



INFORME TÉCNICO DE LA  
**Cerveza Artesana  
e Independiente**  
ESPAÑA



**SOCIAL INNOLABS**  
Fundación de Espacios Sociales de Innovación



**Cities2030**

# Introducción

El presente documento constituye el que es, a efectos prácticos, el primero Informe Técnico de la Cerveza Artesana e Independiente en España, un estudio que ha sido posible gracias a la Fundación Social Innolabs, la Asociación Española de Cerveceros Artesanos Independientes y el Barcelona Beer Festival, con datos extraídos del sector artesanal relativos al ejercicio 2020.



**Andrés López,**  
director de la Fundación  
Social Innolabs

“La cerveza artesana está teniendo una gran capacidad transformadora, dinamizando comunidades muy locales, muchas veces rurales, con proyectos con un alto vínculo con su entorno. Es por ello que apostamos firmemente por proponer que este proyecto entrara en el programa Horizon 2020 de la Comisión Europea, propuesta resuelta con éxito.”



**Javier Donate,**  
presidente de la Asociación  
Española de Cerveceros  
Artesanos Independientes

“Un informe global de la cerveza artesana de todo el país, como este que hemos elaborado, era totalmente necesario para saber quiénes somos, dónde estamos y, también, qué necesitamos los productores artesanales para, con todos esos datos, trasladarlo a las administraciones en sus diferentes ámbitos competenciales”.



**Mikel Rius,**  
director del Barcelona Beer  
Festival

“En los últimos años han surgido centenares de proyectos cerveceros artesanos por todo el país. La mayoría de forma autónoma y poco conexas, el elaborar un informe conjunto es una herramienta útil de cohesión gremial. Sentirse que se forma parte de un colectivo que rema junto, más en tiempos complejos como ha sido este 2020 pandémico.”

# Cerveza artesana

La Asociación Española de Cerveceros Artesanos Independientes (AECAI) nace de la necesidad de aunar a los integrantes del sector de la cerveza artesana en España, que ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años.

El compromiso común de los cerveceros artesanales por la calidad de la cerveza, la sostenibilidad y el desarrollo de la economía y cultura de proximidad son los pilares de esta asociación.

## OBJETIVOS:

- La definición y pautas sobre la denominación de 'Cerveza Artesana'.
- Promoción de la cultura de la cerveza artesana.
- Calidad y variedad.
- Defender los intereses comunes de los asociados.
- Publicación de datos del sector.

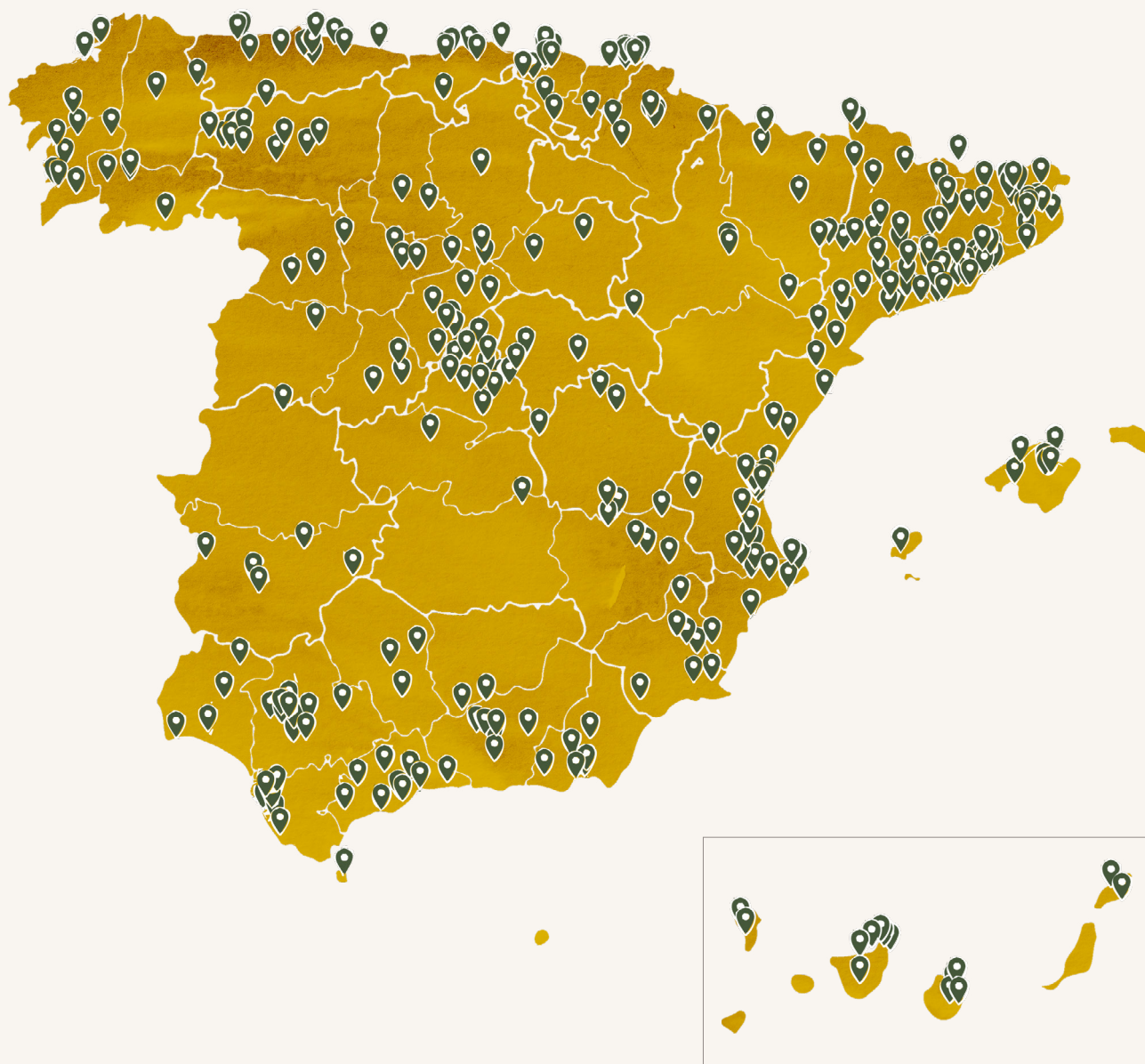
## ¿Qué define a la cerveza artesana? (\*)

1. Cumplir la normativa vigente en cuanto a la fabricación de cerveza y su venta
2. No estar participadas indirecta o directamente por empresa que incumpla volúmenes/método/ingredientes.
3. Máxima producción Anual de 5.000.000 litros
4. Solo usar malta, de cebada y/o trigo, como fuente de almidón. (hay excepciones según características que lo requieran sin superar nunca el 10% de la producción)

(\*) Definición de cerveza artesana registrada en los estatutos de AECAI, que siguen, por otro lado, la filosofía de otros colectivos nacionales de cerveza artesana de otros países



# Fábricas en España



Este informe técnico se ha realizado sobre el conjunto de cerveceras que producen cerveza de forma artesanal en España en el año 2020.

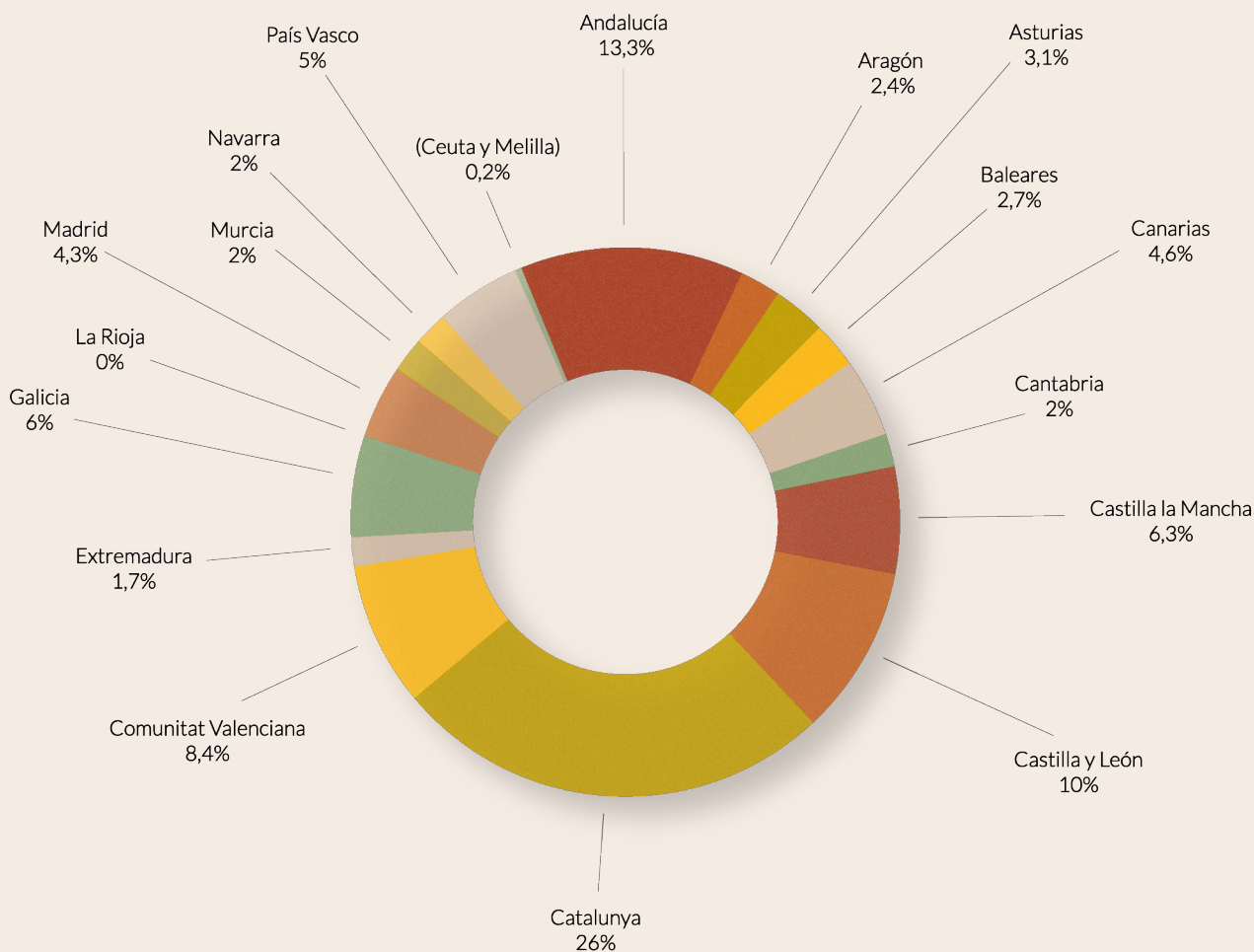
Como base se han utilizado los registros de RGSEAA.

En el conjunto de España a 2020 se han localizado y contactado con 420 fábricas con producción activa.

La gran mayoría de cerveceras están situadas fuera de las capitales de provincia y en el gráfico de esta página vemos también la repartición a lo largo del territorio de las 420 cerveceras activas, divididas en comunidades autónomas.

**87%**  
fuera de las capitales de provincia

**13%**  
en ciudad capital de provincia



Las cerveceras artesanas independientes objeto de este estudio se dividen en tres grupos:

**NANOCERVECERA**

producción anual de menos de 24.000 litros

**MICROCERVECERA**

producción anual entre 24.000 y 100.000 litros

**PEQUEÑA CERVECERA**

producción anual de más de 100.000 litros

**50%**

**41%**

**9%**

\*Porcentaje de fábricas por tipología de cerveza.



# NANOCERVECERA

---

< 24.000l/año

LA MAYORÍA SE ENCUENTRA EN EL ENTORNO RURAL

---

**22**M€  
VOLUMEN NEGOCIO

---

**10%**  
DE LA PRODUCCIÓN  
TOTAL DEL SECTOR DE  
LA CERVEZA ARTESANA

---

**48%**  
USA MATERIA PRIMA  
LOCAL

---

**70%**  
de su producción se realiza  
en envase individual  
(lata y/o botella)

---

**1,7**

PUESTOS DE TRABAJO  
POR CERVECERA

---

**52%**  
USA UN MODELO  
DE DISTRIBUCIÓN  
DIRECTA

---

**78%**  
RECIBE VISITAS  
TURÍSTICAS EN SUS  
INSTALACIONES

---

**11,6%**  
REALIZA  
EXPORTACIÓN

**65**M€  
VOLUMEN NEGOCIO

**31%**  
DE LA PRODUCCIÓN  
TOTAL DEL SECTOR DE  
LA CERVEZA ARTESANA

**63%**  
VENDE A  
GRANDES  
SUPERFICIES

**3,0**

PUESTOS DE TRABAJO  
POR CERVECERA

**64%**  
USA MATERIA PRIMA  
LOCAL

**51%**  
USA UN MODELO  
DE DISTRIBUCIÓN  
MIXTA

**85%**  
TIENE TAPROOM  
(zona dentro de la fábrica  
de degustación)

**85%**  
UTILIZA BARRIL  
DE UN SOLO USO

**44%** REALIZA  
EXPORTACIÓN

**78%** PRODUCE PARA  
TERCEROS

## MICROCERVECERA

entre 24.000 y 100.000l/año



# PEQUEÑA CERVECERA

>100.000l/año

**55**M€

VOLUMEN NEGOCIO

**59%**

DE LA PRODUCCIÓN  
TOTAL DEL SECTOR DE  
LA CERVEZA ARTESANA

**96%**

UTILIZA BARRIL  
DE UN SOLO USO

**65**

PUESTOS DE TRABAJO  
POR CERVECERA

**67%**

USA MATERIA PRIMA  
LOCAL

**70%**

VENDE A  
GRANDES  
SUPERFICIES

**83%**

REALIZA  
EXPORTACIÓN

**70%**

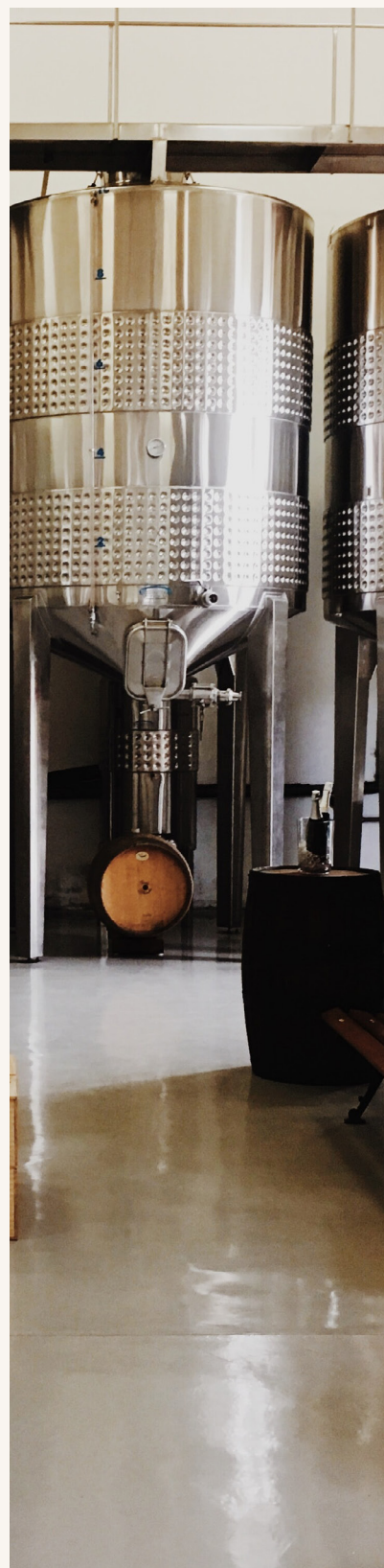
PRODUCE PARA  
TERCEROS

**70%**

USA UN MODELO  
DE DISTRIBUCIÓN MIXTA

**96%**

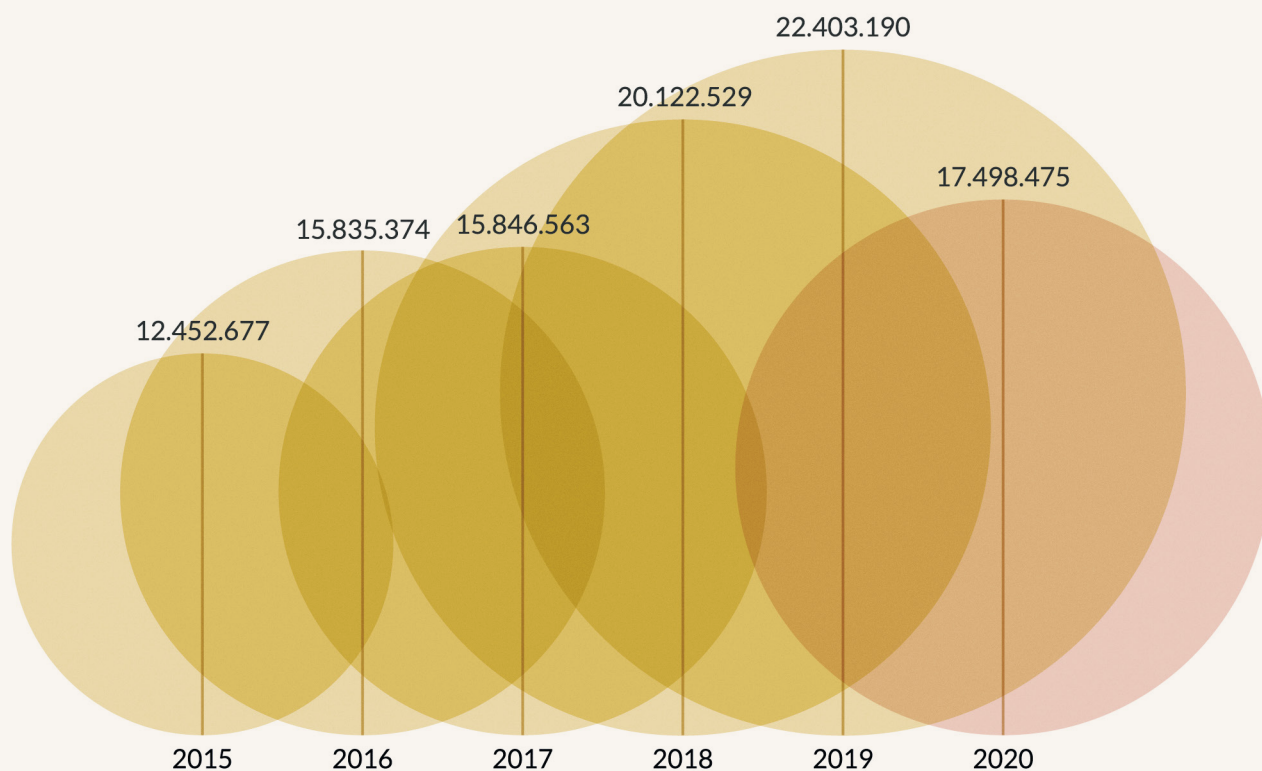
RECIBE VISITAS  
TURÍSTICAS EN SUS  
INSTALACIONES





# Producción

En 2020 se han elaborado 17.498.475 de litros en el conjunto de las cerveceras artesanas de España. A continuación, podemos ver el gráfico de evolución desde 2015, con una línea ascendente año tras año, consolidando el sector hasta la caída de casi un 22% en 2020, debido a la grave crisis sanitaria y social, que ha frenado la evolución de crecimiento.



**MEDIA DE PRODUCCIÓN 2020 POR CERVECERA**

**41.663 L.**

# Cuotas de producción y mercado

¿Qué es la 'Cuota de Producción'?  
(en este Informe)

→ Es el porcentaje de cerveza artesana elaborada con respecto a la producción total de cerveza en España

¿Qué es la 'Cuota de Mercado'?  
(en este Informe)

→ Es el porcentaje de ventas con respecto a la facturación global del sector

# 0,5%

CUOTA DE PRODUCCIÓN



En España, durante 2020, la cuota de producción de la cerveza artesana fue del 0,5%.

Sin embargo, si hablamos de cuota de mercado el porcentaje de la cerveza artesana se incrementa hasta el 1,1 por ciento del global del sector, dado que el precio de venta por litro es superior en la producción artesanal a la de la cerveza convencional.

# 1,1%

CUOTA DE MERCADO



Esta cuota de mercado es netamente inferior a la que presentan los países del entorno europeo, lo que da buena cuenta de que el sector de la cerveza artesana en España tiene todavía un largo recorrido y mucho margen de crecimiento en nuestro país, tal y como atestigua su evolución productiva en positivo de los últimos años (hasta la llegada de la pandemia).

FRANCIA 4%

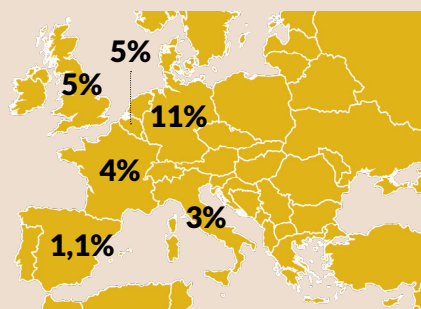
BÉLGICA 5%

REINO UNIDO 5%

ALEMANIA 11%

ITALIA 3%

ESPAÑA 1,1%



# Materia prima y tipos de envasado

## CERVEZA

**2020 → 3856**

CERVEZAS DISTINTAS

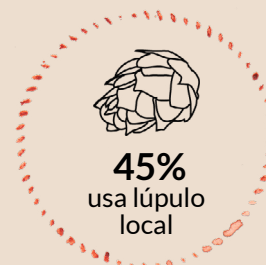


El elevado número de cervezas distintas presentes en España sugieren la gran creatividad y originalidad existente en el mundo de la cerveza artesana. Las 3.856 cervezas distintas producidas en 2020 reportan un número medio de 9 tipos distintos de cervezas creados en cada fábrica.

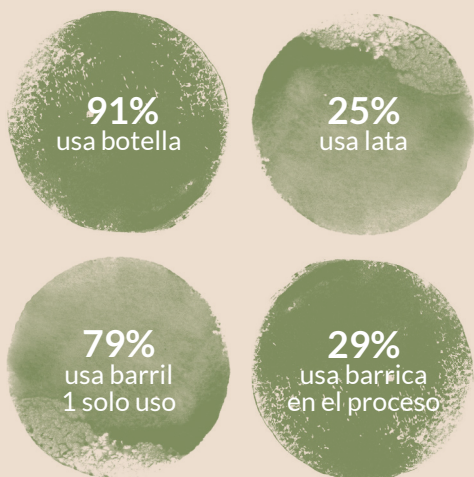
Existen, por un lado, las cervezas de gama fija, que se van produciendo con asiduidad durante el año y, por otro lado, las producciones eventuales con la creación de ediciones especiales, donde se produce un stock determinado (debido a la temporada o un evento específico) y no se vuelve a repetir.

## MATERIA PRIMA

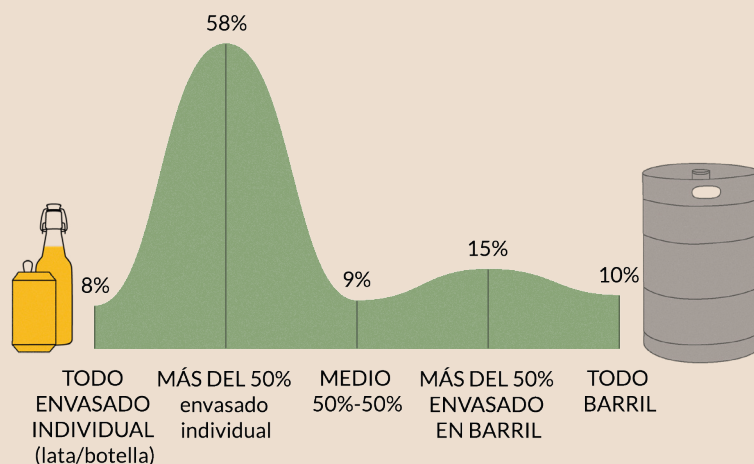
Es importante el vínculo que se crea entre el territorio y la producción artesanal. Año tras año se incrementa el uso de materia prima local y se asienta, así, la conexión con el territorio. En 2020, un 56% de los encuestados utilizó materia prima local en algunos de los ingredientes (distintos al agua).



## ENVASADO



### ENVASADO INDIVIDUAL vs BARRIL



# Venta y distribución

## TIPOS DE DISTRIBUCIÓN

31%

exporta una media del **13% de su producción total** a: Andorra, Francia, Italia, China, Alemania, Suecia, Holanda, UK, Portugal, Bélgica, entre otros.

51%

distribuye con el modelo mixto: (directa + distribuidores)

38%

distribución directa

11%

a través de distribuidores

## PRODUCCIÓN PARA TERCEROS

- El 59% de las cerveceras producen también para terceros
- Dichas cerveceras fabrican para una media de 4,8 terceros
- Para estas fábricas la producción a terceros supone un 28% de la producción.

## TIPOS VENTA



63%

VENTA LOCAL  
(a 30 km  
de la fábrica)



11%

VENTA LOCAL  
ESPECIALIZADO



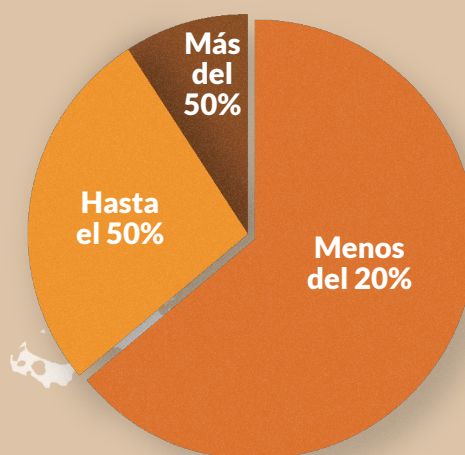
8%

VENTA  
GRANDES  
SUPERFICIES

% de la producción total

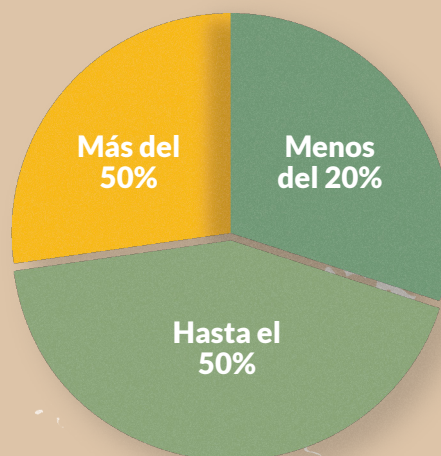
## GRANDES SUPERFICIES

- Menos del 20% de su producción total: 64%
- Hasta el 50% de su producción total: 27%
- Más del 50% de su producción total: 9%



## VENTA LOCALES ESPECIALIZADOS

- Menos del 20% de su producción total: 30%
- Hasta el 50% de su producción total: 43%
- Más del 50% de su producción total: 27%



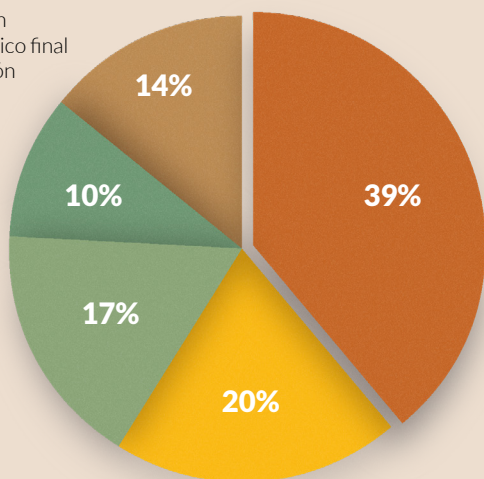
# Empleo

1342\*  
21%

PUESTOS DE TRABAJO CREADOS porcentaje de puestos de trabajo ocupado por mujeres

## DEDICACIÓN POR SECTORES

- Producción
- Venta público final
- Distribución
- Comercial
- Gestión



18%

pérdida de 18%  
puestos de trabajo  
en relación a 2019

36%

quiere ampliar  
su plantilla en 2021

45%

de las cerveceras tienen  
dificultad en cubrir los  
puestos en el  
sector **comercial**

32%

de las cerveceras tienen  
dificultad en cubrir los  
puestos en el área  
de **producción**

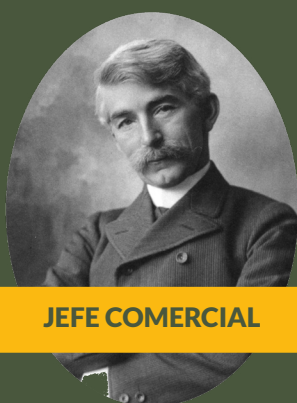


MAESTRO CERVECERO

73% tiene puesto específico de  
**jefe de producción**

**Formación:**  
68% tiene estudios  
universitarios o posgrado

**Sueldo Medio:**  
menos de **20k** al año

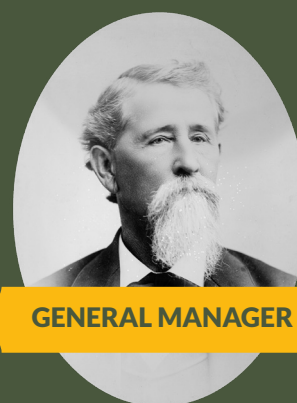


JEFE COMERCIAL

32% tiene puesto específico de  
**jefe comercial**

**Formación:**  
78% tiene estudios  
universitarios o posgrado

**Sueldo Medio:**  
menos de **20k** al año



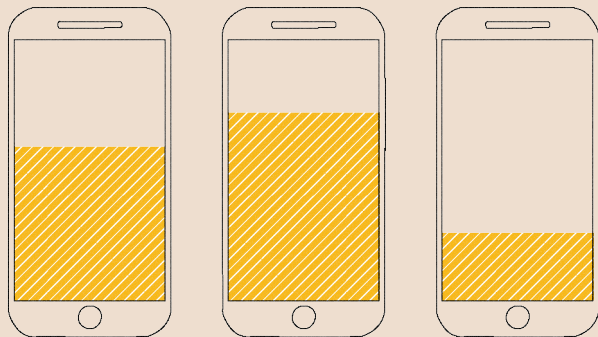
GENERAL MANAGER

43% tiene puesto específico de  
**general manager**

**Formación:**  
82% tiene estudios  
universitarios o posgrado

**Sueldo Medio:**  
entre **20k y 30k** al año

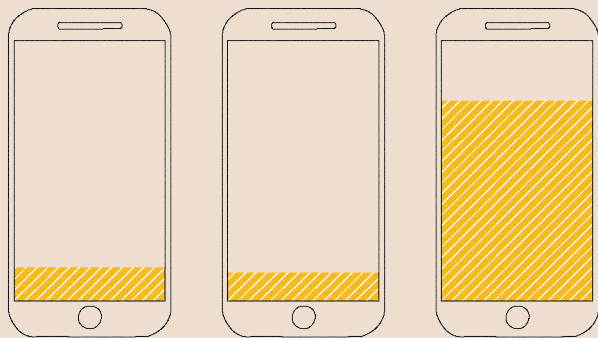
# Digitalización



Facebook  
59%

Instagram  
72%

Twitter  
26%



LinkedIn  
13%

YouTube  
11%

Web propia  
77%

En el gráfico vemos el uso que hace el sector de las redes sociales, destacando, además, la importancia de tener web propia y plataforma de venta online integrada.

Se ha detectado que la crisis sanitaria ha incrementado, más aún, si cabe, el traslado del plan de marketing empresarial hacia un prisma más digital. En este contexto, el cierre de bares, los cambios de horarios o la reducción de la movilidad han modificado las tendencias y modelos de consumo y de distribución en algunos aspectos, probablemente para siempre, lo que ha generado la necesidad de reinventarse y crear nuevas vías de negocio.

De este Informe se extrae la necesidad, por parte de los encuestados, de apostar por un proceso de transformación digital que, sin ser sencillo, es muy relevante para aquellas empresas que apuesten por hacerse un hueco en el mercado.

Aunque quede mucho camino por recorrer en el sector cervecero, la mayor parte de las empresas ha iniciado ya un proceso de digitalización que aumenta año tras año y que ayuda a las pequeñas empresas a encontrar nuevos clientes y a darse a conocer de una forma directa y sencilla.

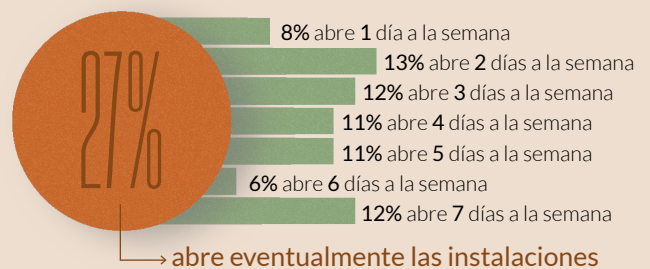
# Turismo

El turismo cervecero tiene mucha importancia en el crecimiento y valor del territorio. Si bien la pandemia ha frenado temporalmente su evolución, año tras año el turismo cervecero se ha ido asentando y ha creado las bases necesarias para seguir creciendo.

Las infografías situadas bajo este texto ofrecen algunos datos de 2020. En este sentido, se ha de tener en cuenta que el control de aforos, la reducción de la movilidad y la restricción de horarios, han golpeado duramente a todo el sector turístico.

**84%** tienen actividades de acogida de visitantes

**70%** tiene área de degustación dentro de sus instalaciones




**30%** tiene zona de comida

# Claves de futuro


¿Cómo ven el futuro los encuestados? Por un lado, se desgrena la importancia que los encuestados otorgan a diferentes aspectos de mejora y desarrollo del proyecto cervecero, con valoraciones que van del 1 al 10 según la importancia que considere el encuestado. Las más importantes son las que tienen que ver con la promoción del concepto cerveza artesana, con la simplificación burocrática y con la rebaja de la presión fiscal a las pequeñas empresas.

Por otro lado, se ha preguntado a las cerveceras sobre sus perspectivas a tres años vista. De las respuestas se deduce un claro convencimiento de superación del momento actual y una visión positiva con el crecimiento como foco.

## Factores importantes para el desarrollo cervecero

- 
- Mejora de proveedores: 6,2
  - Materias primas locales: 5,5
  - Rebaja impositiva: 7
  - Simplificación de trámites tributarios y sanitarios: 8
  - Formación específica: 6,5
  - Crecimiento del proyecto: 7
  - Especialización: 6,3
  - Externalizar la venta / distribución: 6
  - Venta directa al público: 6,3
  - Modelo de TapRoom (consumo en fábrica): 6
  - Promoción del concepto / marca 'cerveza artesana': 7
  - Sello de calidad diferenciador: 6,5
  - Digitalización: 6
  - Integración a Internet: 6,3
  - Mantener independencia económica: 7,5

## En los próximos tres años...

- 
- Incrementaremos la producción (elaboraremos más litros por año): 81%
  - Incrementaremos las exportaciones: 47%
  - Contrataremos más personal: 57%
  - Ampliaremos las instalaciones: 50%
  - Participaremos en más ferias / festivales: 48%
  - Acogeremos más actividades turísticas: 56%
  - Ampliaremos cuota de mercado: 77%
  - Vamos a vender a grandes superficies: 40%
  - Nos habremos especializado en algún estilo concreto: 23%
  - Tendremos un TapRoom - degustación en fábrica: 61%
  - Invertiremos en digitalización: 53%



[www.aecai.es](http://www.aecai.es)  
[info@aecai.es](mailto:info@aecai.es)



**SOCIAL INNO LABS**

Fundación de Espacios Sociales de Innovación

[www.socialinnolabs.org](http://www.socialinnolabs.org)  
[info@socialinnolabs.org](mailto:info@socialinnolabs.org)



[www.barcelonabeerfestival.com/es](http://www.barcelonabeerfestival.com/es)  
[info@barcelonabeerfestival.com](mailto:info@barcelonabeerfestival.com)