo modo que las ventas totales han descendido, también lo ha hecho la variedad sin alcohol hasta 3,2 millones de hl, lo que representa el 13%<sup>21</sup> del consumo de los españoles que, como se ha comentado, es el más alto de Europa.

### 3.2. Ventas por zona geográfica

Si bien el descenso se ha notado en todo el territorio nacional, donde más se ha experimentado esta caída de las ventas ha sido en Canarias, seguida de de la zona 3 (Andalucía, sur de Extremadura y Ceuta y Melilla), precisamente dos áreas en las que el turismo tiene un peso importante.

<sup>19</sup> Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio – IET.

<sup>20</sup> Fuente: Cerveceros de España.

<sup>21</sup> Fuente: MARM.

Aun así, la zona que sigue registrando un mayor porcentaje de ventas continúa siendo la correspondiente al sur de la Península, con 7,7 millones de hl, seguida de de la zona 4 o centro (que abarca la zona más extensa), en la que se han comercializado 6,9 millones de hl.



### 3.3. Ventas según tipo de envase<sup>22</sup>

Cerca de la mitad de la cerveza que se vende en España se envasa en botellas de vidrio (45%), seguido del barril (28%) y la lata (26%); la cerveza envasada en vidrio alcanzó los 14,7 millones de hl; en el caso de la cerveza en barril (comercializada a través de los establecimientos de hostelería y restauración), ha descendido un 5%, hasta los 9,2 millones de hl, lo que se correlaciona con el descenso del consumo en hostelería; 8,6 millones de hl se vendieron en latas y otros envases.

En cuanto a los envases reutilizables, el sector cervecero continúa apostando por el mantenimiento de este tipo de continente, a pesar de la tendencia generalizada de disminución; así, el 51% de toda la cerveza comercializada en España se ha envasado en este tipo de recipientes (16,6 millones de hl).

### 3.4. Notable descenso de ventas a hostelería y restauración

El entorno HORECA, aun siendo el principal comercializador de esta bebida para Cerveceros de España, ha experimentado un descenso de ventas del 4,3%, lo que representa cerca de 0,9 millones de hl de cerveza menos<sup>23</sup>.

<sup>22</sup> Fuente: Cerveceros de España.

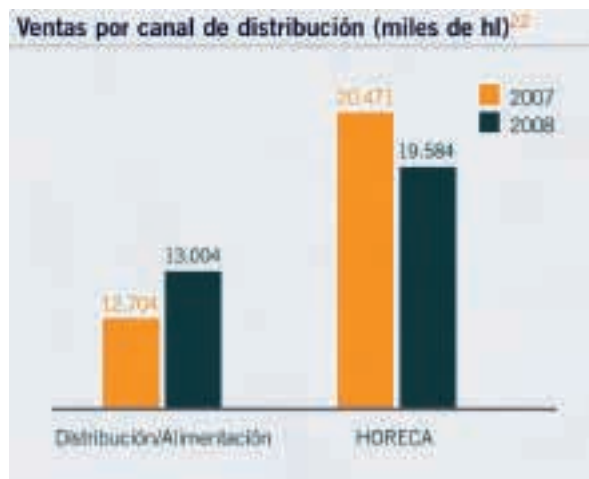
<sup>23</sup> Fuente: Federación Española de Hostelería - FEHR.

En el caso de las ventas a través del canal de alimentación (tiendas, supermercados y grandes superficies), las ventas han tenido un comportamiento contrario, incrementándose en un 2,4%.

Esta tendencia tan acusada en 2008 a un mayor consumo en el hogar en vez de salir y tomarla en bares restaurantes, está directamente relacionada con la crisis económica.

Este ligero incremento del consumo en el hogar está muy lejos de equilibrar el déficit de ventas con respecto al año anterior, ya que si bien el peso del canal de alimentación ha ascendido un punto porcentual (hasta el 40%), continúan siendo los establecimientos de hostelería y restauración los principales espacios para el consumo de esta bebida, constando que a pesar de la situación económica o la tendencia de otros países, la cerveza en nuestro país sigue siendo una bebida social, que preferiblemente se toma en compañía.

Asimismo, es preciso tener en cuenta la relevancia que tiene la cerveza en la restauración; según la Federación Española de Hostelería- FEHR, esta bebida puede suponer cerca del 30% de la facturación de los establecimientos<sup>23</sup>.



## PRODUCCIÓN

La producción de la industria cervecera española en 2008 fue de 33,4 millones de hl, lo que supuso un descenso del 2,7% con respecto al ejercicio anterior<sup>24</sup>.

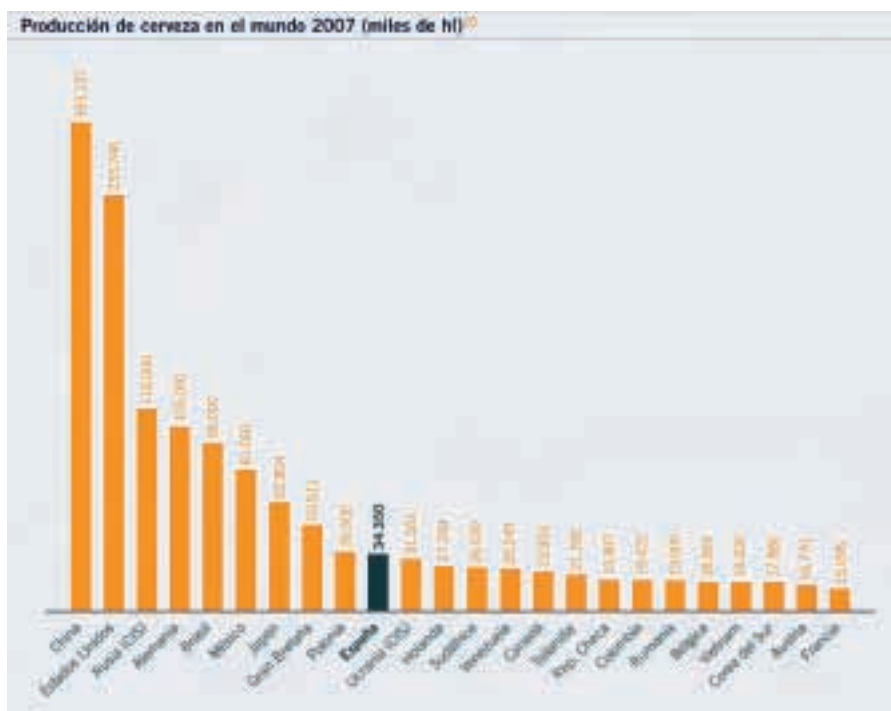
España es el cuarto productor de cerveza de la Unión Europea y se encuentra entre los 10 principales productores del mundo<sup>25</sup>.

<sup>23</sup> Fuente: Federación Española de Hostelería - FEHR.

<sup>24</sup> Fuente: Cerveceros de España.

<sup>25</sup> Fuente: Barth Hass Group.





## 5. EL PESO DEL SECTOR CERVECERO EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

El sector cervecero es uno de los más relevantes en el ámbito agroalimentario español, con una facturación de 3.024<sup>27</sup> millones de euros. En este punto, al igual que todos los datos que se han ido mostrando en el presente informe, hay que destacar un descenso sobre el año anterior, que supone un 0,9% menos.

La importancia del sector se muestra con la aportación de 5.100 millones de euros anuales<sup>28</sup> a la economía nacional, un 0,52% del PIB español<sup>29</sup>.

La alta fiscalidad que soporta la cerveza contribuye a esa aportación, con un IVA del 16%, incluso en su variedad sin alcohol, mientras que otras bebidas se benefician de una tasa reducida del 7%. A ello se suma el gravamen especial de cerca de 10 euros por hl que soportan las cervezas más consumidas, impuesto no aplicado a otras bebidas con mayor graduación.

Con todo ello, la recaudación del Estado por impuestos a la cerveza suponen 2.605 millones de euros: 1430 a través del IVA y unos 890 de los impuestos que aportan directamente los trabajadores del sector<sup>28</sup>, junto con los 285 millones de euros recaudados por Impuestos Especiales en 2008, lo que supone una disminución del 0,5% con respecto al año anterior<sup>30</sup>.

Por otro lado, la cerveza también influye en la conformación del IPC a través de la cesta de productos incluidos en la elaboración de este índice, y que supone un 1,622%. La relevancia de este dato es notable, pues es comparable a la que tienen productos como el pescado fresco y congelado (1,775%) y casi el doble que la carne de ave (0,919%)<sup>31</sup>.

### 5.1. Empleo

El sector cervecero español ocupa el cuarto lugar europeo en generación de empleo, con 7.400 puestos de trabajo directos<sup>27</sup> y 212.750 indirectos<sup>28</sup>. Esta capacidad para generar empleo revierte en el impulso de la economía española en sectores tan importantes como los proveedores de bienes y servicios (15.960 puestos de trabajo, de los cuales 3.420 se promueven en el ámbito agrícola), la hostelería (192.440, si bien aún no se ha podido cuantificar el impacto de la crisis y el descenso de ventas en el canal de hostelería) y la alimentación (4.350)<sup>28</sup>.

<sup>26</sup> Fuente: Barth Hass Group.

<sup>27</sup> Fuente: MARM - Instituto Nacional de Estadística.

<sup>28</sup> Fuente: "The contribution made by beer to the European Economy" 2006 Ernst & Young.

<sup>29</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2006.

<sup>30</sup> Fuente: Agencia Tributaria.

<sup>31</sup> Fuente: Price Waterhouse Coopers 2006.

## 5.2. Apoyo a la producción agrícola nacional

Uno de los aspectos que caracterizan al sector cervecero español es el apoyo a la materia prima nacional, ya que para la elaboración de esta bebida se emplea la práctica totalidad de la producción de malta y lúpulo que se producen en España. Así, se fomenta la investigación y desarrollo de nuevas variedades de cebada cervecera y al mantenimiento del cultivo del lúpulo en nuestro país, con una gran incidencia económica y social en sus áreas de influencia.

### Malteros de España<sup>32</sup>

La práctica totalidad de los transformadores de cebada cervecera en malta de nuestro país están integrados en la asociación de Malteros de España. Casi toda la malta (más del 97%) que se procesa en las 7 malterías repartidas en la geografía nacional, se destina a la elaboración de cerveza española, del mismo modo que más del 98% de la cebada utilizada para producir malta cervecera es de origen nacional.

El total de la superficie de cebada cultivada en España ascendió en 2008 a 3.501.000 hectáreas. Para la elaboración de las 437.000 toneladas de malta producidas en España (un 2,09% menos que el año anterior y un 4,25% más que hace seis años) se emplearon 650.000 toneladas de cereal.

El pasado año la facturación del sector maltero español ascendió a 194 millones de euros, con una inversión de casi 2 millones.

Scarlett, Pewter y Quench son las variedades de cebada recomendadas por Malteros de España como variedades preferidas para la elaboración de cerveza; como variedades de uso específico se recomiendan las variedades Prestige, Henley y Shakira. Las variedades Braemer y Clairion se encuentran en observación.

La malta cervecera producida en España no solo cumple rigurosamente la reglamentación vigente en calidad sanitaria, sino que también se atiene a la autorregulación más rigurosa en materia de trazabilidad, almacenamiento y transporte. Por otro lado, se recomiendan especificaciones de calidad para la cebada que se utilizará en la elaboración de la malta como son la pureza varietal, que ha de ser de un mínimo del 95%; un 97% de capacidad germinativa; ausencia de materias que pudieran alterar el producto final (el grano partido o impurezas no pueden superar el 4%); y una proteína óptima de entre 9,5 y 11,5%.



### S.A. Española para el Fomento del Lúpulo<sup>33</sup>

La Sociedad Agraria de Transformación Grupo de Cultivadores de Lúpulo (a la que pertenecen más de 300 agricultores) y el sector cervecero español integran la Sociedad Anónima Española para el Fomento del Lúpulo, en cuyas modernas instalaciones se procesa la totalidad del lúpulo cultivado en nuestro país. España continúa siendo el séptimo productor de esta planta de Europa y noveno del mundo<sup>34</sup>, con una cosecha que en 2008 superó las 812 toneladas de flor cosechadas en 465 hectáreas.

<sup>32</sup> Fuente: Malteros de España.

<sup>33</sup> Fuente: Sociedad Anónima Española para el Fomento del Lúpulo.

<sup>34</sup> Fuente: Barth Hass Group.

El lúpulo se utiliza básicamente en la elaboración de cerveza, de la que se considera una de sus materias primas o constituyentes nobles insustituibles, junto con la malta y el agua, proporcionando su característico amargor al cocer, junto con el mosto, proceso que produce la transformación (isomerización) de sus resinas, convirtiéndolas en compuestos amargos.

Además, se utiliza como planta medicinal y son conocidas sus cualidades relajantes y terapéuticas, incluso se usa en otros países como plato de alta cocina (espárragos o brotes de lúpulo).

En España se cultivan variedades consideradas "superamargas", con contenido medio de alfaácidos superiores al 11%, así como las nuevas variedades aromáticas, que combinan un contenido en alfa-ácidos moderado (casi propio de las variedades amargas tradicionales) con unas excelentes cualidades aromáticas.

Aunque la superficie explotada, en comparación con la de otros cultivos, pudiera hacer catalogar al lúpulo como un cultivo menor dentro de sus zonas de producción, éste, con cerca de 9.000 euros, ocupa el primer lugar en ingresos brutos por hectárea (más de 3.000 de diferencia sobre el segundo, la alfalfa) y el octavo en ingresos totales, solo por detrás de cultivos con gran arraigo y superficie cultivada como el maíz, remolacha, alfalfa o trigo.

Se puede afirmar que desde el momento de su implantación hasta hoy, el lúpulo ha sido y es para los casi 14.000 habitantes que viven en las más de 40 localidades en las que se cultiva, uno de los principales indicadores en importancia de su situación social y económica.

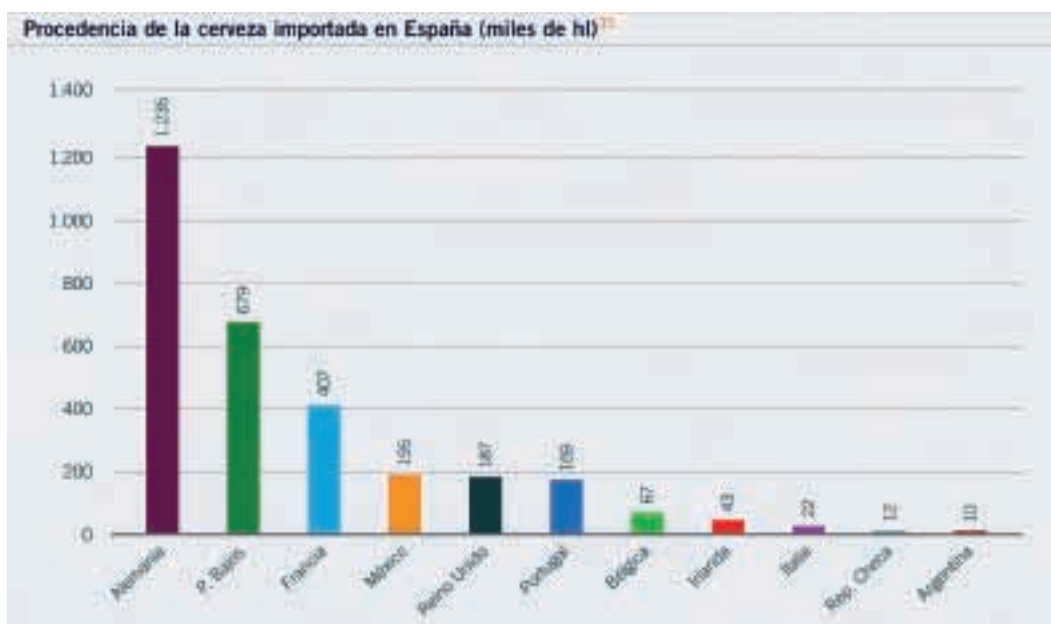
## 6. COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de cerveza española ascendieron en 2008 un 9,6%, hasta alcanzar los 825.075 hl, representando más de 54 millones de euros en ventas fuera del territorio nacional. Los principales destinos de la cerveza española, que se exporta a más de 60 países, continuaron siendo Italia, Guinea, Reino Unido y Portugal<sup>35</sup>.

Paralelamente, España importa cerveza fundamentalmente de Alemania, Holanda, Bélgica y Reino Unido; en el pasado ejercicio la cantidad total de cerveza extranjera fue de 3.081.337 hl<sup>35</sup>.



<sup>35</sup> Fuente: Estimación de Cerveceros de España basada en los datos provisionales de la Agencia Tributaria - Aduanas e Impuestos Especiales.



## 7. INVERSIÓN Y DEFENSA DEL MEDIO AMBIENTE

La continua mejora del proceso productivo y el mantenimiento de las inversiones que garantizan la calidad de las cervezas españolas son dos de las características del sector cervecero español. En 2007 (último dato disponible), las empresas cerveceras invirtieron 341 millones de euros<sup>36</sup>, cifra por encima de la media de los últimos años (en torno a 200 millones), más relevante si cabe teniendo en cuenta las elevadas aportaciones que se habían realizado en el ejercicio anterior destinadas a las nuevas plantas productivas.

La preocupación por el medioambiente es igualmente una constante del sector, que fue pionero en la organización de sistemas tendentes a la reducción del impacto de los residuos de envases.

Ya sea por la reutilización o el reciclaje, el sector cervecero recupera el 75,8% del peso total de los envases, un 5% más que el año anterior, lo que demuestra la apuesta del sector por el medioambiente. Los envases de vidrio son los que más se recuperan, ya que además de los que se reutilizan para el embotellado, se recicla el 60% de los no reutilizables<sup>37</sup> (un 7% más que en 2007). El sector cervecero recicla, asimismo, más del 74%<sup>38</sup> del papel y cartón que se emplean en los envases de esta bebida, y cerca del 68% del metal<sup>39</sup>.

## 8. UN SECTOR COMPROMETIDO CON LA SOCIEDAD

La prevención de los casos de abuso y consumo inadecuado de cerveza constituyen uno de los ejes de trabajo para el sector cervecero español. Para ello, se ha comprometido de forma voluntaria con la sociedad y desarrolla desde hace años unas iniciativas para promover unas pautas de consumo moderadas y responsables, únicamente entre los mayores de edad, y evitar que los menores tengan acceso al alcohol.

Cerveceros de España, representado por Cerveceros de Europa en el Foro de la Unión Europea Alcohol y Salud, ha asumido voluntariamente una serie de compromisos ante esta institución, con la finalidad de contribuir a evitar los daños ocasionados por el consumo de alcohol. Tal y como se recoge en el Informe "Compromisos de Cerveceros de Europa ante el Foro de la Unión Europea Alcohol y Salud 2008", Cerveceros de España asumió el 12% de todos los compromisos contraídos por todo el sector europeo<sup>40</sup>.

Así, el sector mantiene una activa apuesta por la educación, prevención y autorregulación, como medidas más eficaces para prevenir el consumo inadecuado. Para ello, mantiene el ofrecimiento del sector a colaborar con las autoridades públicas, apor-

<sup>36</sup> Fuente: MARM - Instituto Nacional de Estadística.

<sup>37</sup> Fuente: Ecovidrio.

<sup>38</sup> Fuente: Ecoembes. Últimos datos disponibles: junio 2008.

<sup>39</sup> Fuente: Asociación de Latas de Bebidas (datos referidos a 2007).

<sup>40</sup> Fuente: "The Brewers of Europe's Commitments under the EU Alcohol & Health Forum" Report 2008.

tando su experiencia y conocimiento, a la vez que desarrolla una amplia labor de integración de otras instituciones implicadas en cada uno de los proyectos que lleva a cabo.

### Prevención del consumo en menores

“**Los padres tienen la palabra**” es la campaña informativa que desarrolla Cerveceros de España dirigida a los padres para fomentar su implicación a la hora de educar y ayudar a sus hijos a tomar decisiones responsables frente al consumo de alcohol. Está basada en la edición y difusión de una guía, elaborada por la Prof. Petra María Pérez, Catedrática de Teoría de la Educación de la Universidad de Valencia donde se ofrecen pautas eficaces y reales sobre cómo educar a los hijos preadolescentes. Se difunde en centros de enseñanza y se puede descargar directamente en: <http://www.cerveceros.org/padresyalcohol.asp>.

Esta iniciativa cuenta con el apoyo del Ministerio de Medio ambiente y Medio Rural y Marino, en virtud del Convenio Marco de Colaboración suscrito entre ambas entidades. Además se desarrolla con las asociaciones de padres de alumnos más representativas de nuestro país (Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de alumnos CEAPA y la Confederación Nacional Católica de Padres de Familia y padres de Alumnos CONCAPA).

Esta iniciativa obtuvo un gran reconocimiento en la III Reunión sobre Prevención del Alcoholismo en Niños y Jóvenes, organizada por la Asamblea de las Regiones de Europa en septiembre de 2008 en Valencia.



### Responsabilidad y moderación ante el consumo de los jóvenes

La campaña “**Un dedo de espuma, dos dedos de frente**” fue creada en el año 2000 y está dirigida a la población en general y a los jóvenes en particular para recomendar que el consumo de cerveza sea siempre responsable y moderado, dentro de las pautas mediterráneas. Se trata de un certamen creativo de los spots y postales de la propia campaña que realizan los mismos jóvenes y cuyas creatividades ganadoras se difunden en salas de cine y salas de ocio y culturales; de esta forma se involucra haciéndoles partícipes de la campaña.

Esta iniciativa de Cerveceros de España contó en 2008 con el apoyo del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino de acuerdo con el Convenio Marco de Colaboración suscrito entre ambas entidades, las organizaciones de consumidores CECU y UCE, así como de instituciones autonómicas como son el Gobierno de Navarra o la Junta de Extremadura.



En 2008 esta iniciativa recibió el “European Excellence Awards” en la categoría de Mejor Campaña de Comunicación en España, como reconocimiento al esfuerzo de Cerveceros de España por acercarse a los jóvenes, empleando herramientas y canales digitales para hacer llegar de forma más efectiva el mensaje de moderación, con la mejora de la página web [www.undedodeespuma.es](http://www.undedodeespuma.es), haciéndola más interactiva, la creación de portal WAP y otras acciones relacionadas con las nuevas tecnologías.

## La incompatibilidad del alcohol y la conducción

La campaña “**La carretera te pide SIN**” cumplió en 2008 su octava edición. Esta iniciativa consiste en transmitir el mensaje de que alcohol y conducción son totalmente incompatibles, tanto a los conductores y sociedad en general, como a los alumnos de las autoescuelas, y propone a los consumidores de cerveza la alternativa de la SIN alcohol.

En la edición de 2008, la asociación fundada por familiares de víctimas de accidentes de tráfico Stop Accidentes se sumó a la campaña. Para ello se difunden carteles, postales y materiales promocionales en autoescuelas y estaciones de servicio, y se refuerza la campaña con la emisión de un spot en salas de cine y publicidad en los principales diarios nacionales, recordando el mensaje fundamental de la campaña “El alcohol y la conducción son incompatibles. Si vas a conducir bebe cerveza SIN alcohol”

La iniciativa se desarrolla en colaboración con la Dirección General de Tráfico así como otras entidades de interés (asociaciones de autoescuelas, consumidores, asistencia en carretera, gasolineras...); además forma parte del Convenio Europeo de Carreteras Seguras (European Road Safety Charter) con el propósito de reducir a la mitad las víctimas de accidentes de tráfico en la Unión Europea en 2010.

A pesar de la baja graduación alcohólica de la cerveza común (4º-5º frente a, por ejemplo, los 12º-14º del vino o los 40º-50º de las bebidas destiladas), los promotores de la iniciativa somos tajantes: SIN alcohol al volante.

## El compromiso voluntario por la autorregulación

El **Código de Autorregulación Publicitaria**, suscrito por Cerveceros de España en 1995 en colaboración con Autocontrol y asociaciones de consumidores de España (UCE y CECU), fue pionero en el sector alimentación.

Se trata de un compromiso adquirido por el sector cervecero de forma voluntaria para garantizar unas comunicaciones comerciales responsables de forma más estricta que la propia Ley mediante el establecimiento de principios y normas éticas que lo garanticen.

En el Código se presta especial atención a la protección de los menores y los conductores y se definen, entre otras medidas, aspectos relacionados con la obligatoriedad de la inserción del mensaje de consumo responsable en todas las comunicaciones comerciales: tamaño del mensaje, ubicación y tiempo de exhibición en los spots publicitarios de TV.

La primera revisión y actualización que se realizó del Código fue en 2003, cuando se asumieron nuevos compromisos especialmente en lo referente a la protección a los menores. Precisamente en este tema se ha centrado la segunda revisión en la que se ha estado trabajando durante el 2008.

Las incidencias recogidas por la Comisión de Seguimiento del Código en 2008 fueron muy escasas, destacando que la publicidad del sector cervecero ha sido coherente con los principios recogidos en el Código.

## Apoyo a la investigación

Cerveceros de España apuesta por la investigación y formación de sus técnicos; ostenta la presidencia de la Fundación Benéfico-Docente, que cuenta en su Patronato con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de la U. Politécnica de Madrid y la Asociación Española de Técnicos de Cerveza y Malta, que gestiona la Escuela Superior de Cerveza y Malta.

Asimismo, Cerveceros de España es miembro del Comité Técnico Asesor 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. Para ello colabora con universidades, centros de investigación y sociedades científicas.

## 9. CERVECEROS DE ESPAÑA

Cerveceros de España (Asociación Nacional Empresarial de la Industria Cervecera en España) es la entidad que representa en nuestro país al conjunto de grupos empresariales del sector cervecero. Esta asociación, nacida en 1922 como Asociación de Fabricantes de Cerveza de España, está compuesta en la actualidad por los principales grupos empresariales que, con 20 plantas repartidas por el territorio nacional, suponen la práctica totalidad de la producción de cerveza en nuestro país.

Esta asociación está integrada en la FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas) y participa 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.

Cerveceros de España ejerce la presidencia de Ecovidrio, asociación que promueve y gestiona el reciclado de los residuos de envases de vidrio en toda España, cuyo objetivo es preservar el medio ambiente mediante la reducción del volumen e impacto medioambiental de los residuos de envases.

### Grupos empresariales pertenecientes a Cerveceros de España:

1. GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL
2. HEINEKEN ESPAÑA, S.A.
3. GRUPO DAMM
4. CÍA. CERVECERA DE CANARIAS, S.A.
5. HIJOS DE RIVERA, S.A.
6. LA ZARAGOZANA, S.A.

### Centros productivos



### Listado de marcas de cerveza elaboradas o distribuidas por las empresas asociadas a Cerveceros de España

GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL	
MAHOU CINCO ESTRELLAS	ALHAMBRA PREMIUM LAGER
MAHOU CLÁSICA	ALHAMBRA ESPECIAL
MAHOU NEGRA	ALHAMBRA RESERVA 1925
MAHOU SIN	ALHAMBRA SIN
MAHOU PREMIUM LIGHT	ALHAMBRA NEGRA
MIXTA	SUREÑA
LAIKER	MEZQUITA
SAN MIGUEL ESPECIAL	REINA
SAN MIGUEL ECO	CARLSBERG
SAN MIGUEL SELEĆTA XV	KRONENBOURG 1664
SAN MIGUEL 1516	GRIMBERGEN
SAN MIGUEL 0,0%	TETLEY'S
SAN MIGUEL 0,0% Manzana	

HEINEKEN ESPAÑA	
HEINEKEN	AMSTEL
CRUZCAMPO PILSEN	AMSTEL RESERVA
CRUZCAMPO ESPECIAL	AMSTEL ORO
CRUZCAMPO SELEC. ESPECIAL	AMSTEL 1870
CRUZCAMPO LIGHT	MURPHY'S IRISH RED
CRUZCAMPO SIN	GUINNESS
CRUZCAMPO FUTURE	LEGADO DE YUSTE
CRUZCAMPO SHANDY LIMÓN	AFFLIGEM
CRUZCAMPO SHANDY FRUTA DE LA PASIÓN	PAULANER
CRUZ DEL SUR	DESPERADOS
BUCKLER SIN	BIRRA MORETTI
BUCKLER 0,0	ADELSCOTT
KALIBER SIN	FISCHER
KALIBER 0,0%	

DAMM	
ESTRELLA DAMM	FREE DAMM LIMÓN
ESTRELLA DAMM N.A	DAMM LEMON
ESTRELLA DAMM APTA CELÍACOS	XIBECA
ESTRELLA DAMM INEDIT	KELER LAGER
ESTRELLA LEVANTE CLÁSICA	KELER IB
ESTRELLA LEVANTE ESPECIAL	SAAZ
ESTRELLA LEVANTE SIN	SKOL
ESTRELLA DEL SUR	VICTORIA
VOLL-DAMM	BUDWEISER
FREE DAMM	RADEBERGER
A.K. DAMM	BOMBARDIER
BOCK-DAMM	

HIJOS DE RIVERA	
ESTRELLA GALICIA ESPECIAL	RIVER ZERO
1906	RIVER SIN
HR	ESTRELLA GALICIA SHANDY

COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS	
DORADA	CARLSBERG
DORADA ESPECIAL	GUINNESS
DORADA SIN	KILKENNY
TROPICAL	MILLER
TROPICAL PREMIUM	PILSNER URQUELL
SIROCO	PERONI NASTRO AZZURRO
SATURDAY	

LA ZARAGOZANA	
ÁMBAR ESPECIAL	ÁMBAR LIMÓN 0.0%
ÁMBAR ESPECIAL APTA PARA CELÍACOS	ÁMBAR MANSANA 0.0%
ÁMBAR 1900	ÁMBAR CAESARAUGUSTA
ÁMBAR EXPORT	ÁMBAR NEGRA
ÁMBAR PREMIUM	MARLEN
ÁMBAR SIN	SPUTNIK
ÁMBAR GREEN 0.0%	

En la actualidad, Cerveceros de España comercializa casi 100 marcas distintas de cerveza, abarcando una gran variedad de tipos, aromas, sabores y matices.

Todas las marcas de cerveza que se producen en España son de gran calidad. Muestra de ello es que del consumo total de cerveza en nuestro país, más del 92% es de fabricación nacional y que las exportaciones han aumentado en los últimos años. Las excelentes cualidades de la cerveza española, notables tanto en su proceso de elaboración como en el producto final, la hacen cada vez más apreciada tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

Dentro de la diversidad de cervezas españolas, desde las lager rubias y refrescantes a las tostadas, negras o estilo de abadía, se encuentra una variedad muy habitual en nuestro país, la cerveza sin alcohol. Todas las compañías cerveceras españolas cuentan con distintas marcas de esta variedad.

Además, en los últimos años las cerveceras españolas han presentado nuevas marcas, en respuesta a la creciente demanda de diferentes tipos de cervezas por parte de una población cada vez más exigente y conoedora de esta bebida milenaria.

## 10. CERVEZA, UNA BEBIDA MEDITERRÁNEA

La cerveza es una **bebida fermentada de baja graduación alcohólica**, de origen agrario y uso alimentario elaborada con ingredientes naturales, que está ligada a nuestra cultura mediterránea desde hace miles de años. De hecho, los vestigios europeos más antiguos de esta bebida se encontraron en la provincia de Barcelona, y datan del 3000 a.C.

Al igual que otras bebidas fermentadas, como el vino o la sidra, el alcohol que contiene proviene sólo de la fermentación natural de sus materias primas, por lo que mantiene inalterados muchos micronutrientes.

### Ingredientes

**Agua, cebada malteada y lúpulo** son los ingredientes básicos de la cerveza. Aunque la cebada es el cereal cervecero por excelencia, también se pueden utilizar parcialmente, junto con la cebada, otros como el trigo, el maíz o el arroz, minoritarios en nuestro país. La malta se obtiene por la germinación de los granos de cebada, que se humedecen hasta alcanzar su punto óptimo; luego se frena el proceso reduciendo su humedad hasta que se secan. El grado de tostado posterior de la malta influirá en el color final de la cerveza.

El característico sabor amargo de la cerveza lo aportan las flores femeninas de lúpulo, una planta que cuando comenzó a utilizarse en su elaboración en el s. IX, su principal función era higienizar y conservar esta bebida. De hecho, la cerveza fue la bebida de los conventos y posadas de la Edad Media, y se ofrecía, como una bebida segura desde el punto de vista higiénico, a peregrinos y enfermos como reconstituyente.

### Elaboración

En primer lugar, se obtiene el mosto cervecero, una infusión de la malta molida en agua, al que se añade el lúpulo. Los azúcares provenientes del cereal presentes en este mosto son los que se transformarán, por efecto de la levadura, en alcohol y anhídrido carbónico.

Finalizado este proceso, por el cual las cervezas alcanzan los 4 a 5 grados de alcohol, se suele enfriar la cerveza a 0°C y filtrarla antes de ser envasada para conseguir un brillante dorado. Salvo determinadas especialidades, la cerveza se pasteuriza o se filtra estérilmente para garantizar la integridad del producto hasta que llega al consumidor.

### Características nutricionales<sup>41</sup>

La cerveza contiene múltiples nutrientes como fibra soluble, vitaminas del grupo B -entre las que destaca el ácido fólico-, y minerales como potasio, magnesio, fósforo y silicio, así como polifenoles que poseen efectos antioxidantes.

Todo ello, sin tener en cuenta la cerveza sin alcohol, una bebida hidratante y sana, tal y como señala el Centro de Información Cerveza y Salud, ya que aporta todos los nutrientes y beneficios de la cerveza convencional, adecuada para quienes no deban o no quieran consumir alcohol.

En relación a su aporte calórico, la cerveza sólo tiene 45 Kcal. por 100 ml, y 17 Kcal. como media la variedad sin alcohol.

<sup>41</sup> Fuente: Centro de Información Cerveza y Salud.

---

La literatura científica indica el consumo moderado de alcohol es de 30g/día para los varones (600 ml<sup>42</sup>) y 20g/día para las mujeres (400 ml<sup>43</sup>). El consumo de alcohol en menores y mujeres embarazadas debe ser cero.

Una vez más, es preciso insistir en que la cerveza ha de consumirse con moderación y responsabilidad, por parte de adultos sanos.

## **CERVECEROS DE ESPAÑA**

<b>Presidente</b>	José M <sup>a</sup> Rivera Trallero
<b>Director General</b>	Jacobo Olalla Marañón
<b>Asuntos Técnicos</b>	Consejo Quesada López
<b>Asuntos Sociales</b>	Cristina de Aguirre Cadena
<b>Sede Social</b>	C/ Almagro, 24. 28010 Madrid Tel.: 91 308 67 70 Fax: 91 308 66 61 info@cervecedores.org www.cervecedores.org
<b>Para ampliar información</b>	Gabinete de Prensa Tel.: 91 384 67 55 /00 prensa.cerveza@bm.com

---

<sup>42</sup> Equivalente a 3 cañas de 200 ml.

<sup>43</sup> Equivalente a 2 cañas de 200 ml.

# HOPSTEINER

## Crop and Market Update

For crop 2009 the estimates point to good quality and yields for all of the principal growing areas. The early summer hail damage in Germany has been largely compensated for by this positive outlook. The supply of some aroma varieties remains affected by the storm but in general no supply problems are anticipated at the time of this report.

Growing Area	Variety	Quantities Crop 2008 mt	Estimate Crop 2009 mt	Changes 2008 / 2009	
				± mt	± %
Hallertau	Hallertauer	2.707	792	-1.915	- 70,8
	Hersbrucker	1.472	1.326	-146	- 9,9
	Perle	6.880	5.776	-1.105	- 16,1
	Spalter	1.669	1.349	-320	- 19,2
	Select	5.399	4.620	-779	- 14,4
	Tradition				
	<b>Aroma Total</b>	<b>18.127</b>	<b>13.863</b>	-4.264	- 23,5
	Northern Brewer	551	415	-136	-24,7
	Herkules	3.237	5.504	2.267	+70,0
	Magnum	8.465	5.795	-2.670	-31,5
	Nugget	653	432	-221	-33,8
	Taurus	2.394	2.042	-352	-14,7
	<b>Bitter Total</b>	<b>15.300</b>	<b>14.188</b>	-1.113	- 7,3
	<b>Other</b>	<b>904</b>	<b>700</b>	-205	- 22,6
Hallertau Total	Elbe/Saale	2.830	2.574	-256	-9,1
	Tett nang	1.836	1.640	-196	-10,7
	Spalt	642	630	-12	-1,8
	Rest Germany	37	39	2	+6,1
<b>Germany Total</b>	<b>39.676</b>	<b>33.633</b>	-6.043	-15,2	
USA	Apollo	706	816	111	+15,7
	Cascade	1.711	2.041	330	+19,3
	Chelan	730	635	-95	-13,0
	Col./Tom.	5.735	5.216	-5,19	-9,0
	Galena	2.140	2.087	-54	-2,5
	Millennium	1.131	998	-134	-11,8
	Nugget	2.721	2.767	46	+1,7
	Summit	1.879	1.991	112	+5,9
	Super Galena	757	1.134	377	+49,8
	Willamette	4.668	3.493	-1175	-25,2
	Zeus	8.050	7.938	-112	-1,4
	Other	6.344	7.571	1.227	+19,3
USA Total	China	13.950	15.180	1.230	+8,8
	Czech Republic	6.753	6.555	-198	-2,9
	Poland	3.446	3.446	0	+0,0
	Slovenia	2.359	2.200	-159	-6,7
	UK England	1.409	1.350	-59	-4,2
	France	1.469	753	-716	-48,8
	Spain	812	890	78	+9,6
	Australia	1.189	1.343	154	+13,0
	New Zealand	730	832	102	+14,0
	South Afrika	628	807	179	+28,5
	Slovakia	328	300	-28	-8,5
	Rest*	3.802	3.907	105	+2,8
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>113.125</b>	<b>107.883</b>	-5.242	- 4,6	

\* Belgium, Bulgaria, Austria, Romania, Russia, Turkey, Ukraine, Portugal, Serbia, Belarus, Croatia, Switzerland, Hungary, Argentina, Japan, India.