vinetur

Heineken España gana un 56% menos por la ausencia de ingresos extraordinarios

La cervecera mantuvo la facturación por encima de 1.000 millones tras asumir parte del alza de costes

martes 1 de septiembre de 2026



Heineken España cerró el ejercicio 2025 con una facturación de 1.021,7 millones de euros, un 1,3% menos que un año antes, pero todavía por encima de la cota de los 1.000 millones. De esa cifra, 970,9 millones procedieron de la venta de cerveza en el

mercado español, donde la filial comercializa marcas como Heineken, Cruzcampo, El Águila y Amstel.

Las cuentas de la compañía, depositadas en el Registro Mercantil, reflejan también un recorte más acusado en el beneficio. La empresa ganó 91,7 millones de euros en 2025, un 56% menos que en 2024. El resultado de explotación se situó en 93,2 millones, con una bajada del 7,4%.

La diferencia entre la caída del beneficio neto y la evolución del resultado de explotación se explica, en parte, por la base de comparación del ejercicio anterior. Fuentes de la empresa atribuyen el descenso de las ganancias a la ausencia de ingresos extraordinarios que impulsaron el resultado de 2024, un año en el que la filial llegó a triplicar su beneficio. La compañía sostiene que, sin ese efecto, el beneficio vuelve a niveles más próximos a su trayectoria habitual.

Heineken España añade en su memoria que los resultados de 2025 también se vieron afectados por una decisión comercial: no trasladar a clientes y consumidores todo el aumento de gastos soportado durante el ejercicio. La cervecera vincula esa política a su apuesta por apoyar la competitividad del sector hostelero, uno de sus principales canales de venta en España.

En paralelo, la empresa mantuvo el gasto en sus instalaciones. Las inversiones en activos fijos alcanzaron 60,55 millones de euros en 2025 y se dirigieron, sobre todo, a la modernización, mejora y mantenimiento del inmovilizado ya existente. La filial enmarca ese desembolso en un plan inversor de cerca de 460 millones de euros con el que busca asegurar el crecimiento del negocio en los próximos años.

La producción local sigue teniendo un peso muy alto en su actividad. Heineken España cuenta con cuatro fábricas y tres microcervecerías repartidas entre Andalucía, Levante y Madrid, y produce en el país el 98% de la cerveza que vende en el mercado español. Ese dato refleja la relevancia de su red industrial para abastecer la demanda interna y para sostener su estrategia de marcas.

De cara a 2026, la compañía mantiene el foco en reforzar sus enseñas comerciales y acelerar la innovación, la digitalización y el uso de la inteligencia artificial. Con ello pretende mejorar su eficiencia y generar valor a largo plazo en un mercado en el que el consumo y los márgenes siguen muy condicionados por la evolución de los precios y por la presión sobre los gastos de producción y distribución.

Las cuentas recogen además el reparto de un dividendo de 82,5 millones de euros a su matriz neerlandesa, Heineken N.V. Esa cantidad equivale a casi el 90% del beneficio neto obtenido por la filial en 2025. Los 9,2 millones restantes se asignaron a reservas.