vinetur

# La cerveza sin alcohol bate récord en España y ya supone el 14% del consumo

El sector cerró 2025 con exportaciones al alza y ventas internas casi estancadas

lunes 6 de julio de 2026




El sector cervecero español cerró 2025 con un aumento de la producción del 0,5% y un avance de las exportaciones cercano al 8%, mientras las ventas en el mercado interno se mantuvieron casi sin cambios. Los datos figuran en el Informe Socioeconómico del Sector de la Cerveza en España 2025, elaborado por Cerveceros de España junto con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y presentado este jueves, 2 de julio, en la sede del ministerio.

Según ese informe, la producción alcanzó los 41,5 millones de hectolitros. Esa cifra sitúa a España un año más como segundo productor de cerveza de la Unión Europea, solo por detrás de Alemania y por delante del Reino Unido. El volumen fabricado también queda un 5,1% por encima del registrado en 2019, antes de la pandemia.

La evolución exterior fue una de las variables con mejor comportamiento. Las exportaciones llegaron a 3,64 millones de hectolitros, con una subida cercana al 8% respecto a 2024. En el caso de la cerveza tradicional, el incremento rondó el 10%. Este avance refuerza el peso de la cerveza española fuera del mercado nacional y amplía su presencia en países donde el consumo se asocia a la gastronomía y a la hostelería españolas.

En cambio, el mercado doméstico mostró una fase de estabilidad tras los años de recuperación posteriores a la pandemia. Las ventas de los cerveceros en España se situaron en 38,2 millones de hectolitros, con una variación cercana al -1% frente al ejercicio anterior. Pese a ese ajuste limitado, el volumen sigue por encima del nivel previo a 2020.

El informe atribuye esa evolución a una moderación del consumo fuera del hogar. La actividad en hostelería bajó un 0,3% en 2025 y las ventas en ese canal retrocedieron un 2,4%. Al mismo tiempo, el canal de alimentación avanzó un 0,4%, lo que apunta a un mayor peso relativo del consumo en casa y a un reparto algo distinto entre ambos canales.

La presentación contó con la participación de la secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria, Ana Rodríguez Castaño; del director general de Cerveceros de España, Jacobo Olalla Marañón; y del secretario general de Hostelería de España, Emilio Gallego. Rodríguez Castaño agradeció al sector su vínculo con las materias primas nacionales y su aportación al campo. Olalla afirmó que los datos muestran que la cerveza mantiene su pulso en producción y presencia exterior. Gallego recordó el papel que tiene esta bebida en bares y restaurantes y su relación habitual con la comida.

Uno de los apartados con mayor avance fue el de la cerveza sin alcohol. Las ventas subieron un 4,6% en 2025 hasta alcanzar 3,3 millones de hectolitros, el nivel más alto registrado hasta ahora. Esa categoría representa ya el 14% del total consumido en España. Dicho de otro modo, una de cada siete cervezas consumidas en el país es sin alcohol.

España conserva además la primera posición europea tanto en consumo como en producción de cerveza sin alcohol, según los datos recogidos por Cerveceros de España. El informe añade que una de cada cuatro cervezas sin alcohol pedidas en la Unión Europea se consume en España. También señala que cerca del 90% de quienes optan por esta variedad son consumidores habituales de cerveza, lo que indica que funciona como una alternativa dentro de hábitos ya asentados.

El estudio insiste en que el patrón español sigue muy ligado a la socialización y a la comida. El 86% de los consumidores toma cerveza con amigos o familiares y cerca del 90% de las ocasiones de consumo se producen en entornos sociales y gastronómicos. En esa misma línea, el 97,7% de los encuestados considera que el tapeo es una costumbre social propia del país y el 91,2% sitúa a la cerveza como acompañamiento preferido; dentro de ese grupo, el 17,6% ya opta por cerveza sin alcohol.

La hostelería mantiene un papel central para esta industria. La cerveza sigue siendo una de las bebidas con más presencia fuera del hogar y ocupa una posición preferente en momentos como el aperitivo, donde alcanza el 64%; el tardeo, con el 53%; y la cena, con el 44%. Para bares, restaurantes y cadenas hoteleras, estos datos ayudan a medir cómo cambia el consumo entre sala y hogar y qué espacio gana la oferta sin alcohol dentro del negocio.

El turismo también tuvo influencia en los resultados del ejercicio. El consumo de cerveza por parte de turistas en hostelería aumentó un 4,1% durante 2025. En torno al 30% de la cerveza consumida en España corresponde a visitantes extranjeros, sobre todo procedentes de Alemania y Reino Unido. Esa relación entre cerveza, restauración y viajes explica parte del interés del sector por mantener una oferta amplia tanto en formatos tradicionales como en referencias sin alcohol.

El informe incorpora además datos sobre envases reutilizables. En hostelería, el 82,4% de la cerveza comercializada se sirve en barril o botella reutilizable. Ese porcentaje confirma que este canal concentra buena parte del uso de formatos retornables dentro del consumo alimentario.

La aportación económica del sector también aparece recogida en el documento presentado este jueves, 2 de julio. La cerveza representa el 1,3% del PIB nacional y genera más de 540.000 empleos en España, muchos vinculados a la hostelería. Su contribución a la recaudación pública ronda el 2,6%, siempre según las cifras difundidas por Cerveceros de España.

A ello se suma su relación con otras ramas económicas. El informe calcula que la actividad cervecera está asociada a más de 5.200 millones de euros del gasto turístico y que por cada empleo directo vinculado al sector se generan 1,5 empleos adicionales en la economía española. También cifra en unos 149 millones de euros anuales la inversión empresarial en patrocinios culturales y deportivos.

Para el conjunto del sector de bebidas, estos datos ofrecen una referencia útil sobre varios cambios ya visibles en el mercado español: estabilidad del consumo total tras los años posteriores a la pandemia, mayor peso relativo del hogar frente a parte del consumo hostelero y avance continuado de las opciones sin alcohol. También muestran que las exportaciones siguen siendo una vía relevante para ampliar negocio fuera de España y que la relación entre bebidas, gastronomía y turismo continúa siendo uno de los ejes principales para muchas empresas del ramo.