



Cervezas, un brindis por las artesanas y premium

El sector cervecero sigue creciendo según constatan todos sus indicadores: consumo, ventas, producción y exportación. Una tendencia al alza que se ha visto reforzada por la innovación a través de la llamada "premiumización" y la aportación del canal de hostelería, como principal canal de consumo. Además, las cervezas artesanas y de autor continúan en expansión y conquistando paladares de consumidores que valoran sobre todo los nuevos sabores, los ingredientes naturales y las composiciones locales o que vuelven a la tradición

"En 2017 hemos vivido un año de crecimiento en el sector cervecero, en línea con la tendencia desde que comenzaron a notarse los efectos de la recuperación del consumo en 2012. Ha sido un año muy bueno", confirmó Jacobo Olalla, director general de Cerveceros de España durante la presentación del "Informe socioeconómico del sector de la cerveza en España, 2017". Un informe elaborado conjuntamente por esta asociación y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) que recoge todas las magnitudes y cifras relacionadas con este mercado durante el último ejercicio.

Según los datos de esta asociación, que representa a la práctica totalidad de la producción de cerveza en este país, las compañías cerveceras comercializaron 35,7 millones de hectolitros de cerveza a lo largo de 2017, un 3,8% más que el año anterior. El auge del turismo, la consolidación de la recuperación económica, el impulso del sector hostelero y la estabilidad fiscal han sido los factores que han contribuido a estos resultados.

Por su parte, el consumo también ha experimentado incrementos cercanos al +4% respecto al año anterior, hasta los 39,5 millones de hectolitros. "Cabe destacar el carácter diferencial del consumo

de cerveza en España, cuyo crecimiento tiene lugar dentro las pautas de consumo mediterráneas, en las que la cerveza se toma acompañada de otros alimentos, de forma responsable, moderada y social". De hecho, el consumo per cápita de los españoles, 48,3 litros, continúa por debajo de la media europea, situada en los 76 litros anuales.

El consumo de cerveza en hostelería representó el 63% del total, un 6,7% más que en 2016 y, por lo tanto, la hostelería continúa siendo el principal canal de consumo de esta bebida, en línea con el patrón de consumo típicamente social prevalente en España. En este contexto, el Informe



► 1 Agosto, 2018

2017 de Cerveceros de España señala que la cerveza concentra el 40% de las bebidas frías consumidas en hostelería, un 1,4% más que el año anterior.

En cuanto a la producción, el sector creció un 3,2% el año pasado, con un total de 37,6 millones de hectolitros de cerveza elaborados, de los cuales 12,3 millones fueron producidos por el grupo **Mahou San Miguel** líder del sector; seguido de **Heineken** con 10,5 millones de hectolitros; **Damm**, 9,6 millones, y ya a más distancia; **Hijos de Rivera** con 2,7 millones. Esta producción sitúa a España en cuarto puesto en Europa, por detrás de Alemania, Reino Unido y Polonia, así como en el undécimo puesto mundial, en una clasificación liderada por China, Estados Unidos y Brasil. La presencia del sector cervecero español en los mercados exteriores continúa el ritmo ascendente de los últimos años y en 2017 se alcanzaron los 2,9 millones de hectolitros exportados, lo que supone un incremento de más del 240 % en los últimos diez años. Los principales destinos de la cerveza española en 2017 fueron Portugal, China -donde en los últimos siete años las exportaciones se han multiplicado por más de 300- Reino Unido e Irlanda.

“La calidad de la elaboración, la popularidad de las marcas españolas entre los visitantes extranjeros y nuestra característica forma de consumo mediterránea explican gran parte del protagonismo del sector cervecero fuera de nuestras fronteras, liderando la entrada de nuestros productos en países de gran tradición cervecera, como Reino Unido”, aclara el director general de Cerveceros de España.

El papel relevante del sector cervecero se debe a sus sinergias con la hostelería y el turismo y es referente en el panorama agroalimentario por su contribución a la economía. El valor de la cerveza en el mercado supera los 15.500 millones de euros, alrededor del 1,3 % del PIB y genera cerca de 7.000 millones de euros de valor añadido a la economía. Tal y como se detalla en este Informe, se trata de la bebida con con-

tenido alcohólico con mayor impacto en la generación de empleo y la recaudación de impuestos, que ascienden a más de 3.600 millones de euros en 2017, un 40% más de lo recaudado con otras bebidas.

Los buenos resultados del sector cervecero en los últimos años van en paralelo con el crecimiento de las compañías cerveceras. De hecho, en 2017 el número total de cerveceras inscritas en la asociación fue de 521, con un incremento de 35 instalaciones respecto a 2016. Cataluña, con 103 cerveceras; Andalucía, con 83, y Castilla y León, con 51, concentran gran parte de los centros productores de esta bebida en España.

Por otra parte, el sector cervecero español utiliza materia prima nacional para la elaboración de sus productos, para la que emplea la práctica totalidad del lúpulo y malta cervecera que se cultiva en nuestro país. En 2017, se recolectaron alrededor de 600.000 kilos de flor de lúpulo cultivada y 900.000 toneladas de cebada cervecera, para producir más de 500.000 toneladas de malta.

Entre las cifras aportadas por este informe, también llama la atención que España es líder a nivel europeo en cerveza sin alcohol, tanto en producción como en consumo. Tanto dentro como fuera del hogar, el consumo de la cerveza sin alcohol representa un 14,7% del total de litros consumidos. Asimismo, en 2017 el consumo de esta variedad en hostelería representó un 12,1% del total y un 13,3% en valor. Además, cada vez se lanzan al mercado más productos encuadrados dentro del segmento de baja graduación.

“Premiumización” y crecimiento

Para Celia Rodríguez, Client Support Manager de Nielsen, “las cerveceras están entendiendo bien los cambios del consumidor y qué demanda en la actualidad. Esto se ha traducido en un gran esfuerzo en innovación, nada fácil en una categoría

El valor de la cerveza en el mercado supera los 15.500 millones de euros, alrededor del 1,3 % del PIB y genera cerca de 7.000 millones de euros de valor añadido a la economía

que siempre tuvo la etiqueta de tradicional en nuestro país y que no sabía bien cómo responder a la pregunta de cómo puedo innovar. Pero encontró el camino, especialmente apostando por la premiumización”.

“En efecto, son muchos los consumidores que aprecian ese plus de calidad y de sabor, ese toque artesanal, etc. Nuestro informe Nielsen 360 precisamente constata cómo un 57% de consumidores se preocupa por la calidad y está dispuesto a pagar más por ella. Esto es un filón para una categoría tan madura, ya que le proporciona venta incremental. Y es que las cerveceras entendieron perfectamente el rumbo que tomaba el mercado de gran consumo: la necesidad de revalorizar el lineal. Las cerveceras están ya recogiendo los frutos de lo acertada de su estrategia. La cerveza es la tercera categoría que más crecimiento aporta al conjunto del gran consumo. De hecho, en el top 15 de marcas de este mercado (de cualquier categoría), las dos que más crecen son cerveceras.

No obstante, no sólo lo *premium* hace crecer a la categoría. En los últimos años hemos observado cómo se ha enriquecido el lineal de cervezas, tanto por el eje salud (con el auge de las 0,0), como la mayor presencia de especialidades nacionales. Esto último está asociado a lo que conocemos como cervezas artesanales, cuyo peso dentro de la categoría es reducido pero ayuda a revalorizar el lineal. Las artesanales no roban cuota de mercado a las marcas

CONSUMO DE CERVEZA HOGARES ESPAÑOLES - MAPA (TAM JUNIO 2016 - JUNIO 2017)

Productos	Volumen TAM junio 2017 (miles de kg)	Volumen TAM junio 2016 (miles de kg)	% Variación anual volumen	Valor TAM junio 2017 (miles de €)	Valor TAM junio 2016 (miles de €)	% Variación anual valor	Precio medio kilo	Consumo per cápita	Gasto per cápita
Cervezas	828.786,48	819.637,69	1,12	1.004.495,10	976.873,44	2,83	1,21	18,84	22,84
Cerveza con alcohol	688.138,58	676.952,09	1,65	831.605,23	799.786,26	3,98	1,21	15,62	18,92
Cerveza sin alcohol	140.647,90	142.685,60	-1,43	172.889,87	177.087,18	-2,37	1,23	3,19	3,94



► 1 Agosto, 2018

de siempre, que están encantadas con ellas porque ayudan a dar prestancia a la sección. Este postreo ejerce un efecto muy positivo en la mente del consumidor", afirma Celia Rodríguez.

Según Nielsen, la cerveza representa una de las categorías más maduras del mercado de gran consumo, es decir, es tradicional, está asentada y tiene un peso muy consolidado dentro de la cesta de la compra, siendo la cuarta en importancia con unas ventas de 1.650 millones de euros obtenidas en supermercados e hipermercados (TAM abril 2018), un 5,6% más que en el mismo período del año anterior. En el acumulado del año, en cambio, se ralentiza el crecimiento, un 2% frente al 3,1% del mercado de gran consumo en conjunto. "En España, cada consumidor mayor de edad se gasta en los supermercados e hipermercados 43 euros de media al año, para un total de 39,4 litros de cerveza. Si nos referimos a las latas de 33 cl., estaríamos hablando de casi 120 latas anuales".

Por su parte, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en su estadística sobre el consumo en hogares de la cerveza, en el TAM junio 2017, (que es el más actualizado al cierre de esta edición), señala que el volumen ascendió a 828,7 millones de litros, por valor de 1.004,4 millones de euros, que suponen incrementos del +1,2% y +2,8% respectivamente. Del total del consumo en valor de los hogares, el 17,2% corresponde a la cerveza sin alcohol, lo que ha significado un descenso del -2,3%. El consumo per cápita es de 18,8 litros por habitante al año, para un gasto de 22,8 euros.

Las cervezas artesanas dan la talla

Mientras que en Estados Unidos, donde hace más de una década despuntó la moda de las microcervecías locales productoras de cervezas artesanas, esta actividad ya da síntomas de agotamiento. En España es un segmento que todavía tiene margen para crecer, según los analistas.

Es cierto que en EE UU los crecimientos de dos dígitos continuados ya bajaron a un dígito en 2016, en un país donde el 20% del valor de este mercado corresponde a las variedades artesanas. Pero las microcervecías no están desapareciendo porque pasen de moda, sino porque tras el despegue inicial los *amateurs* desaparecen y las que resisten empiezan a crecer, por lo que es

un mercado que se está estabilizando.

Para Cervecedores de España, "cada año se tiende más a la profesionalización y son un fenómeno que han dado aire fresco a la innovación. Están en plena transformación y todavía tienen margen de desarrollo". De esta forma los pequeños productores siguen conquistando año tras año a un colectivo de consumidores que buscan productos diferentes, casi de autor.

Pero, ¿qué es una cerveza artesanal? 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, define la fabricación artesana como la que se hace "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".

En cuanto a las cifras que mueve esta actividad en España, según el Observatorio Sectorial DBK de Informa, en un marco de creciente demanda de productos naturales, de calidad y elaborados de manera artesanal, la producción de cervezas artesanas siguió experimentando un fuerte crecimiento en 2017, si bien con porcentajes de crecimiento menores a los registrados en años anteriores.

Así, el volumen de producción se situó en 170.000 hectolitros, un 36% más que en 2016, año en el que había crecido un 47%. En valor, la producción alcanzó en 2017 los 47 millones de euros, lo que supuso una variación del +31% respecto al año anterior. Se prevé un mantenimiento

DESDE LOS CAMPOS DE CEBADA HASTA LOS LOCALES DE HOSTELERÍA

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



Los tres ingredientes esenciales de la cerveza son agua, cebada malteada y lúpulo.



El contenido alcohólico de la cerveza proviene solo de la fermentación natural de sus materias primas.

TIPOS DE CERVEZA

Cervezas de baja fermentación o lager.
Ligeras, espumosas y suaves. Se fermentan a temperaturas bajas. Aquí encontramos desde las rubias, a las tostadas de tipo extra o incluso las negras.

Cervezas de alta fermentación o ales. Cremosas y oscuras. Se fermentan a altas temperaturas. Aquí encontramos las de tipo ale, de abadía, trapenses, negra stout o las de trigo.

CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES

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

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

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

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



► 1 Agosto, 2018

de la tendencia de crecimiento del volumen de producción a corto y medio plazo, estimándose un incremento cercano al 30% en 2018.

Igualmente, el número de cerveceras artesanas sigue aumentando, registrándose 511 empresas en abril de 2018, 34 más que en abril de 2017. Por zonas geográficas, Cataluña concentra el mayor número de cerveceras, con el 20% del total, seguida de Andalucía (16%). A continuación, se sitúan Castilla y León (10%) y la Comunidad Valenciana (9%).

Algunas empresas cuentan con importantes planes de crecimiento tras haber realizado inversiones para el aumento de su capacidad productiva. Entre otras tendencias del sector cabe señalar el progresivo aumento de las exportaciones, identificándose actualmente ya varias compañías con presencia en diferentes mercados extranjeros.

Y no todas las cervezas artesanas son poco conocidas. Muchas compañías de cerveza artesanal han logrado ganarse un hueco en los bares y en los lineales de los supermercados españoles, lo que les genera importantes beneficios. **La Sagra**, **La Virgen** o **La Cibeles** son algunas de las más populares entre los consumidores. De hecho, La Sagra Brew es la cervecería artesanal con mayor producción de España, situándose en 1,4 millones de litros anuales. En concreto, su marca *Madri* es una de las preferidas de este segmento.

En este escenario hay grandes grupos cerveceros que están convencidos que parte del futuro de este sector depende de la innovación y del creciente desarrollo de productos artesanos. De esta forma, es de destacar la apuesta, desde hace más de tres años, del primer grupo cervecero de España, **Mahou San Miguel**, por este tipo de cervezas. Si en diciembre de 2014 adquirió el 30% de la estadounidense **Founders Brewing** para importar sus productos a España, sólo unos meses después se hacía con el 25% de la bilbaína **La Salve**, que en la actualidad ya es del 42,9%, y en abril de 2016 adquirió el 40% de **Nómada Brewing**. Ya en 2017, en el mes de noviembre, hacía lo propio con el 30% de la norteamericana **Avery Brewing**. Estas operaciones han dado forma a Cervecería Independiente, la unidad de nuevos negocios de **Mahou-San Miguel**, que ya ha comercializado 47 referencias de este tipo de cervezas.

Ahora, en mayo de este año, el grupo cervecero anunció la construcción en

La cerveza artesana sigue creciendo en España. El volumen de producción se situó en 170.000 hectolitros, un 36% más que en 2016, año en el que había crecido un 47%. En valor, la producción alcanzó en 2017 los 47 millones de euros, lo que supuso una variación del +31% respecto al año anterior

Córdoba del primer *Brewhub* de nuestro país, un espacio colaborativo en el que diferentes cerveceras *craft* españolas y extranjeras podrán compartir ideas y elaborar sus cervezas principalmente para su comercialización en el mercado europeo.

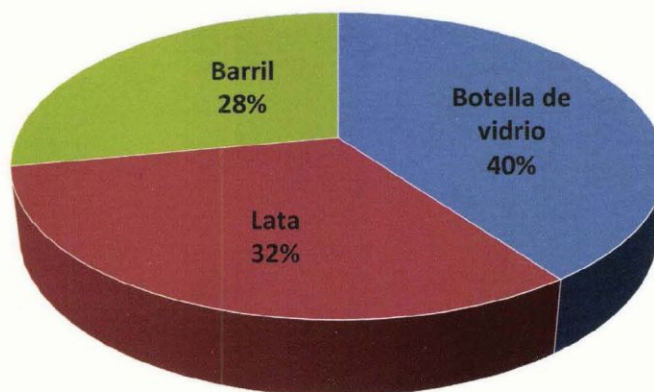
"El *Brewhub* pretende ser un espacio abierto a todas aquellas compañías cerveceras nómadas que no cuentan con una planta de producción propia y a aquellas que, asimismo, buscan crecer y ampliar su producción pero que no disponen de las instalaciones adecuadas. Por ello, además de responder a ese espíritu colaborativo, tiene como objetivo convertirse en punto de encuentro para el sector artesanal" -informa el grupo en un comunicado. Para ello se invertirán 11 millones de euros y está proyectado que empiece a operar en 2019, aunque se tiene previsto que esta instalación vaya ampliándose a lo largo de los seis años siguientes.

Porque el hecho de no tener fábrica, no ha limitado la actividad de los cerveceros de este tipo de cerveza. Para el artesano, la imaginación, los conocimientos y tener una receta o fórmula en la que confiar son suficientes, porque la instalación puede ser cualquiera que esté en funcionamiento y dispuesta a producir

su diseño *craft*. A esto se denomina ser un "cervecero nómada", traducción del concepto anglosajón *gypsy brewer*.

Pero este tipo de operaciones no sólo se dan en España, también es de destacar el caso de **AB InBev**, el mayor grupo cervecero del mundo, que cuenta con marcas como *Budweiser*, *Corona*, *Stella Artois* o *Beck's*, que controla alrededor de la mitad del mercado cervecero de Estados Unidos, y que ha comprado en los últimos tres años varias firmas artesanales que ya empezaban a ser conocidas en el mercado americano, en el que operan cerca de 5.000 fabricantes de cerveza. Este gran grupo cervecero también alcanzó el pasado año un acuerdo con **Cervezas La Virgen**, en virtud del cual, la cervecería madrileña pasó 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 ha reforzado el proyecto original, manteniendo su esencia y autenticidad en la fabricación de cerveza artesanal de gran

VENTAS DE CERVEZA POR TIPO DE ENVASE 2017



Elaboración TecniFood 2018 *

Volumen: 35,7 millones de hectólitros comercializados
Fuente: Cerveceros de España



► 1 Agosto, 2018

Las compañías cerveceras españolas comercializaron 35,7 millones de hectolitros en 2017, un 3,8% más que el año anterior. El auge del turismo, la consolidación de la recuperación económica, el impulso del sector hostelero y la estabilidad fiscal han sido los factores que han contribuido a estos resultados

calidad, pero asegurando su crecimiento respaldándose en la experiencia y apoyo de **AB InBev** a través de **ZX Ventures**.

Igualmente, la holandesa **Heineken** ha adquirido recientemente una participación minoritaria en el fabricante británico de cerveza artesanal **Beavertown Brewery**. Esta operación supone un paso más de esta multinacional por la cerveza craft después de que hace tres años se hiciera con la empresa californiana **Lagunitas**, considerado el quinto mayor fabricante artesanal de Estados Unidos.

Compromiso de calidad y sostenibilidad

Según destaca Cerveceros de España, el sector mantiene un firme compromiso con la sociedad y el medio ambiente trabajando para desarrollar procesos más sostenibles y reducir su huella medioambiental. De hecho, las empresas del sector han incorpo-

rado los objetivos COP21 de París dentro de sus políticas de responsabilidad social.

En el capítulo de los residuos de envases, el compromiso del sector propició que en 2017 se obtuviera un porcentaje de recuperación del 84%, tras un incremento superior al 2% con respecto al año anterior. También como parte de dicho compromiso, las cerveceras utilizan mayoritariamente envases de vidrio, que son los que ofrecen una mayor tasa de recuperación. Dentro de éstos, el 73% de los no reutilizables se logran reciclar. Respecto a los de metal, el 86,7% del no reutilizable también se recicló. De esta forma y en ventas por tipo de envase el 40% del total de cerveza comercializada corresponde a las botellas de vidrio, el 32% a las latas y el 28% restante al barril.

“En cuanto al consumo de agua, de 2016 a 2017, la producción de cerveza ha crecido cerca de un +3%, pero el consumo de agua necesaria para su elaboración sólo un +1,6%. Además, también ha mejorado el ratio de emisiones de agua residual, que ha descendido un -1% (más de 120 millones de litros menos de agua residual han tenido que ser depurados, que es el equivalente al agua que puede tratar la depuradora de Segovia en casi 3 días)” informa Cerveceros de España.

Por otra parte, el ratio de emisiones de CO₂ continúa mejorando tanto en 2017, con una reducción del -3,6% respecto al año anterior, como desde 2008, con una reducción del -27%. En el último año también se ha reducido el ratio de consumo de energía en

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

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

En este sentido es de destacar el impulso del **grupo Damm** por potenciar la sostenibilidad, minimizando el impacto de su actividad en el medio ambiente y en el que están implicadas todas las actividades de la compañía para reducir, reutilizar, reciclar y apoyar la adquisición de bienes y productos energéticamente eficientes. Un ejemplo consiste en favorecer el uso de recursos de proximidad, o el cálculo de la huella hídrica y el aprovechamiento al máximo del consumo de agua en sus fábricas, que ha permitido reducir su ratio de consumo un 36% de manera global. Otra de sus actuaciones más destacadas es el paso de un modelo de economía lineal a un modelo de economía circular.

Igualmente, **Heineken España** ha anunciado recientemente sus resultados conseguidos durante el ejercicio 2017 con el objetivo de reducir la huella de carbono, gracias a su programa “Drop the C”. De esta forma, la compañía ha conseguido reducir en un -41% las emisiones de CO₂ en la producción de cerveza, y en un 6,2% en la cadena de distribución, según ha informado en un comunicado, alcanzando así su objetivo para 2020. Heineken España confirma así la tendencia de reducción de su huella de carbono, que es un 27,2% inferior a la media de Heineken N.V. y que según los últimos cálculos realizados en 2016, ha mejorado en un 14,4% respecto a la anterior medición verificada en 2012.



También, en un comunicado reciente, el **Grupo Mahou San Miguel** ha anunciado que ha reducido a la mitad su impacto ambiental desde 2000. Según confirma la compañía, “a la vez que la producción ha aumentado un 58% desde el año 2000, empresa ha reducido su consumo unitario de agua en un -41% gracias a la constante optimización tanto de los equipos, como de los procesos. El dato supone el ahorro de 3.800.018 m³ -lo que equivale a 1.520 piscinas olímpicas- y es especialmente significativo si se tiene en cuenta que este recurso constituye la principal materia prima con la que la cervecera elabora sus productos. La responsabilidad de Mahou San Miguel con el cuidado del medio ambiente encuentra también su reflejo en la reducción progresiva de sus emisiones de CO₂ que, desde el año 2000, han experimentado un descenso del 52%.

Ya en el capítulo empresarial, Mahou San Miguel ha hecho públicos sus resultados, afirmando que ha cerrado un año récord de ventas impulsada por la innovación. Sus ventas aumentaron un +3,1% respecto al ejercicio anterior, situándose en los 16,6 millones de hectólitros, de los que 13,8 correspondieron a la cerveza, y 2,8 a agua mineral y bebidas elaboradas con agua mineral y zumos de fruta. Asimismo, su cifra de negocio creció por cuarto año consecutivo hasta alcanzar los 1.262, 2 millones de euros, lo que significa un crecimiento del +3,4%.

También es de destacar el crecimiento de la cervecera gallega **Hijos de Rivera**, que ocupa el cuarto puesto en el *ranking* de las empresas españolas. Según ha informado la compañía, esta cerró 2017 con un beneficio de 54 millones de euros, un 11% más que el ejercicio anterior, y ya aporta más del 1% del PIB de Galicia. De esta forma ha batido su récord con unas ventas de 465 millones de euros, un 14% por encima de los 408 millones de 2016.

Por lo general, todas las compañías cerveceras españolas realizan importantes inversiones en innovación, mejora de sus instalaciones, etc. y de entre estas es de destacar los 6,4 millones de euros que Heineken ha proyectado invertir este año para la creación de una nueva línea de latas y la ampliación de almacenamiento de su fábrica jienense de **La Imora**. Con esta inversión la compañía impulsa su competitividad y su capacidad de producción en un 10%. □