vinetur

Mica pone el negocio sin alcohol en el centro

La cervecera burgalesa busca ganar presencia en un segmento que ya representa el 14% del mercado español

miércoles 15 de julio de 2026



Cerveza Mica ha abierto una nueva fase de su proyecto con la cerveza sin alcohol como eje de su negocio y con el apoyo de Pascual y Atresmedia. La empresa, fundada por Juan Cereijo en Fuentenebro (Burgos) en 2014, sitúa esta alianza dentro de una estrategia centrada en ampliar su presencia y reforzar una oferta basada en referencias sin alcohol, sin gluten y bajas en calorías.

La relación con Pascual viene de 2019, cuando ambas compañías cerraron un acuerdo para la distribución nacional de la cerveza a través de la red comercial del grupo alimentario. En 2023, Pascual Innoventures, el vehículo de inversión corporativa de la empresa, entró en el capital de Mica y pasó a ser su principal accionista tras el fundador y consejero delegado, Juan Cereijo. La compañía burgalesa señala que esa entrada sirvió para impulsar iniciativas de I+D ligadas al desarrollo de la marca.

El acuerdo con Atresmedia tiene un carácter estratégico y busca dar más visibilidad a Mica en esta etapa. La cervecera no ha precisado más detalles sobre el alcance económico de la alianza, pero sí la vincula a su plan de consolidación en el mercado.

Juan Cereijo sostiene que durante años la cerveza sin alcohol se ha entendido como una renuncia, pero defiende una lectura distinta. “Durante mucho tiempo se ha entendido la cerveza sin alcohol como una renuncia. Nosotros creemos exactamente lo contrario: puede ser una gran oportunidad. Apostamos por la cerveza, por una categoría que no renuncia al sabor, que es sinónimo de innovación y que es social, dialogando activamente con nuestros consumidores y ofreciendo una gama sin alcohol, sin gluten y baja en calorías. Estas alianzas demuestran que cada vez más personas y compañías comparten nuestra visión”, afirma.

La empresa apoya su apuesta en la evolución del consumo. De acuerdo con datos de Circana citados por la propia compañía, la cerveza sin alcohol representa ya el 14% del mercado cervecero español. Mica añade que los hábitos están cambiando, sobre todo entre los consumidores más jóvenes.

Desde su creación, la firma ha seguido un camino poco habitual dentro del sector. Primero instaló su producción en la Ribera del Duero, una zona asociada al vino. Después colocó la cerveza sin alcohol en el centro de su catálogo. En este momento comercializa tres estilos principales: Amber Ale o tostada, IPA y Lager Pilsen o rubia.

La marca está presente en cadenas nacionales como El Corte Inglés, Alcampo y Carrefour, además de Sánchez Romero y Club Gourmet. Según informa la empresa, suma cerca de medio centenar de reconocimientos internacionales. A ellos se añade la medalla de oro obtenida por Mica Tostada este 2026 en el European Beer Challenge. La cervecera asegura que ese premio la situó como la única marca española reconocida

en ese certamen y atribuye a esa referencia la consideración de mejor cerveza sin alcohol del mundo dentro del concurso.

Mica también ha recibido el Premio Surcos a la mejor pyme. Con este movimiento empresarial, la compañía mantiene su apuesta por un segmento que gana peso en España mientras busca ampliar su implantación comercial con el respaldo accionarial y mediático de sus nuevos socios.