vinetur

El lobby cervecero británico pide investigar un mercado cerrado a las independientes

CAMRA y SIBA denuncian que cuatro grandes grupos limitan la oferta en pubs y barras del Reino Unido

lunes 6 de julio de 2026



La Campaign for Real Ale (CAMRA), una de las principales asociaciones de consumidores de cerveza del Reino Unido, ha pedido a la Competition and Markets Authority (CMA), el organismo británico de defensa de la competencia, que investigue

el mercado cervecero del país. La reclamación se apoya en un informe publicado este lunes, 6 de julio, en el que la entidad sostiene que muchas cerveceras independientes están siendo apartadas de los bares y pubs británicos.

El documento, titulado Beer in the UK, presenta la visión de CAMRA sobre el funcionamiento real del mercado para los consumidores y para los productores independientes. Según la organización, el sector está dominado por cuatro grandes grupos cerveceros internacionales, una concentración que, a su juicio, limita la variedad disponible en barra y reduce las opciones tanto para los clientes como para los hosteleros.

Entre los datos recogidos en el informe figura que siete de las diez cervezas “craft” más vendidas en el Reino Unido pertenecen a solo cuatro grandes grupos internacionales. También señala que varias de las lager “continentales” e “importadas” más populares entre los consumidores británicos se elaboran en realidad dentro del propio Reino Unido.

CAMRA cita además cifras de la Society of Independent Brewers and Associates (SIBA), la patronal de las cerveceras independientes, para sostener que la demanda de cerveza independiente es un 280% superior a la cuota que estas empresas tienen en el mercado de pubs. La asociación interpreta esa diferencia como una señal de que existe interés del consumidor, pero no acceso suficiente al canal hostelero.

El presidente de CAMRA, Ash Corbett-Collins, afirmó que los consumidores están recibiendo menos variedad y peor calidad de la que podrían encontrar en barra si el mercado funcionara con más apertura. En sus declaraciones, sostuvo que los grandes operadores están aprovechando la situación actual para dejar fuera a productores independientes, con efectos negativos para los pubs y para quienes consumen cerveza.

Corbett-Collins pidió al Gobierno británico que actúe con más decisión y pase de las declaraciones públicas a medidas concretas. También reclamó una investigación formal del mercado para revisar su funcionamiento y corregir lo que considera un reparto desequilibrado del acceso a los puntos de venta.

El informe ha sido editado por Tim Webb, periodista especializado en cerveza. Webb sostiene que una parte muy reducida del negocio controla buena parte del sector cervecero británico y orienta su producción a criterios industriales antes que a las preferencias de muchos aficionados. En su valoración, el modo en que las mejores cerveceras independientes quedan fuera del mercado hostelero merece una revisión por parte de las autoridades.

Desde SIBA, su director ejecutivo, Andy Slee, respaldó la petición de CAMRA. Señaló que el informe reclama más capacidad de elección para el consumidor, mayor transparencia sobre la propiedad real de las marcas y una menor carga fiscal para las pequeñas cerveceras independientes. La patronal comparte esas tres líneas de actuación.

Slee añadió que el 80% de los bebedores quiere ver cerveza independiente junto a marcas internacionales en la barra, pero aseguró que las fábricas independientes no pueden suministrar al 63% de los pubs del país. A su juicio, esa situación perjudica a los clientes, limita el margen comercial de los arrendatarios y empobrece la oferta general del mercado británico de cerveza y pubs.

SIBA también recordó su campaña Indie Beer, centrada en facilitar al consumidor información clara sobre quién está detrás de cada marca. La organización considera que esa transparencia ayudaría a diferenciar mejor entre cervezas realmente independientes y referencias comercializadas como “craft” pero controladas por grandes grupos.

Otro punto de fricción es la revisión prometida por el Gobierno británico para mejorar el acceso de las pequeñas cerveceras al mercado hostelero. Según Slee, casi dos años después del compromiso oficial, el sector sigue sin conocer el resultado de ese trabajo. Para las empresas afectadas, esa demora mantiene bloqueada cualquier expectativa de cambio regulatorio a corto plazo.

La petición dirigida a la CMA puede tener efectos más allá del debate entre asociaciones y grandes fabricantes. Si el regulador decide abrir una investigación, podría revisar acuerdos comerciales, prácticas de distribución y condiciones de acceso a pubs y bares. Para el sector de bebidas, eso tendría un efecto potencial directo sobre

la presencia de marcas independientes en hostelería, sobre la diversidad real de la oferta y sobre el poder de negociación entre productores, distribuidores y operadores del canal fuera del hogar.

El caso también vuelve a poner sobre la mesa una cuestión habitual en el negocio cervecero europeo: hasta qué punto la concentración empresarial condiciona lo que llega al consumidor final. En el Reino Unido, donde el pub mantiene un peso cultural y económico propio, esa discusión afecta no solo a las ventas de cerveza, sino también al modelo comercial con el que trabajan miles de establecimientos.

Por ahora, CAMRA y SIBA han unido sus posiciones para pedir una revisión formal del mercado. La decisión queda en manos de la CMA y del Gobierno británico, mientras las asociaciones insisten en que existe una distancia amplia entre lo que piden los consumidores y lo que encuentran cuando llegan a la barra.