

# ESTADO CERVEZA ARTESANA EUSKADI

2019



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO

# PRESENTACIÓN

Para EGE (Euskal Garagardo Elkarte – Basque Beer) es un enorme placer poder presentar el presente informe técnico sobre el “Estado de la Cerveza Artesana en Euskadi en 2019”. Un año que, le podríamos denominar, el último “normal” antes de la mas que conocida por todos pandemia provocada por el COVID en marzo.

Este cambio brusco de paradigma ha dificultado la elaboración de este informe técnico. Fue muy difícil responder a números de diciembre de 2019 en unos tiempos donde los cerveceros luchaban (y luchan) por su supervivencia. Es por ello que hay que poner en mas valor si cabe las 21 respuestas obtenidas de 23 posibles (91% del total). Un éxito rotundo de participación.

## LA PRODUCCIÓN GLOBAL DE CERVEZA ARTESANA AUMENTÓ UN 19% EN 2019 RESPECTO EL AÑO ANTERIOR

El estudio se ha realizado por segunda año consecutivo promovido por la asociación, con la atención de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria del Gobierno Vasco y dirigido por el equipo del Barcelona Beer Festival. De esta manera, se pueden empezar a ver evoluciones de algunos de los indicadores y se revela la verdadera importancia de este tipo de iniciativas, donde los datos acumulados revelen las tendencias del sector en el país.

Como tantos otros colectivos, el de cerveceros artesanos de Euskadi vivía ajeno a lo que le acechaba y cerraba un 2019 de crecimiento y consolidación de un sector joven y lleno de energía.

Con un número parejo de fábricas (se creó una única fábrica nueva en 2019) se llegó a rozar el millón y medio de litros producidos entre todas las fábricas. Lo que supone un crecimiento cercano al 20% anual.

Del mismo modo, el resumen a 2019 recoge mas indicadores positivos, como la generación de 112 empleos directos (36 más que el año pasado), el aumento de cuota de producción a 1,1% y la de mercado a 2,4%. La gran diversidad de cervezas (más de 350) y el uso de ingredientes locales que crece considerablemente.

Tener esta foto a diciembre de 2019 nos va a ser muy útil como colectivo para evaluar la próxima recuperación y medir cuando podremos hablar de ‘nueva normalidad’ en un sector castigado que necesita apoyos y ayudas directas, tal como recoge el anexo específico de afectación COVID que está en este mismo resumen.

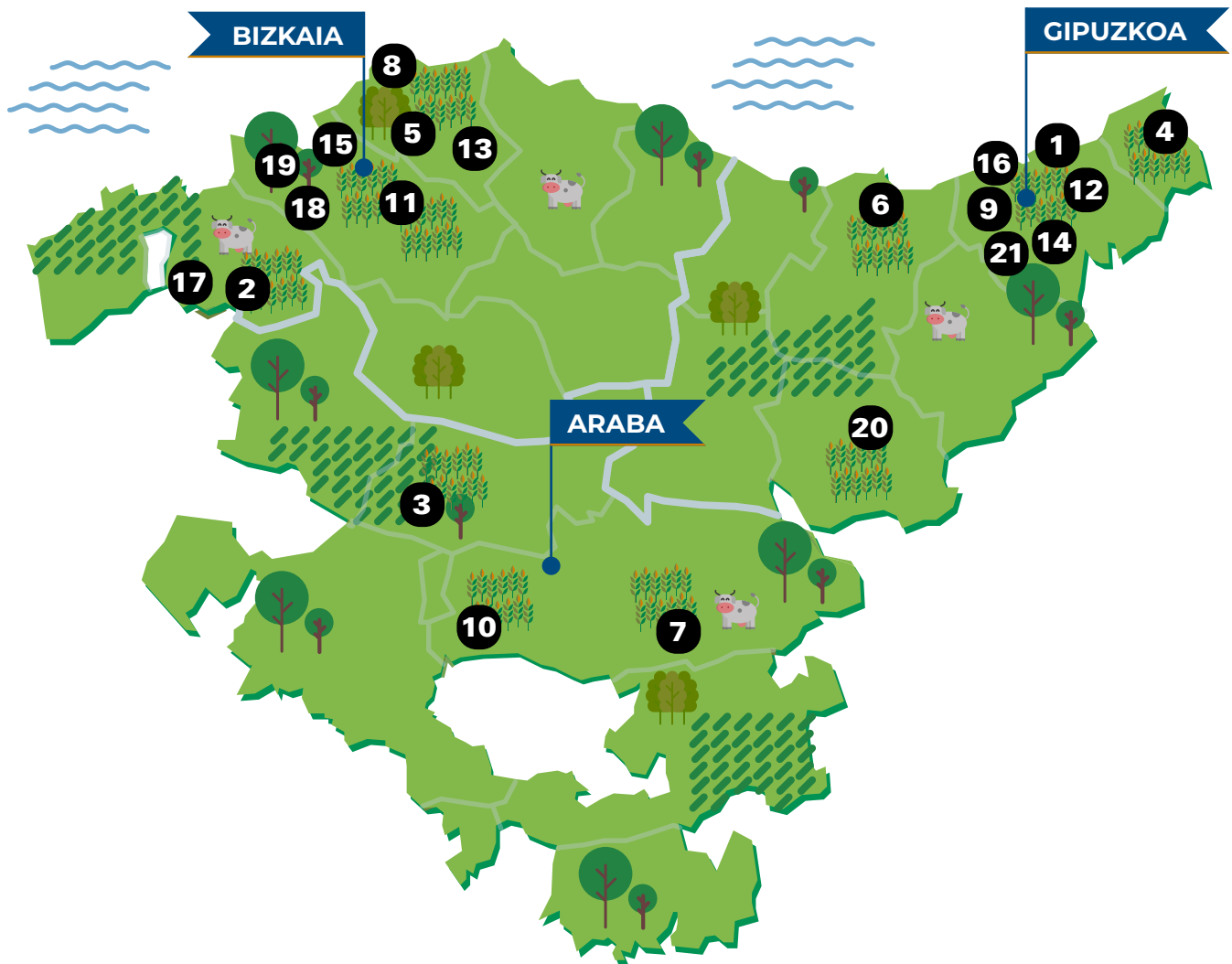
## ESTA FOTO PRE-COVID SERVIRÁ PARA MARCAR EL PUNTO DE RECUPERACIÓN EN LOS AÑOS VENIDEROS

Os invitamos a hacer un repaso a esta recopilación y análisis de datos y agradecemos a todas las personas implicadas, el tiempo, esfuerzo y pasión dedicados a producir, promocionar, vender, disfrutar y hacer más grande nuestra cerveza!

**Jabier Ortega**  
Presidente de Euskal  
Garagardo Elkarte



# CERVECERAS PARTICIPANTES



**1**  **Olañeta**  
Errenteria - Gipuzkoa

**4**  **Bidassoa**  
Irun - Gipuzkoa

**7**  **Olbea**  
Agurain - Araba

**10**  **Byra**  
Iruña Oka - Araba

**13**  **Boga**  
Mungia - Bizkaia

**16**  **Gross**  
Donostia - Gipuzkoa

**19**  **La Salve**  
Bilbo - Bizkaia

**2**  **Lau Gar**  
Gordexola - Bizkaia

**5**  **Etxeandia**  
Urduliz - Bizkaia

**8**  **Tito Blas**  
Gorliz - Bizkaia

**11**  **Urban Beer**  
Zamudio - Bizkaia

**14**  **Basqueland**  
Hernani - Gipuzkoa

**17**  **Maiken**  
Balmaseda - Bizkaia

**20**  **Basabe**  
Legorreta - Gipuzkoa

**3**  **Baías**  
Urkabustaiz - Araba

**6**  **Zarautz**  
Zarautz - Gipuzkoa

**9**  **Gar & Gar**  
Donostia - Gipuzkoa

**12**  **Mala Gissona**  
Oiartzun - Gipuzkoa

**15**  **Txorierrri**  
Sondika - Bizkaia

**18**  **Basquery**  
Bilbo - Bizkaia

**21**  **Baga Biga**  
Donostia - Gipuzkoa

# FÁBRICAS EN EUSKADI

Entramos en detalle con el estudio, tomando como base el registro del RGSEAA más aquellos establecimientos minoristas (brewpubs) que venden la cerveza que producen mayoritariamente a consumidor final dentro del mismo establecimiento.

El conjunto de la población registrada es de 24 proyectos empresariales. De ellos, uno nunca ha llegado a tener actividad y añadimos un proyecto nuevo que ha iniciado su actividad en 2019. En total tenemos **23 proyectos activos**, 2 han declinado participar en el presente proyecto. En total se han obtenido **21 respuestas de 23** (un 91% del total).

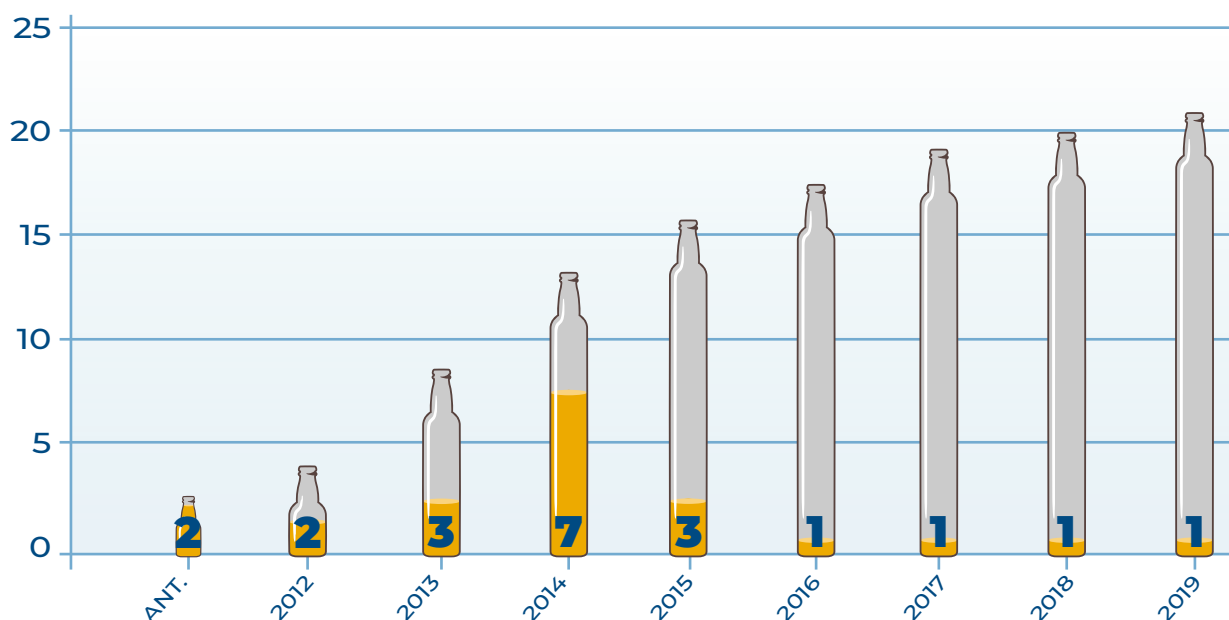
Debido a la dura crisis que nos ha golpeado este 2020, presentamos el estudio de la cerveza

artesanal en 2019 y un anexo especial para crear una primera foto del estado de la cerveza artesanal de la primera mitad del año, para ver cómo ha afectado la crisis COVID dentro del sector.

El informe técnico se ha realizado mediante encuesta online con el software especializado SurveyGizmo®.

En el siguiente gráfico se puede ver la evolución de las cerveceras en Euskadi, empezando con pocos proyectos y acelerando su crecimiento a partir de 2012, llegando a su máxima en 2014 donde se crearon 7 nuevas fábricas. 2019 sigue la línea de estabilización, con la creación de 1 nueva fábrica.

## CREACIÓN DE FÁBRICAS

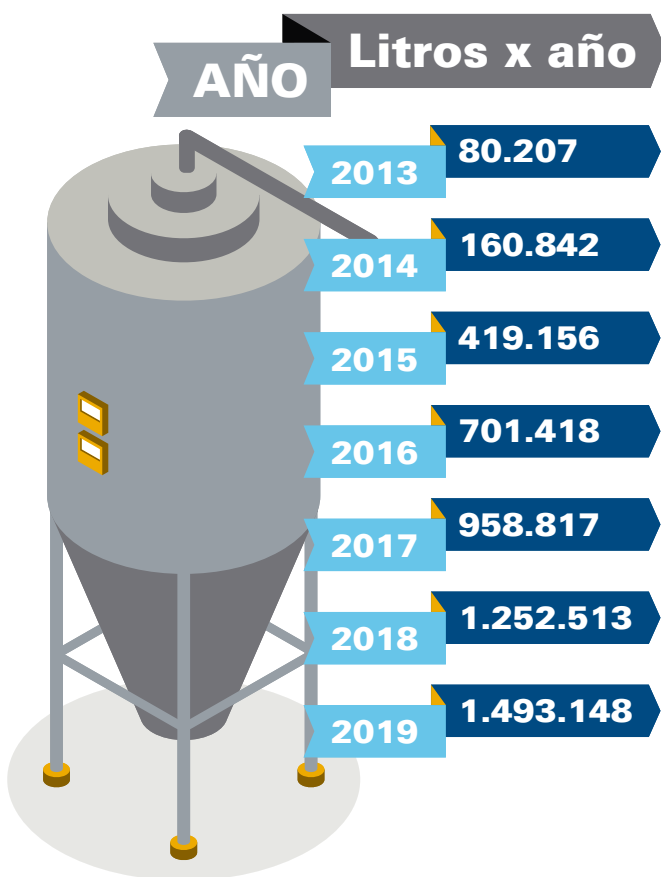


En el mapa de la página anterior, podemos ver que las fábricas cerveceras están repartidas a lo largo del territorio. Habiendo 3 en la provincia de Araba, 9 en Bizkaia y 11 en Guipuzkoa. De los 23 proyectos, únicamente cinco están en la capital de provincia y doce en poblaciones de menos de 10.000 habitantes.

# PRODUCCIÓN

En 2019 se ha demostrado la fuerza de crecimiento del sector cervecero, consolidando y dando estabilidad, siempre en modo ascendente. Un ejemplo claro es la producción total de cerveza artesana del conjunto de fábricas del país, que ha **aumentado un 19% respecto a 2018, con un total de 1.493.148 litros** (por 1.252.513 litros en 2018). Esto supone rozar la cifra del 1,5 MI y superar por segunda vez la barrera del millón de litros anuales. En el siguiente gráfico vemos la evolución de los últimos años.

## LITROS TOTALES PRODUCIDOS



Vemos que el aumento espectacular del sector sigue la línea ya trazada en los últimos años. Teniendo en cuenta que solo ha abierto un nuevo proyecto este año, el crecimiento es orgánico y repartido por el conjunto de todas las fábricas.

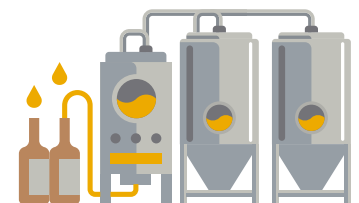
Otro dato significativo es el de volumen de producción anual de cada una de las cerveceras. Los litros producidos están directamente relacionados con otros indicadores de un proyecto cervecero como son volumen de negocio o número de trabajadores. Aunque sí que hay que matizar la diferencia entre aquellas cerveceras que producen para vender de forma externa vía sus canales de distribución y aquellos que se consumen en el mismo local, la mayoría de las veces vinculado a la restauración.

Viendo el gráfico incluido en esta misma página se observa que hay ocho proyectos con una producción inferior a los 24.000 litros/anuales que denominamos nanocervecera, suelen ser proyectos unipersonales de autoocupación. Existen 8 proyectos en la franja 24.000 - 100.000 litros/anuales, en el que empieza a haber una capacidad de generación laboral incipiente. Por último, existen 5 proyectos de más de 100.000 litros/anuales donde aparece una especialización profesional dentro de la estructura empresarial.

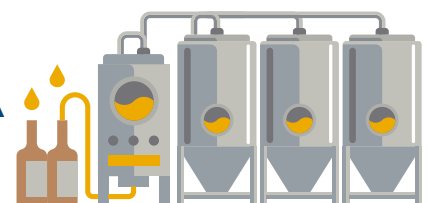
NANO  
CERVECERA  
**38%**



MICRO  
CERVECERA  
**38%**



PEQUEÑA  
CERVECERA  
**24%**



# PRODUCCIÓN

Otro dato significativo para entender el crecimiento de las fábricas y del sector en general es la media de litros producidos dividido por el número de fábricas. Analizando esta cifra se puede ver el crecimiento del sector más allá del surgir de nuevas fábricas, si no ver que todas ellas crecen en producción y generación de riqueza y empleo.

A partir de una cierta estabilización en la creación de nuevas fábricas (los últimos cuatro años, se ha creado una empresa anual), la media por cervecera aumenta muy significativamente cada año, lo que nos da idea del crecimiento de los proyectos ya existentes.

Aunque carece de sentido real establecer un modelo único de cervecera a partir de la media, si que la cifra del 2019 de 71.102 litros/año-fábrica es indicadora de la buena salud del sector en una fase de consolidación empresarial. Como referencia, este mismo dato es notablemente superior al de otros países que iniciaron el movimiento cervecero artesano antes, como Catalunya con 50.800 litros/año de media en 2019.

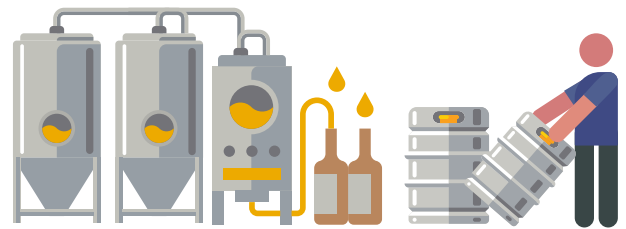
## EVOLUCIÓN PRODUCCIÓN MEDIA POR FABRICA



# CUOTA DE MERCADO

La cerveza, juntamente con el café, son los dos motores más activos de la hostelería, sector clave en la economía del país. En 2019 se consumieron un total de 132,4 Mlitros de cerveza, considerando los 1,49 Mlitros de artesana, la cuota de producción es de 1,1%. Una cifra de alto crecimiento comparado con el 0,95% del 2018.

Por otro lado, la cerveza artesana alcanza una cuota de mercado del 2,4%, siendo una subida muy significativa, respecto al 2,1% del 2018. El concepto de cuota de mercado se entiende como el porcentaje de ventas respecto al global de ventas del sector. Por lo que el precio unitario tiene importancia en su cálculo. Los mismos litros de artesana, generan más volumen de negocio que el de la cerveza industrial, que tiene un coste unitario menor.



CUOTA DE PRODUCCIÓN **1,1%**



CUOTA DE MERCADO **2,4%**

# CERVEZA

Si algo describe el sector de la cerveza artesana es su diversidad: con gran variedad de sabores, aromas, colores que presentan los diferentes estilos, si leemos a continuación, podemos afirmar que la actividad y creatividad del sector en Euskadi siguen en 2019.

## EN EL 2019 SE PRODUCEN

**352** CERVEZAS DIFERENTES  
ENTRE GAMA FIJA Y  
EDICIONES ESPECIALES



En 2019, las 21 cerveceras participantes han producido un total de 352 cervezas diferentes, y obtenemos una media de 16 cervezas distintas por cervecería. Es importante tener en cuenta el volumen de producción entre cervecerías y las dos tipologías de cerveza: tenemos aquellas que forman parte de la gama base y se producen a lo largo del año y aquellas que son ediciones especiales o de temporada que se produce un stock concreto y no se suele reponer.

**36%**

MALTAS QUE SE USAN SON LOCALES



**15%**

LÚPULOS QUE SE USAN SON LOCALES



En el proceso de producción es muy importante el uso de materia prima local (origen Euskadi) pues su vínculo con el territorio es una de las bases de la cerveza artesana. Al igual que en 2018, el 60% de las cerveceras trabajan con producto

origen Euskadi, dentro de esta materia prima local, vemos que ha aumentado el uso de malta y lúpulo local en referencia a 2018 que era del 26% y 7% respectivamente.

El uso de barricas de madera sigue la línea del año anterior, un 35% usa este proceso de maduración. En las siguientes imágenes podemos ver los usos de diferentes tipos de envasado:

## USO DEL BARRIL ENFRENTA AL ENVASADO INDIVIDUAL

TODO EN BARRIL

**5%**

MÁS DEL 50%

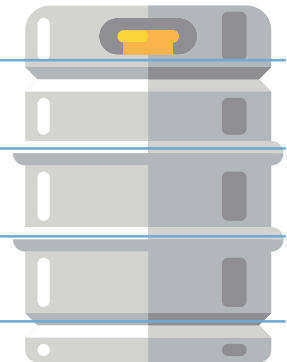
**29%**

MEDIO 50%-50%

**19%**

MENOS DEL 50%

**47%**



**62%** BARRILES DE UN SOLO USO

Entrando en detalle al embotellado individual, vemos como estos últimos años la lata gana en prestigio pues protege a la cerveza fresca de los agentes externos y es un producto 100% reciclable.

## USO DE LA LATA EN EL ENVASADO INDIVIDUAL

TODO EN LATA

**5%**

MÁS DEL 50%

**5%**

MEDIO 50%-50%

**28%**

MENOS DEL 50%

**67%**



# EMPLEO

En 2019 han incrementado notablemente los puestos directos de empleo dentro del sector de la Cerveza artesana, generando 112 puestos de trabajo, sorprenden los 36 nuevos puestos en relación a 2018. El dato viene porqué se ha apostado por nuevos modelos de negocio, como los tap-room y/o espacios de degustación en la propia fábrica que renuevan y generan más volumen dentro del sector. Vale la pena tener en cuenta estas nuevas vías de negocio para reinventarse y fortalecer las cerveceras.

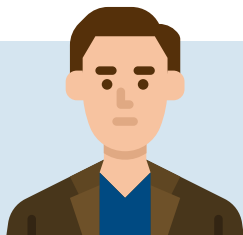
El perfil laboral sigue siendo mayoritariamente masculino (85%) dónde las medias de dedicación por sectores es la siguiente: 40% en producción, en gestión y comercial un 20% y en distribución y Márquetin un 10%.

A continuación, podemos ver en detalle cada posición como se desarrolla pues hemos introducido una consulta concreta sobre posiciones laborales en las cerveceras.



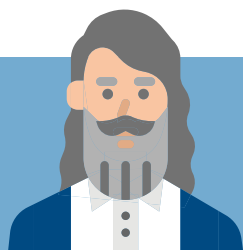
**PRODUCCIÓN  
MAESTRO CERVECERO**

- **PERFIL: HOMBRE DE MEDIA ENTRE 30 Y 39 AÑOS**
- **57% CON FORMACIÓN ESPECÍFICA Y MAYORÍA CON ESTUDIOS UNIVERSITARIOS**
- **SUELDO MEDIO: ENTRE 20 K€ Y 30K€**



**JEFE  
COMERCIAL**

- **PERFIL: HOMBRE DE MEDIA ENTRE 30 Y 39 AÑOS**
- **SIN FORMACIÓN ESPECÍFICA Y MAYORÍA CON ESTUDIOS UNIVERSITARIOS**
- **57% DE DEDICACIÓN A TIEMPO COMPLETO**
- **SUELDO MEDIO: ENTRE 20 K€ Y 30K€**



**GENERAL  
MANAGER**

- **PERFIL: HOMBRE DE MÁS DE 40 AÑOS**
- **60% CON FORMACIÓN ESPECÍFICA Y MAYORÍA CON ESTUDIOS UNIVERSITARIOS**
- **80% DEDICACIÓN A TIEMPO PARCIAL**
- **SUELDO MEDIO: ENTRE 30K€ Y 40K€**



# VENTA Y DISTRIBUCIÓN

Analizamos ahora las claves de la distribución, exportación, elaboración para terceros o puntos de venta. Vemos en la infografía que el 34% es venta local (-30km) vemos como se mantiene el modelo de proximidad pues el 62% de las ventas se quedan en Euskadi.

La exportación toma un papel importante siendo más del 50% de las cerveceras que exportan a

diferentes países, aunque el 72% de estos exportan menos del 20% de su producción total.

Concluimos que el 62% de la cerveza se consume dentro de Euskadi y un 14% de exporta.

Algunos de los principales países dónde se exporta son Francia, Italia, Holanda, Bélgica, UK.



**34%**

VENTA LOCAL  
(-30KM)



**62%**

CONSUME  
EUSKADI



**14%**

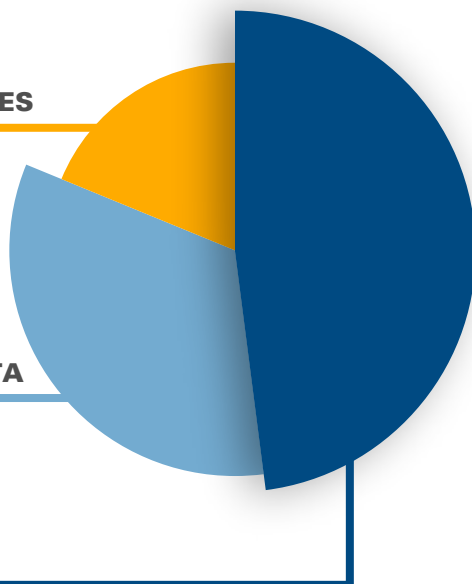
EXPORTACIÓN

## TIPOS DE DISTRIBUCIÓN

**19%**  
DISTRIBUIDORES

**33%**  
VENTA DIRECTA

**48%**  
MIXTO



### 62% VENDE EN GRANDES SUPERFICIES

**61%** MENOS DE 20%

**23%** ENTRE 20% Y 40%

**8%** ENTRE 40% Y 50%

**8%** MÁS DE 50%

### VENTA LOCALES ESPECIALIZADOS

**52%** NO VENDE

**14%** MENOS DE 20%

**10%** ENTRE 20% Y 50%

**24%** MÁS DEL 50%

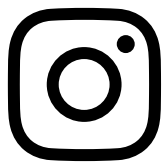
# COMUNICACIÓN Y TURISMO

Cada vez es más importante la comunicación en redes sociales, el mercado se expande en este sentido y es importante actualizarse en este sector y abrir la puerta a las visitas y actividades turísticas.

El uso de las redes sociales son una muy buena vía para dar a conocer la marca, informar sobre la creación de nuevos productos y fomentar la venta online. En este sentido veremos más adelante,

como la crisis actual, ha empujado a las empresas a reinventarse y usar estos canales con más fuerza que nunca.

Vinculamos así el turismo cervecero que poco a poco va ganando terreno dentro del sector de la cerveza artesana, con más visitantes conocedores del producto y una nueva vía de negocio con diversas actividades turísticas.



**95%**  
INSTAGRAM



**95%**  
FACEBOOK



**52%**  
TWITTER



**47%**  
UNTAPPD

## EL 85% DE LAS CERVECERAS TIENEN ACTIVIDAD RELACIONADA EN EL TURISMO



**22%**  
CULTURALES

**33%**  
TALLERES

**39%**  
CONCIERTOS

**43%**  
TIENDA  
FISICA

**57%**  
TAPROOM

**89%**  
CATAS

**94%**  
VISITA  
GUIADA

Las actividades turísticas llevan a la creación de nuevos espacios: el 57% tiene taproom (sala de degustación) y el 43% tienda física dentro de sus instalaciones. Hecho que hace la venta directa más sencilla y accesible para todos aquellos que visitan las instalaciones.

**MÁS DE 9.000 PERSONAS  
VISITARON ALGUNA DE  
LAS INSTALACIONES  
CERVECERAS EN 2019**

# DOSSIER COVID19

---

Primera aproximación sobre la afectación de la crisis mundial por la situación COVID19 aplicado a las cerveceras artesanales de Euskadi.

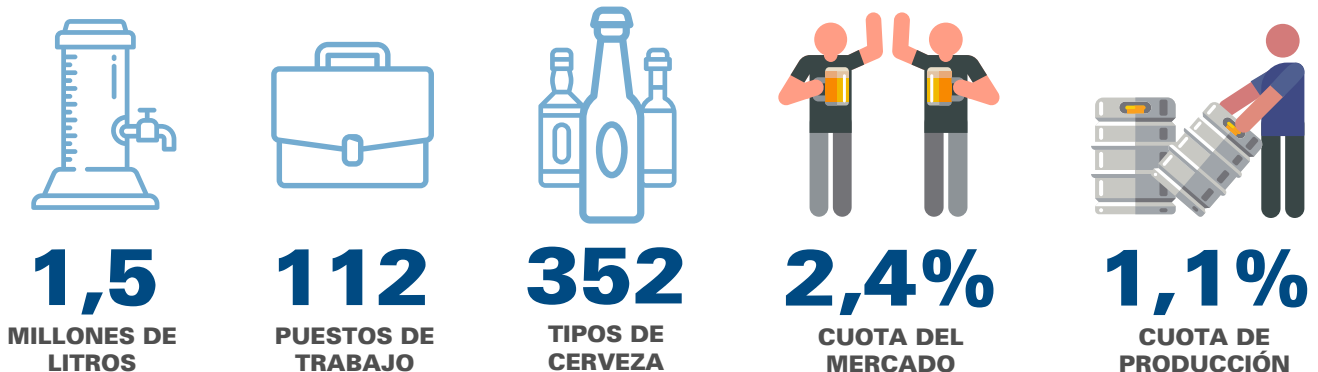


# DOSSIER COVID19

Muy importante para el estudio es conocer la opinión de los cerveceros de cara al futuro, conocer sus necesidades para mejorar y establecer el sector. Desgraciadamente, en 2020, nos ha golpeado una dura crisis a nivel mundial y por esta razón, y dada la situación extraordinaria, ofrecemos un primer análisis de la situación, para cuantificar las afectaciones urgentes dada la

declaración del estado de alarma y los posteriores cierres de bares y locales intermitentes a lo largo de este 2020.

Como hemos visto en las páginas anteriores 2019 ha sido un año en línea ascendente, consolidando las buenas cifras de años anteriores.

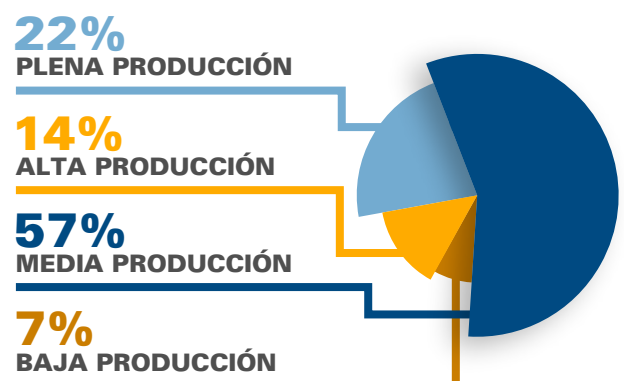


El cuestionario de este anexo lo responden 15 fábricas y aquí os exponemos las principales datos y conclusiones.

Como podemos ver en el informe 2019, los datos del estado de la cerveza artesana en Euskadi han ido mejorando y estableciéndose año tras año.

## RITMO DE TRABAJO RESPECTO AL HABITUAL

A continuación, analizamos a qué ritmo ha trabajado el área de producción (que incluye elaboración, control de fermentación, envasado y todas aquellas tareas vinculadas a la producción) en los primeros seis meses de afectación COVID19. En el gráfico podemos ver la información general, dónde vemos que la mayoría de las cerveceras se quedan por encima o en la producción media respecto la producción habitual.



# VENTAS

Mostramos en detalle las ventas durante los primeros seis meses de afectación COVID19.

Con el apoyo del gráfico de barras veremos cómo está el porcentaje de ventas respecto al habitual por cada canal. En primer lugar encontramos las ventas globales y seguidamente lo dividimos por canales principales de venta: la distribución, la exportación, la venta directa y la venta online

(que bien merece un capítulo a parte y más adelante veremos en detalle como ha evolucionado y cómo ha ayudado a poder vender cuando otros canales de venta estaban más parados). Los datos nos muestran los porcentajes de ventas que se han realizado durante los primeros seis meses del año en respecto a las ventas habituales de años anteriores



**21%**

VENDE POR DEBAJO DEL  
50% EN RELACIÓN CON  
SUS VENTAS  
HABITUALES.



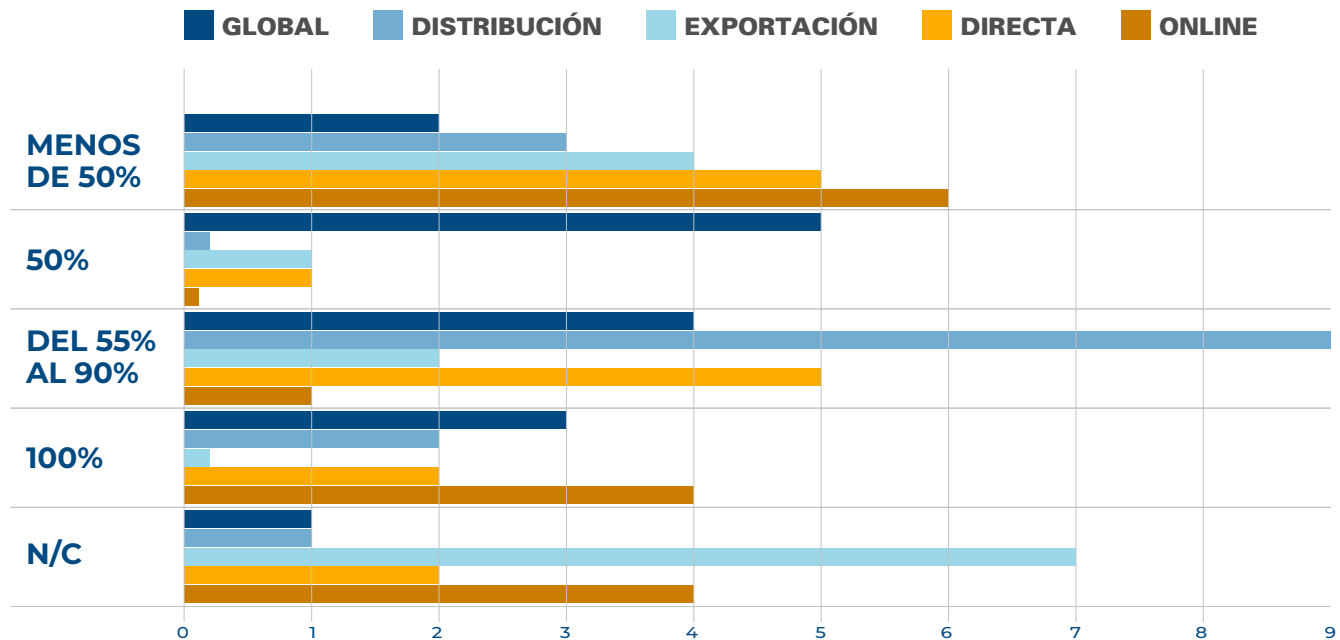
**57%**

SE ENCUENTRA  
ENTRE EL 60 Y EL 80%.



**21%**

MANTIENE SUS VENTAS  
HABITUALES.



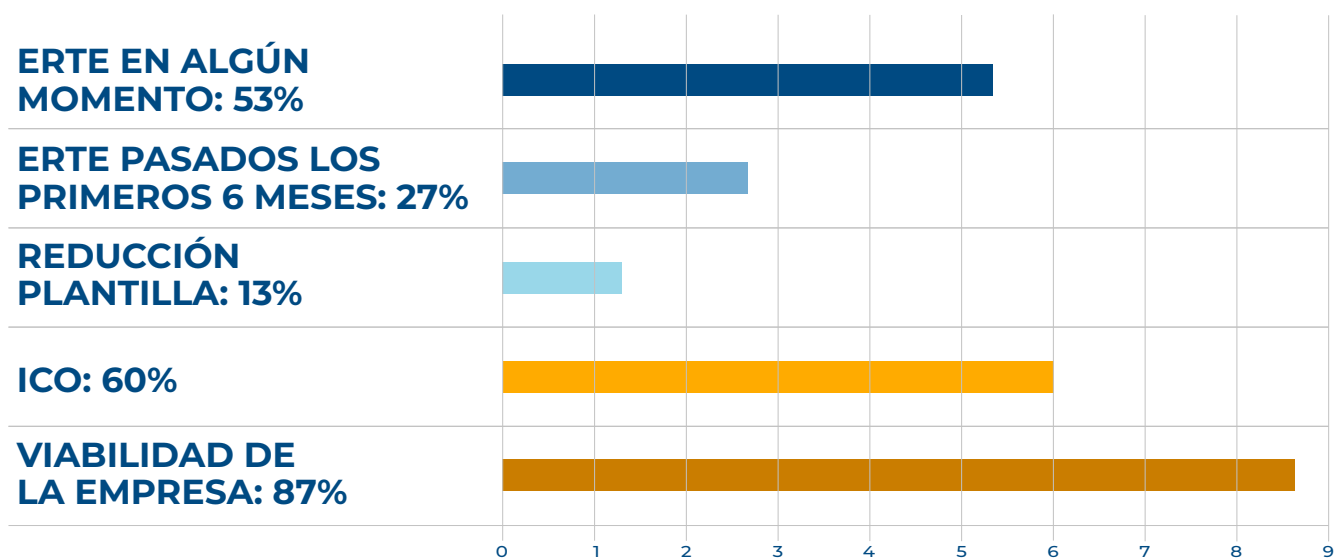
# ERTES

La situación que se ha vivido en 2020 ha golpeado muchos ámbitos y la cerveza artesana, por su fuerte vinculación con la hostelería no se ha quedado fuera. El 53% de las empresas ha aplicado un ERTE en los primeros 6 meses del año y el 27% sigue en este estado actualmente.

Es positivo ver que, pasada la primera mitad del año, un 73% de las cerveceras ha podido

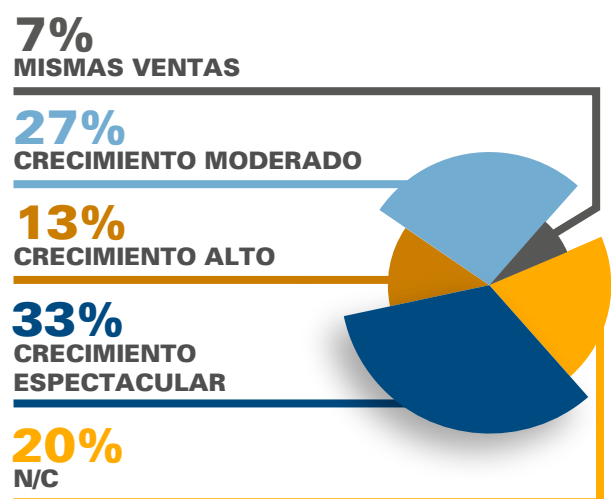
recuperar el 100% y salir del erte. Desgraciadamente un 13% ha reducido la plantilla. Preguntamos a todos los encuestados si tienen previsto reducir la plantilla a corto plazo y el 86% nos contesta un esperanzador no, además el 87% ve posible la viabilidad de la empresa.

Hemos preguntado también acerca de la solicitud de ICOs para ayudar a la recuperación de las empresas y un 60% lo ha solicitado.



# VENTA ONLINE

Uno de los pocos factores positivos de la situación es que el sector se ha reinventado y ha encontrado nuevas maneras de llegar al cliente a pesar de las circunstancias. El canal online ha sido de gran ayuda y queda bien reflejado en los datos siguientes: El 86% han visto una buena oportunidad para poder llegar al cliente y crear un nuevo canal de comunicación. Significa un 54% dentro de las ventas habituales. Sólo una de las fábricas ha supuesto menos del 50% del aumento de ventas a través de este canal, el resto se quedan por encima del 60%, viendo dos casos significativos que han aumentado más de un 1000% las ventas online.



Las ayudas desde la administración son diversas, a continuación, presentamos las medidas que han sido más solicitadas (de más a menos) y vemos que la mayoría son de tipo económico.

Entremos en detalle:

• La gran mayoría de fábricas reclaman ayudas directas tributarias (exoneraciones, sin reclamaciones, sin aplazamientos ni intereses).

• Un gran número de cerveceras proponen regulaciones sobre medidas alrededor de aplicaciones parciales de rebajas en pagos de alquiler y cuotas.

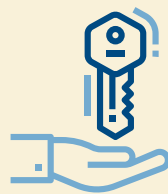
• Más de la mitad está a favor de reducir el IVA dentro del sector de la hostelería.

• Las ayudas directas tributarias (exoneraciones, no aplazamientos) e indirectas (ICOS, préstamos preferentes) están también bien valoradas como medida de ayuda.

• Por debajo del 50% esta el apoyo institucional de la Hostelería, pues estaría en un segundo nivel si las primeras ayudas más directas funcionaran. Y se da poco valor al apoyo institucional en mayor presencia Retail.



**80%**  
APLAZAMIENTOS  
TRIBUTARIOS



**73%**  
APLAZAMIENTOS  
ALQUILER Y CUOTAS



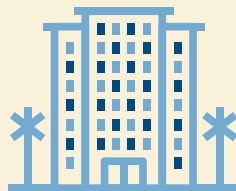
**60%**  
IVA  
REDUCIDO



**47%**  
AYUDAS  
INDIRECTOS



**53%**  
AYUDAS DIRECTAS  
TRIBUTARIAS



**33%**  
APOYO INSTITUCIONAL  
HOSTELERIA



**7%**  
APOYO  
INSTITUCIONAL RETAIL



**27%**  
OTRAS

El presente Estudio Técnico de Estado de la Cerveza Artesana en Euskadi 2019 facilita la foto más fidedigna de un sector emergente con una amplia distribución a lo largo de todo el país.

Para la elaboración del mismo han participado el 91% de las fábricas que elaboran cerveza en Euskadi, obteniendo así resultados muy cercanos a la realidad en campos como la producción, materias primas locales, ventas, generación de empleo, distribución o visión de futuro.

Datos que permiten conocer de primera mano el estado de la cerveza artesana en Euskadi y, sobretodo, permiten trazar caminos de hacia donde se dirige.



[www.basquebeer.eus](http://www.basquebeer.eus)

[ege@basquebeer.eus](mailto:ege@basquebeer.eus)

El presente informe técnico ha sido realizado por la empresa **Beer Events SL** organizadora del **Barcelona Beer Festival**

