

► 1 Agosto, 2017

Tecnifood**. La revista de la tecnología alimentaria**

dossier cervezas - dossier cervezas - dossier cervezas

Cervezas, artesanas y premium en el top de la innovación y el crecimiento

La reactivación que comenzó en 2015, dio su fruto el pasado ejercicio con el mayor crecimiento de los últimos 10 años del sector cervecero. La innovación y el canal hostelero siguen siendo los motores principales de esta tendencia positiva, a la que se suma la entrada en acción de las cervezas artesanas o las craft beers que han despertado un nuevo interés por esta bebida milenaria. Las artesanas han llegado para quedarse y ampliar el horizonte de la llamada cultura cervecera



Craft and premium beers, the pinnacle of innovation and growth

The economic recovery which began in 2015, resulted in the past fiscal year which saw greatest/biggest increase for the last 20 years in the beer industry. Innovation and the hotel industry continue to be the main driving forces in this positive trend, including the advent of craft beers which have awakened a new interest for this age-old drink. Craft beers have come to stay and are expanding the horizon of the so-called 'beer culture'

Del reciente 'Informe socioeconómico del sector de la cerveza en España, 2016', presentado por Cerveceros de España, asociación que representa a la práctica totalidad de la producción de cerveza en este país, desvela que "el sector cervecero sigue creciendo a buen ritmo, registrando el mayor incremento de los últimos diez años", según explica Jacobo Olalla, director general de esta asociación. De hecho,

el pasado año se elaboraron 36,5 millones de hectolitros de cerveza, un +4,3% más que el año anterior, lo que en ventas significó un +3,4%. Estos datos positivos también se reflejan en el consumo per cápita, "con unas pautas propias de la cultura mediterránea de consumo moderado y responsable", llegando a los 46,4 litros, lo que significa un aumento de consumo total de +3%. Las buenas condiciones climáticas logia y las cifras récord de turismo (más de 75 millones de

turistas extranjeros) explican estos resultados en ascenso, a los que también contribuyó el fortalecimiento de la cultura cervecera en el país. Este crecimiento también ha tenido su reflejo en la propia agrupación Cerveceros de España, que ha cuadruplicado el número de compañías asociadas.

Según esta misma fuente, la hostelería sigue siendo el principal canal de consumo con un 64% del total, que significa un incremento de consumo de +2,4% y



► 1 Agosto, 2017

en ventas de +3,2%, con respecto al año anterior y que en valor supone el 86%. En total se comercializaron más 19 millones de hectolitros en este canal, dado que tal como afirma Jacobo Olalla, "la cerveza en España se asocia a un contexto social y, por ello, la hostelería se mantiene como principal canal de consumo". A este respecto, la Federación Española de Hostelería (FEHR) ha explicado que la cerveza es la bebida fría más consumida en hostelería, representa un 36% del total del volumen, y puede suponer un 25% de la facturación de los establecimientos hosteleros y hasta un 40% en el caso de los locales con menos de 10 empleados. También, aumentaron las ventas de cerveza para consumo en el hogar, un +3,7% respecto al año anterior, hasta los 15.385.461 hectolitros.

Por tipo de envase, con el incremento de ventas al canal hostelero, en 2016 aumentó la venta de cerveza en barril un +3,5% y la botella reutilizable (+1,4%), los dos formatos más habituales de este canal. Los envases de vidrio son los más empleados por el sector cervecero, muestra de su compromiso con el medio ambiente, puesto que "son los que ofrecen mayor tasa de retorno por reciclaje y utilización".

Además, las exportaciones de cerveza también mantienen una senda de crecimiento, aumentaron un +261% en los últimos diez años hasta alcanzar los 2,4 millones de hectolitros en 2016. Los principales países de destinos de la cerveza elaborada en España son Guinea Ecuatorial, Portugal, China y Reino Unido. En cuanto a las importaciones, se sitúan en los 4,5 millones de hectolitros, un -6% menos que el año anterior, siendo Francia, Países Bajos y Alemania los principales países emisores.

Notable aportación a la economía española

El cervecero es un sector referente dentro del panorama alimentario español por su aportación a la economía, dado que el 90% de la cerveza que se consume en España, se elabora en este país. De hecho,

la cerveza es la bebida con contenido alcohólico con mayor impacto económico a través de los impuestos que gravan su consumo y a los empleos que genera. La cerveza aporta más de 7.000 millones en valor añadido a la economía y su valor en el mercado supera los 15.500 millones de euros. La cerveza contribuye, de modo indirecto, a la creación de más de 344.000 puestos de trabajo, la mayor parte de ellos en hostelería (90%). Estos datos posicionan a España como el segundo país de la Unión Europea en el que el sector cervecero genera más empleo, solo por debajo de Alemania. Y en materia de impuestos, la cerveza genera una aportación al Estado de más de 3.600 millones de euros, de los cuales, el 83% procede del consumo en hostelería, la mayoría derivados del empleo generado por este sector. "El mantenimiento de un clima de confianza en la recuperación económica y la estabilidad fiscal han permitido que el sector cervecero genere empleo y valor a la economía y son los factores que determinarán la continuidad de esta tendencia positiva", comentó el director general de Cerveceros de España durante la presentación de estos resultados.

La cerveza representa el 1,4% del PIB nacional y es un producto que está presente en una de cada 10 cestas de la compra, lo que supone 207 millones de cestas anuales y una penetración que llega al 85% de los hogares españoles. En volumen, el segmento *mainstream* o dominante representa un 42,1% de las ventas de cerveza; el *premium*, un 29,7%; el *economy*, el 21,9%; y el *super-premium*, el 6,2%. Esta bebida ha mantenido un buen comportamiento durante los años de crisis económica y en la actualidad el segmento *premium* es el que más crece. De esta forma, 2016 ha sido el primer año en que se ha conseguido recuperar el precio por litro previo a los años de crisis, alcanzando 1,21 euros por litro, similar a 2009.

Además, la aportación del sector cervecero a la economía empieza en el primer eslabón del proceso, con el cultivo de sus principales ingredientes: el lúpulo y la cebada.

La irrupción de las artesanales, la tendencia a la regionalización y la aparición de referencias premium han dado un giro de 180 grados al lineal de cervezas en el punto de venta, según Nielsen

En la elaboración de la cerveza se utiliza la totalidad del lúpulo y la práctica totalidad de la malta que se produce en España. En 2016, se recolectaron cerca de un millón de kilos de flor de lúpulo cultivada y alrededor de un millón de toneladas de cebada, de las cuales se seleccionó en torno al 70% para producir cerca de 485.000 toneladas de malta.

Por otra parte, el sector cervecero es pionero en la reducción del impacto de los envases que utiliza y en 2016, el porcentaje de recuperación alcanzó el 82%. A su vez, el uso de energías renovables en esta industria continúa aumentando, de modo que el pasado año se superó el 56% de energía procedente de fuentes de energía renovable, al mismo tiempo que se redujo el ratio de consumo de energía (27%) y de agua (5%) y las emisiones de agua residual (3%).

Práctica estabilidad en el consumo doméstico

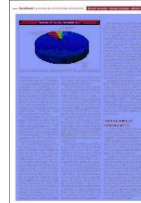
Por su parte, el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (Mapama) en su 'Informe del consumo alimentario en España 2016' muestra un escenario más conservador que el hecho público por Cerveceros de España y diferentes consultoras, en el que incluso se manifestó un descenso en el consumo de cerveza en hostelería. Según sus datos el consumo

CONSUMO ESPAÑOL EN EL HOGAR DE CERVEZAS (Comp. Años 2016 -2015)

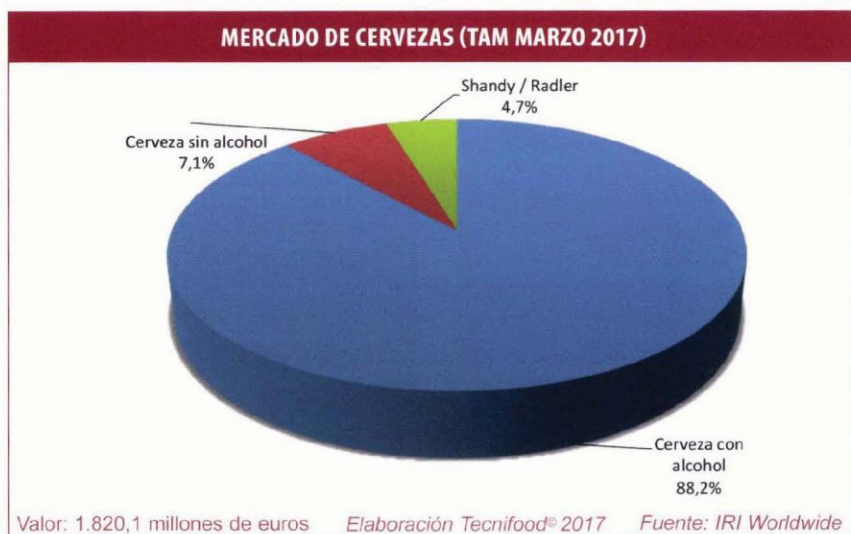
Productos	Volumen 2016 (miles de kg)	Volumen 2015 (miles de kg)	% Variación anual volumen	Valor 2016 (miles de €)	Valor 2015 (miles de €)	% Variación anual valor	Precio medio por kilo	Consumo per cápita	Gasto per cápita
Cervezas	821.480,75	816.952,70	0,55	986.236,14	968.910,83	1,79	1,20	18,71	22,45
Cerveza con alcohol	681.950,08	674.641,87	1,08	813.803,65	793.373,63	2,58	1,19	15,52	18,55
Cerveza sin alcohol	139.530,67	142.310,83	-1,95	172.432,49	175.537,20	-1,77	1,24	3,18	3,94

Elaboración Tecnifood® 2017

Fuente: MAPAMA



► 1 Agosto, 2017



total de cerveza ha sido en 2016 de 1.530 millones de litros por valor de 4.086 millones. En este escenario, el consumo doméstico de cervezas ha aumentado ligeramente en relación al año anterior llegando a los 821,4 millones de litros, lo que supone un ligero incremento del +0,6%, mientras que en valor crece un +1,8% hasta alcanzar los 986,2 millones de euros, dado que el precio medio se ha incrementado en +1,2% situándose en 1,20 euros/litro. La cerveza sin alcohol supone el 17,5% del consumo en valor y algo menos en volumen.

Los hogares destinan el 1,47% del presupuesto doméstico para alimentación y bebidas a la compra de cervezas, lo que supone un gasto por persona y año de 22,47 euros, una cantidad un +3,4% mayor que lo gastado en el año anterior. El consumo per cápita de cerveza se sitúa en 18,71 litros/persona/año, una cantidad superior en un +2,2% al consumo por persona en 2015.

En el caso del consumo de cerveza fuera de los hogares, según cifras del Mapama, se registró una demanda de 707,9 millones de litros, un -4,5% menos que en 2015, que en términos de valor se corresponde con 3.099,70 millones de euros, cifra que también descende en -3,8%, y que en términos globales, indica que el 76% de la cerveza consumida corresponde al canal de hostelería. En dicho canal, los españoles realizaron un consumo medio aproximado de 22 litros, con una variación en negativo del -3,8%. El gasto realizado por persona fue de 96,20 euros, cerrándose el precio en 4,38 euros/litro, con una subida del +0,8% respecto a 2015. La cerveza con alcohol es la que mayor peso registra fuera de casa, ya que de cada 100 litros que se adquieren, 89,3 litros se corresponden con esta, siendo su participa-

ción en valor del 87,8%. El 10,7% restante se corresponde con cerveza sin alcohol, cuya proporción en valor es del 12,1%.

En relación a la venta de cerveza en libre-servicio, la consultora IRI Worldwide la sitúan (TAM marzo 2017) en 1.820 millones de euros, por un volumen de 1.570 millones de litros, que suponen crecimientos en relación al período anterior del +2% y el +3%, respectivamente. En valor, la cerveza más vendida es la nacional con alcohol, que representa el 88,2% de las ventas, seguida por las 'sin alcohol', con un 7,1%; y del segmento *shandy/radler* con un 4,7%.

En cuanto a las marcas, las MDD lideran el mercado con el 24,3% de las ventas, seguidas por las marcas de los tres grandes grupos que lideran el sector, **Grupo Mahou-San Miguel**, **Heineken España** y **Grupo Damm**. Por tipo de envase, la lata sigue siendo líder con el 63,5% de las ventas totales en valor.

Para el mismo TAM marzo 2017, la consultora Nielsen sitúa las ventas en 1.361 millones de litros, por valor de 1.674,5 millones de euros, de las cuales el 81,3% corresponde a las cervezas tipo estándar, el 8% a las 'sin alcohol' y el 10,7% restante al segmento de las especialidades y sabores.

En cuanto al comportamiento del sector de la cerveza en el lineal, Celia Rodríguez, Head Group Manager de Nielsen afirma: "el mercado ha pasado, en no mucho tiempo, de estar concentrado en unos pocos *players* a muchos. Y no es solo cantidad, sino que es más sofisticado. La irrupción de las artesanales, la tendencia a la regionalización y la aparición de referencias *premium* han dado un giro de 180 grados al lineal de cervezas en el punto de venta. Ahora nos encontramos hasta cervezas *millennials*..."

Son tendencias todas ellas "recogidas del consumo en los bares y que están irrumpiendo en los hogares, ayudando a crecer una categoría que en el mercado de gran consumo creció un +3% en valor y un +2,1% en volumen, en el año móvil cerrado en marzo 2017". Por otra parte, continúa esta fuente, "el envejecimiento de la población y nuestra predisposición a sentirnos en forma y con salud, generan nuevas necesidades y demandas que satisfacer. La cerveza precisamente, y bajo esta premisa de salud, ha impulsado la búsqueda de nuevos consumidores dando una vuelta de tuerca al concepto 'sin' y embarcándose de lleno en el 0,0; o bien, añadiendo un poco de zumo de limón y creando un nuevo producto en el lineal, aunque en la barra del bar ya era conocido".

Al respecto de las cervezas sin alcohol, Jacobo Olalla ha confirmado que "España es el país líder de Europa en consumo de cerveza sin alcohol, representando su consumo el 15% de la ingesta total de cerveza consumida por los españoles. La demanda de esta bebida se debe a su sabor y a sus 'bajos riesgos' a la hora de realizar diferentes actividades como, por ejemplo, conducir". Además el 33% de los consumidores bebió cerveza sin alcohol fuera del hogar en alguna ocasión.

Cervezas artesanas, un crecimiento del 71%

La irrupción en el mercado de las cervezas artesanas o *craft beers*, como se las conoce internacionalmente, muestra que estas están consolidando su presencia en hostelería y tiendas especializadas, y son muy activas en nuevos proyectos y lanzamientos, favorecidas por la creciente demanda de productos de calidad, naturales y elaborados mediante procesos de producción artesanales.

No obstante, todavía están muy lejos del segmento dominante de las cervezas tradicionales *lager* o cervezas estándar, que mueven millones de litros al año. Se trata de un tipo de cerveza que los especialistas prefieren definir por su énfasis en el sabor, con notas de lúpulo y otros ingredientes, y por un aroma intenso, que se produce en pequeñas compañías independientes o microcerveceras, con capacidad de producción limitada. Prueba del éxito que están cosechando estas cervezas, de capital mayoritariamente español, es que en los años duros de la crisis económica el número de empresas especializadas en cervezas artesanales no dejó de crecer.



► 1 Agosto, 2017

Solo en España se pasó de las 21 compañías en 2008, a las 477 de la actualidad. De hecho, en su Observatorio Sectorial 'Cervezas Artesanas' publicado recientemente por la Consultora DBK, esta conclusión que la producción de cervezas artesanas se disparó en 2016. El volumen de producción se elevó a 145.000 hectolitros, lo que supuso un 71% más que en el ejercicio precedente, confirmando la tendencia de fuerte ascenso mantenida en el bienio 2014-2015. Por su parte, la facturación sectorial alcanzó los 45 millones de euros, frente a los de 26 millones de euros contabilizados en 2015 y los 15 millones de 2014.

El número de cerveceras artesanas ha mantenido en el último año su tendencia ascendente, de forma que en abril de 2017 operaban unas 477 empresas, cerca de 90 más que a finales de 2015. En el sector predominan las empresas de pequeño tamaño, contando por regla general únicamente con 2 o 3 empleados. Cataluña reúne el mayor número de operadores, concentrando el 20% del total. A continuación se sitúan Andalucía (15%) y Castilla y León (10%), seguidas por la Comunidad Valenciana y Galicia, con porcentajes del 8% cada una.

Este comportamiento del mercado, con grandes incrementos, está favoreciendo el interés de grupos cerveceros consolidados, otras compañías de la industria de alimentación y bebidas, sociedades de capital riesgo y pequeños inversores. A este respecto, las grandes cerveceras están incrementado su presencia mediante la toma de participaciones en cerveceras artesanas o el lanzamiento de cervezas especiales.

A modo de conclusión, DBK confirma que el desarrollo de nuevas variedades y presentaciones, el aumento esperado del número de competidores y la creciente orientación de las ventas hacia el exterior, son otras tendencias relevantes en el sector. En este marco, a corto plazo se prevé un mantenimiento de la tendencia ascendente del volumen de producción, estimándose para el cierre de 2017 un crecimiento cercano al 40%, hasta alcanzar una cifra en torno a los 200.000 hectolitros.

Entre los nuevos proyectos de este tipo de productores, se podría destacar la compañía **Blue Moon Brewing España** y filial de la cervecera norteamericana **Molson Coors**, cuyo desarrollo se está llevando a cabo en la actualidad. En el ámbito de nuevas marcas se encuentra **Brutus The Beer**, de la firma **Gold Lemon**, una compañía catalana que elabora esta cerveza *lager* en una de las fábricas

de cerveza más antiguas de Baviera. Una variedad que sus promotores no quieren definir como artesanal, pero sí bajo un concepto de nueva generación, a medio camino entre las cervezas industriales y las artesanas para paladares *gourmet*.

Pero el gran crecimiento de las compañías cerveceras artesanas no sólo es un fenómeno que afecta a nuestro país, según la **UHY Hacker Young**, compañía londinense especializada auditora de negocios e investigaciones de mercado, en el Reino Unido se abren diez nuevas fábricas de cerveza artesana cada semana al menos así se refleja en los datos del último año en el que se ha alcanzado un máximo histórico, nada menos que 520 cervecerías abiertas en el 2016 frente a las 336 que se abrieron en el año 2015. En el año 2014, un informe de la organización Camra (Campaign for Real Ale) concluía que este era el país con más fábricas de cerveza artesanal per cápita del mundo, dado que en ese año se contabilizaron 1.285 fábricas. En Estados Unidos ocurre prácticamente lo mismo, siendo uno de los países pioneros en la consolidación de la producción y comercialización de este tipo de cerveza. Según el *ranking* 'Branz Top 100', en este país existen más de 4.000 fábricas de cerveza craft, que acaparan una cuota de mercado del 12%.

Las empresas se mueven

España es el cuarto productor de cerveza de la Unión Europea y el décimo a nivel mundial con una gran capacidad exportadora, y teniendo en cuenta además que el 90% de la cerveza consumida en España es de fabricación nacional, es fácil concluir que este país cuenta con importantes grupos cerveceros.

En este sentido, según indica el 'Informe socioeconómico 2016' de Cerveceros de España, de los 36 millones de hectolitros que se elaboraron en España, el **Grupo Mahou-San Miguel** registró una producción de 12,2 millones de hl (33,8% del global); **Heineken** produjo 10,5 millones (29,1%); **Damm**, 9,3 millones (25,8%); **Hijos de Rivera**, 2,4 millones; **Compañía Cervecería de Canarias**, 1 millón; **La Zaragozana**, 792.791 hl y otras compañías 257.000 hl (estimación). Lo que significa que los tres primeros grupos cerveceros acaparan el 88,7% de la producción total.

El Grupo Mahou-San Miguel, líder del sector, hizo públicas en abril las magnitudes de la compañía, confirmando que en 2016

consiguió la mejor cifra de negocio de su historia "impulsada por su fortaleza en España" -según fuentes de la empresa-. La cervecera aumentó sus ingresos un +3,7% en 2016, alcanzando los 1.220,5 millones de euros. Asimismo, experimentó un crecimiento relevante en su Ebitda, que se situó en 264,9 millones de euros, lo que supone un incremento del +2% respecto al año anterior. Además, destinó a la innovación, una de sus principales palancas de crecimiento, 17,1 millones de euros y lanzó 8 nuevos productos al mercado, desarrollando nuevos segmentos con variedades como *Mahou Barrica* o *San Miguel 0,0 Isotónica*, y contribuyendo al crecimiento de otros como el de 'Especialidades' con *Mahou Maestra* y *Alhambra Roja*. La compañía estima que, en 2017, el 50% de su crecimiento orgánico en

MERCADO CERVEZAS ARTESANAS AÑO 2016	
Número de empresas (a)	477
Producción (mill. euros)	
2015	26
2016	45
Producción (hectolitros)	
2015	85.000
2016	145.000
Producción en volumen	
% var. 2015/2014	+70,0
% var. 2016/2015	+70,6
Previsión de evolución de la producción en volumen	
% var. 2017/2016	+37,9
Fuente: Observatorio Sectorial DBK Elaboración Tecnifood® 2017	

volumen vendrá de la innovación. El compromiso medioambiental también es una prioridad para Mahou-San Miguel, dado que ha destinado una inversión de 36 millones de euros en los últimos cinco años para garantizar el uso responsable de los recursos naturales, disminuyendo en un 1,2% el consumo de agua, aunque su producción de cerveza aumentó un 3,9%, y reduciendo su consumo energético en un 3%.

Por su parte la Heineken España, el grupo que comercializa en nuestro país más de 45 marcas de cervezas, en su apuesta por ampliar sus variedades y marcas sin alcohol 0.0, ha invertido 3,2 millones de euros en las instalaciones de su fábrica de Sevilla para adaptarla a la producción de este tipo de cerveza, según ha informado la compañía en un comunicado, en el que ha destacado que España lidera esta categoría en Europa con



► 1 Agosto, 2017

un consumo superior al 14%. La compañía ha destacado que es una inversión importante para ampliar y consolidar su gama de cervezas 0.0, en la que se incluyen *Amstel 0.0*, *Cruzcampo 0.0*, *Buckler 0.0* y, más recientemente, *Heineken 0.0*.

En relación al medio ambiente, Heineken España, en su compromiso con la protección de las fuentes de agua y con su objetivo de alcanzar un balance hídrico neutro, ha ahorrado 325 millones de litros de agua a nivel nacional en 2016, y ha puesto en marcha dos proyectos pioneros en Doñana y en campos de Jaén y Granada con el objetivo de devolver al entorno el agua utilizada en la elaboración de cerveza.

Además Heineken se encuentra inmersa en plena transformación digital a nivel internacional, basada en el 'precisión marketing'. Una apuesta por la innovación a todos los niveles que ha llevado a esta multinacional a presentar el primer grifo de cerveza digital e interactivo denominado *iBeer*, desarrollado junto al Laboratorio de Neurotecnologías Inmersivas del

Instituto I3B de la Universitat Politècnica de Valencia (UPV), y que ofrece tres tipos de contenido al consumidor: comunicativo, experiencial e interactivo. Además, aporta valor añadido al dueño del local de hostelería gracias a sus capacidades de medición, geolocalización y conectividad.

En el capítulo de operaciones, destaca la iniciativa de Hijos de Rivera, propietaria de la marca *Estrella de Galicia*, con la adquisición el pasado mes de abril del 32% de la cervecera irlandesa Carlow Brewing Company, que comenzó hace dos décadas a elaborar cervezas artesanas, cuya marca y emblema es *O'Hara's*, fortaleciendo así su participación en el mercado de las *craft beers*. La compañía ha cerrado el ejercicio 2016 con una facturación de 408 millones de euros, con un incremento del +12,7% respecto al año anterior.

Otra acción destacable relacionada con la inversión ha partido de la compañía vasca **La Salve Bilbao** que ha invertido 1,8 millones de euros en su nueva fábrica de Bolueta de Bilbao, ciudad en la que esta cervecera fue fundada hace 130 años. La cerveza dejó de

producirse hace 38 años y en 2014 la empresa renació con una pequeña producción fuera de la capital vizcaína. Además, esta compañía tiene previsto lanzar a lo largo de este año una variedad 0.0 alcohol con la marca *La Salve Botxo* y entrar en el formato de lata con *La Salve Lager Auténtica*.

En cerveceras artesanas, cabe mencionar el acuerdo alcanzado por **Cervezas La Virgen** con **Ab In Bev**, en virtud del cual, la cervecera madrileña pasa a formar parte de la división Craft & Specialities de **ZX Ventures** para impulsar su plan de crecimiento, especialmente la expansión nacional y la posibilidad de introducirse en otros mercados internacionales garantizando la continuidad e independencia de su gestión, su posicionamiento, valores y su constante apuesta por la calidad y la innovación. De esta forma, Cervezas La Virgen reforzará el proyecto original, manteniendo su esencia y autenticidad en la fabricación de cerveza artesanal de gran calidad, pero asegurando su crecimiento respaldándose en la experiencia y apoyo de AB InBev a través de ZX Ventures. ▢

Nueva norma de calidad de la cerveza

El Consejo de Ministros aprobó el pasado diciembre, a propuesta de los Ministerios de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, y de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, las normas de calidad de las aceitunas de mesa, las harinas, sémolas y otros productos de la molienda de los cereales y de la cerveza y las bebidas de malta. El que se refiere a la cerveza es el Real Decreto 678/2016, de 16 de diciembre, por el que se aprueba la norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta.

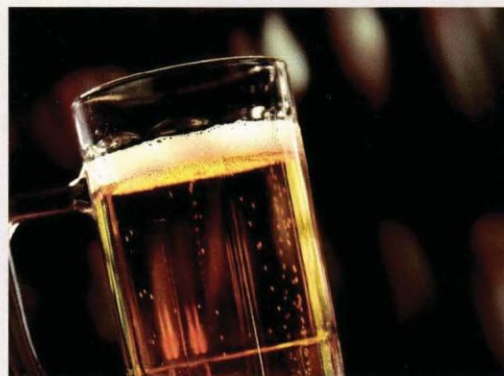
En concreto, la nueva norma de calidad para la cerveza trata de adaptarse a la realidad del mercado tras más de 20 años de existencia de la anterior legislación (Real Decreto 53/1995). Esta establece la definición de la cerveza como alimento elaborado a partir de materias primas naturales, y su adaptación es necesaria, principalmente, en lo relativo a la denominación legal de las diferentes categorías de cerveza y bebidas de malta, incorporando nuevos conceptos como mosto cervecero y productos consagrados por el uso, pero no definidos hasta este momento. Así se cubre el vacío existente a la hora de definir determinados conceptos como la 'clara' o 'fabricación artesana':

-Clara: Mezcla de cualquier tipo de cerveza con gaseosa, o con bebida refrescante aromatizada o bebida refrescante de zumos de frutas con carácter organoléptico exclusivamente de cítricos, en la que el porcentaje de cerveza sea superior al 50% o su graduación alcohólica sea superior a 0,5% en volumen".

-Fabricación artesana: Elaboración conforme a lo establecido en la presente norma de calidad, mediante un proceso que se desarrolle de forma completa en la misma instalación y en el que la intervención personal constituye el factor predominante, bajo la dirección de un maestro cervecero o artesano con experiencia demostrable y primando en su fabricación el factor humano sobre el mecánico, obteniéndose un resultado final individualizado, que no se produzca en grandes series, siempre y cuando se cumpla la legislación aplicable en materia de artesanía.

También se actualizan las definiciones de los productos preexistentes, de los requisitos de la información alimentaria facilitada al consumidor y de los métodos analíticos aplicables a los distintos tipos de cerveza y bebidas de malta. Además de la incorporación del concepto 'fabricación artesana', también destaca la posibilidad de incorporar nuevos ingredientes, tales como frutas o especias.

En relación a esta nueva normativa de calidad, el Mapama ha destacado que con su cumplimiento se mejora la competitividad del sector, se garantiza la competencia leal entre los operadores, se dota de las mismas condiciones a todos los productores.





► 1 Agosto, 2017

"El interés por esta bebida milenaria se ha potenciado hacia nuevos sabores y matices"



La innovación en sabores y matices para responder a la demanda de propuestas diferentes es uno de los factores que están impulsando el mercado de cervezas, en el que "la preocupación por el medio ambiente y la sociedad marca la agenda del sector", según declara Jacobo Olalla, director general de Cerveceros de España

TF.- Las ventas de cerveza en España se han incrementado en un 3,4%, el mayor crecimiento de los últimos diez años. ¿Cuál es la razón de este aumento?

-Existen varias razones. En primer lugar, debemos tener en cuenta que las cifras de consumo de cerveza tienden a representar la situación económica de nuestro país. Así, estos datos reflejan no solo una tendencia positiva en la estabilidad fiscal, sino también la generalización en la sociedad de un clima de confianza en la recuperación de la economía. Por otro lado, el clima y las cifras récord de turismo en 2016, están relacionados con este crecimiento. Así, existe un vínculo claro entre cerveza y turismo, debido a que un 99,5% de los visitantes mayores de edad consume cerveza durante su estancia en España. De hecho, la cerveza es uno de los nueve productos españoles más reconocidos por los extranjeros que visitan nuestro país. Cabe destacar que estos buenos resultados se han dado con un consumo per cápita moderado (46,4 l.) -de los más bajos de la UE- reflejo de nuestras pautas de consumo mediterráneas. Esto es algo que nos enorgullece enormemente.

TF.- ¿Qué principales acciones lleva a cabo Cerveceros de España para el fortalecimiento de la cultura cervecera en el país?

El objetivo principal de Cerveceros de España es mantener las pautas de consumo mediterráneas a partir de las cuales la cerveza es disfrutada por adultos de forma moderada, en buena compañía y casi siempre con algo de comer. Para mantener estos patrones de consumo, realizamos una intensa labor de concienciación a través de iniciativas en colaboración con diversas instituciones. En el caso de los menores, nuestro mensaje es tajante: ni una gota de alcohol. En el caso de los adultos, fomentamos un consumo moderado y responsable y, en situaciones en las que no se debe consumir alcohol, como la conducción, el embarazo y la lactancia, recomendamos optar por la opción sin alcohol

TF.- ¿A qué se debe el hecho de que se haya cuadruplicado la cantidad de empresas cerveceras asociadas?

La suma de nuevos asociados a Cerveceros de España es un reflejo del auge de la cultura cervecera en nuestro país. Estas nuevas empresas son un motor económico y de innovación. El emprendimiento y la creación de estas cerveceras es buena para la economía y aportan dinamismo al sector.

TF.- ¿Cuáles son en la actualidad las tendencias más claras en innovación dentro de este mercado?

En España siempre ha habido una cultura cervecera pero, en los últimos años, hemos visto cómo el interés por esta bebida milenaria se ha potenciado. El consumidor de cerveza es cada vez más exigente, y aunque siga consumiendo las clásicas rubias, hay otros momentos en los que quiere algo diferente, nuevos sabores y matices. Ahí es donde las especialidades están viviendo un auge importante. Las compañías de cerveza en España son conscientes de las exigencias cada vez mayores de los consumidores y por eso están innovando y lanzando nuevas variedades *premium* de cerveza para satisfacer la demanda existente. Además, también elaboran cervezas para aquellos que no pueden o no quieren consumir la variedad tradicional, y así, cubrir todas las necesidades del mercado. Este es el caso de las cervezas sin alcohol y sin gluten, apta para celíacos. Estos productos mantienen el mismo sabor y constituyen una alternativa ideal.

TF.- ¿Qué acciones lleva a cabo el sector cervecero en su compromiso por la sostenibilidad y el medio ambiente?

La preocupación por el medio ambiente y la sociedad marca la agenda del sector cervecero. Estos son algunos ejemplos de los logros del sector en materia de sostenibilidad:

- El sector cervecero ha sido pionero en la reducción del impacto de los envases que ponemos en el mercado. Una muestra de ello es la continua mejora en la proporción de envases recuperados por el sector, que en 2016 alcanzó el 82%.
- Las cerveceras intentan aprovechar al máximo los recursos naturales. Por ejemplo, en 2016 disminuyó en un 5% el ratio de consumo de agua por hl de cerveza elaborado.
- En lo que a energías renovables se refiere, el sector ha aumentado en un 56% su utilización en este último año, suponiendo esto una reducción del ratio de consumo de energía de un 27% desde 2008.
- En cuanto a emisiones, en 2016 las compañías cerveceras redujeron en un 3% las emisiones de agua residual.

Escaparate de innovación

Heineken España

Nuevas 0.0 y cambio de imagen de Cruzcampo



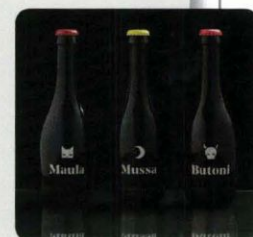
Heineken acaba de lanzar al mercado Heineken 0.0 de calidad *premium* con sólo 69 calorías por cada 33 cl y elaborada con los mismos tres ingredientes de Heineken®, 100% naturales (100% malta de cebada, agua y lúpulo) y su exclusiva *Levadura-A®*. Su proceso de elaboración es el más largo de las cervezas de su categoría, con una duración de 28 días y fermentación en tanques horizontales. Esta nueva cerveza sin alcohol se suma a las que ya lanzó la compañía a principios de año de sus marcas Amstel

0.0 y Cruzcampo 0.0. También, recientemente, la centenaria cerveza Cruzcampo ha cambiado su imagen, recuperando elementos históricos como el Templete de la Cruz del Campo, el Gambrinus original o el barril.

Cerveza de Valencia

Maula, Mussa y Butoni

Cerveza de Valencia es un nuevo proyecto de La Mejor Naranja, una empresa que vende cítricos a través de internet desde 2002, y de Brandsummit consultora especializada en desarrollar marcas de alimentación. Un proyecto que ya ha lanzado tres variedades de cervezas artesanas, cítricas y 100% valencianas llamadas Mussa, Maula y Butoni, nombradas así por las ánimas que aterrizaban a los niños valencianos. Identificadas en cada caso por el color de su toque frutal: amarillo (limón), naranja y rojo (sanguina).





► 1 Agosto, 2017

Escaparate de innovación

Mahou-San Miguel

Mahou 0.0 Tostada



La innovación ha llevado a Mahou a su reciente lanzamiento, *Mahou 0.0 Tostada*, que nace con la vocación de aportar valor al segmento de las 0.0 y de ofrecer valor añadido a los consumidores que quieren disfrutar de una cerveza de la variedad tostada, pero no quieren consumir alcohol. Este nuevo lanzamiento se suma a los recientemente realizados por la marca como *Mahou Maestra*, *Mahou Cinco Estrellas Sin Gluten*, *Mahou Limón*, *Gama Mahou Barrica*, que ha supuesto, incluso, la creación de una nueva categoría de cervezas en España. *Mahou Cinco Estrellas*, *Mahou Clásica*, *Mahou Sin*, *Mahou Negra* y *Mahou Premium Light* componen el resto de su portafolio, basado en la calidad y la mejor maestría cervecera.

Grupo Damm

Cerveza roja fresca Malquerida

Un año de trabajo intenso y experimentación conjunta de los maestros cerveceros del Grupo Damm, de los hermanos Ferrán y Albert Adrià y otros expertos de la coctelería y gastronomía, ha dado como resultado la nueva cerveza *Malquerida*. Una cerveza roja y muy fresca, de flor de Jamaica, naranja, malta de cebada, trigo, maíz y lúpulo, capaz de maridar con toda una gran variedad de especialidades culinarias latinas.

Por otra parte, el Grupo Damm sigue apostando por las marcas locales y ha recuperado y relanzado la popular cerveza *Oro*, de Bilbao, 104 años después de su llegada al mercado. La marca vuelve con la receta original con la que se comercializó en 2001, sin filtrar y tostada.



Cervezas Villa de Madrid

La artesana Chula Premium Pilsner, Premio ITQI

Cerveza *Chula*, perteneciente al grupo de Cervezas Villa de Madrid, ha obtenido en Bélgica, el prestigioso Premio al Sabor Superior con 3 estrellas dentro del certamen 2017 Internacional Taste & Quality Institute - ITQI. El jurado internacional ha concedido dicho galardón a esta cerveza artesana, por "su sabor excepcional". Cervezas Villa de Madrid elabora sus cervezas artesanas premium en Rivas-Vaciamadrid desde 2015. *Chula Premium Pilsner* es una cerveza rubia de baja fermentación, elaborada con seis tipos de malta exclusivamente seleccionadas y seis lúpulos de diferentes países, con levaduras de fondo. El tiempo de fermentación y maduración siempre supera las ocho semanas.



Gold Lemon

Brutus The Beer nuevo diseño



La cerveza *Brutus The Beer*, prototipo de la nueva generación de cervezas, a caballo entre las industriales y artesanas, se distingue por su sabor y calidad, y por su original diseño, que se ha renovado de cara al verano de 2017, con un packaging que busca alejarse de cualquier estética temporal o moda pasajera. Fermentada con procesos a baja temperatura de forma artesanal, este cerveza es natural y no contiene aditivos, ni conservantes; no está pasteurizada y tampoco incluye gas añadido.

La Zaragozana

Ámbar Centeno

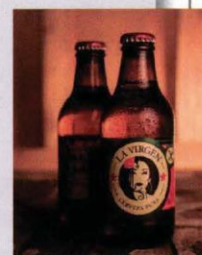
Ámbar ha añadido una nueva referencia a su gama *Ambiciosas*: *Ámbar Centeno*, una nueva variedad que conserva todas las cualidades de esta colección y para la que la compañía ha rescatado el centeno, un cereal muy antiguo, casi abandonado en la cervecera moderna. El resultado es una cerveza compleja, oscura, debido al tueste de las maltas de dicho cereal, con cuerpo, turbidez y espuma persistente. Una cerveza que no debe tomarse muy fría.



Cervezas La Virgen

Cerveza sin gluten certificada

La Virgen ha lanzado el primer botellín de 25 cl. de cerveza sin gluten del mercado. Un producto apto para celíacos, que mantiene el mismo sabor equilibrado de su variedad *Madrid Lager*, su cerveza de baja fermentación estilo *Helles*. Las cervezas de La Virgen son frescas, sin filtrar y sin pasteurizar. Durante el proceso de fermentación se añade una enzima que descompone el gluten, por lo que no existe diferencia de sabor.



Cervecera de Canarias

Dorada Especial Esencia Negra



La cerveza *Dorada Especial Esencia Negra* es la nueva apuesta por el segmento premium de Cervecera de Canarias. Es una cerveza tipo *lager* que utiliza levadura de baja fermentación junto a ingredientes seleccionados, entre ellos dos tipos de malta tostada y dos de lúpulo, que son los responsables de su color y sabor. A ello se suma un proceso de extramaduración, que supera en un 50% al de otras cervezas, en línea con el resto de tipos de *Dorada Especial*.

Cervecera Independiente / Founders Brewing

Nuevas Barrel Aged

Founder Brewing, cervecera americana especializada en la producción de craft, que llegó hace dos años a España de la mano de Cervecera Independiente, la Unidad de Nuevos Negocios de Mahou San Miguel, ha presentado la gama *Barrel Aged* de cervezas envejecidas en barrica. Este año se ha incorporado la *Frootwood*, una *cherry ale* con 8% de alcohol, con lo que la gama cuenta ya con tres variedades en España. Esta se suma a la *KBS* (*Kentucky Breakfast Stout*), una *imperial stout*, elaborada con café y chocolate, y la *Backwood Bastard*, *scotch ale*, de aroma a whisky y caramelo.

