

NOTA DE PRENSA

Más de la mitad de los españoles asocian un momento gastronómico con un Oasis de desconexión



- Cervezas Alhambra ha presentado este dato, entre otros, como parte de un estudio de opinión realizado de la mano del instituto de investigación Ipsos, en el que trata de entender el ritmo al que viven los españoles
- El estudio revela que el 67% de los encuestados consideran un plan gastronómico o una experiencia alrededor de un maridaje como un Oasis de Tiempo, un momento en el que apagar el piloto automático para disfrutar con los cinco sentidos.
- El lanzamiento del estudio coincide, este mes de mayo, con el lanzamiento de la campaña Oasis de tiempo, donde la icónica Alhambra Reserva 1925 se presenta como un oasis metafórico en el que la prisa no entra

Madrid, 27 de mayo de 2024. – Mediante los datos de un estudio de opinión realizado por Cervezas Alhambra de la mano del instituto de investigación Ipsos Digital, **la cervecera ha calculado, por primera vez algo tan intangible como la prisa a la que va un país,** y lo ha cuantificado a través del [Índice de la Prisa](#), que se sitúa en un **6,4 sobre 10**. Y es

NOTA DE PRENSA

que, en 2024, **la prisa parece haberse convertido en un estilo de vida**: dejamos de disfrutar mejor para disfrutar más y más rápido. Por eso, no es de extrañar que más de la **mitad de los españoles aseguren que sienten que su ritmo de vida es más acelerado de lo que les gustaría**, y esto les impide disfrutar plenamente del momento.

Según este estudio, para **más de la mitad de los encuestados la prisa ha invadido incluso su tiempo libre**. No obstante, el 92% de la población afirma que sí que es capaz de perder esa sensación en periodos vacacionales, y un 70% de los encuestados aseguran que intentan activamente reducir la prisa en su día a día. En esa línea, el estudio del Índice de la Prisa de Cervezas Alhambra ha querido averiguar **cuáles son los remansos de tranquilidad de los españoles**, esos momentos donde realmente disfrutan con los cinco sentidos, y ha concluido que **más de la mitad de los encuestados asocian los momentos gastronómicos con esos espacios de desconexión**.

Precisamente, el lanzamiento de este estudio coincide con el estreno, este mes de mayo, de la nueva campaña de comunicación de Cervezas Alhambra, **Oasis de Tiempo**, en la que su icónica Alhambra Reserva 1925 se presenta como **un oasis metafórico en el que la prisa no entra**.

Para **José Mendiola**, experto en estilo de vida slow, *"en estos Oasis es donde podemos de verdad apreciar los verdaderos beneficios de vivir de forma más consciente, porque prisa y disfrute no puede coexistir en un mismo momento. En un mundo cada vez más conectado y lleno de notificaciones, los Oasis de Tiempo son imperativos para 'resetear' los sistemas y poder deleitarse con cada cosa que hacemos"*.

Y es que **un 67% de los encuestados eligieron opciones relacionadas con una propuesta gastronómica o un maridaje a la hora de desconectar**, ya sea en un momento en casa alrededor de una cerveza (40%), o en una cena tranquila alrededor de una buena gastronomía y de un buen maridaje (27%). Entre el resto de las opciones, un 29% seleccionó el realizar algún hobby prestando plena atención a lo que se está haciendo, mientras que un 4% se decantó por disfrutar de un concierto tranquilo, íntimo, donde apreciar realmente la música con los cinco sentidos.

Por otro lado, el estudio revela también que **tres cuartas partes de los españoles asocian el disfrutar de un momento de desconexión mientras comparten una cerveza en un bar o en un restaurante con una situación perfecta donde perder la prisa**. Sobre esos momentos de disfrute, **el 77% de los prefiere pasarlos en compañía**.

Donde hay una Alhambra Reserva 1925 la prisa no entra

A la luz de los resultados del estudio del Índice de la Prisa, Cervezas Alhambra, fiel a su filosofía, invita a **recordar la importancia de perder la prisa para poder descubrir aquellos detalles que se esconden en lo cotidiano** y disfrutarlos con los cinco sentidos.

NOTA DE PRENSA

Esta es precisamente la filosofía de la marca cervecera, una singular forma de ser y hacer que Cervezas Alhambra lleva aplicando desde 1925, y donde el tiempo es un pilar fundamental.

Alhambra Reserva 1925 no es una cerveza que se tome a la carrera, es **una invitación a vivir un momento sensorial**; una experiencia única en la que disfrutar con los cinco sentidos de todo lo que nos rodea. Se trata de una cerveza de alta calidad inspirada en la manera de vivir y crear de Granada, que **sigue un proceso de fermentación lenta** que refleja a la perfección la esencia de la marca: darle a cada creación y a cada momento el tiempo que merece. **Porque solo sin prisa se consiguen creaciones tan especiales como Alhambra Reserva 1925.**

Y es que Cervezas Alhambra se toma todo el tiempo del mundo para lograr unas cervezas difíciles de olvidar, pero sobre todo para **inspirar a otros a disfrutar del momento presente y a vivir perdiendo la prisa.**

Descubre más sobre el estudio del [Índice de la Prisa de Cervezas Alhambra](#) y calcula tu propio índice con el filtro de Instagram, [en este enlace](#).

Sobre Cervezas Alhambra

Nacida en la ciudad de Granada en 1925, y desde 2007 parte de la compañía familiar 100% española líder del sector cervecero en nuestro país, Mahou San Miguel, Cervezas Alhambra lleva décadas elaborando cervezas de gran calidad a través de meticulosos procesos de elaboración de carácter artesanal. Cuenta con una gama de diez cervezas: Alhambra Reserva 1925, Alhambra Reserva Roja, Alhambra Reserva Citra IPA, Alhambra Especial, Alhambra Radler, Alhambra Tradicional, Alhambra Sin, Las Numeradas y Las Lentas, destacadas por su calidad excepcional y sabor único. Para más información visite el sitio web corporativo de Cervezas Alhambra: www.cervezasalhambra.es

Sobre Mahou San Miguel

Compañía familiar, líder de bebidas en nuestro país y 100% española. Dispone de 10 centros de elaboración de cerveza –ocho en España y dos en EEUU–, cuatro manantiales de agua y un equipo cercano a los 4.000 profesionales. Produce más del 70% de la cerveza española que se consume fuera de nuestras fronteras y está presente en más de 70 países.

Cuenta con más de 130 años de historia que comienzan con el nacimiento de Mahou en 1890. En 2000 Mahou adquiere San Miguel, en 2004 la marca canaria Reina, en 2007 Cervezas Alhambra y en 2011 diversifica su negocio incorporando Solán de Cabras. Desde 2019, es socia mayoritaria de las cerveceras artesanas norteamericanas Founders Brewing y Avery Brewing.

Posee un amplio portafolio de cervezas nacionales, donde destacan Mahou Cinco Estrellas, San Miguel Especial y Alhambra Reserva 1925, y de cervezas internacionales. Cuenta con productos innovadores y creadores de categoría como San Miguel 0,0, San Miguel ECO o Mahou Barrica; marcas de agua mineral natural, como la icónica Solán de Cabras, y se ha introducido en el segmento cider con La Prohibida. También ha sido pionera en el sector en lanzar su ecommerce: Tienda Mahou San Miguel.

Con foco en las personas y en contribuir al progreso económico y social de nuestro país, es una compañía solidaria que canaliza su acción social a través de la Fundación Mahou San Miguel, creada en 2013.

NOTA DE PRENSA

Metodología y ficha técnica

En este informe se presentan las principales conclusiones de una encuesta realizada a 3000 personas de + 18 años. Se analizan las respuestas para el total y diferenciando según los siguientes grupos de edad: 18 a 34 años, 35 a 64 años, y + 65, y cuota por CCAA según población. La recogida de datos ha sido realizada a través de Ipsos Digital.

Para más información:

Havas PR

Javier Carriba, Ana Cembranos, Irene Tabasco

javier.carriba@havas.com; ana.cembranos@havas.com irene.tabasco@havas.com

Cristina Martínez Santamaría

Comunicación Corporativa

Mahou San Miguel

cmartinezs@mahou-sanmiguel.com