

'Informe de situación de las Cerveceras Artesanas ante el COVID-19'

Los cerveceros artesanos, de vuelta a la casilla de salida



INTRODUCCIÓN. LA CERVEZA, ENTRE LOS SECTORES MÁS AFECTADOS POR LA CRISIS: DEPENDE DE HOSTELERÍA, TURISMO Y RESTAURACIÓN

Mucho se ha hablado estos días de los sectores más afectados por la crisis sanitaria que estamos viviendo y cuyo foco se dirige al **turismo** y a la **hostelería** y la **restauración**. Pero a veces nos olvidamos de otros muchos sectores o subsectores, que, por depender directamente de los primeros, sufren las mismas consecuencias que aquellos.

Si a uno de esos subsectores en particular, le añadimos estar compuesto por empresas jóvenes y de reducido tamaño, pymes y autónomos en su totalidad, en muchos casos con un alto endeudamiento, con mucho potencial, pero pocos recursos y con importantes barreras de entrada a la diversificación de sus canales de venta, obtenemos la tormenta perfecta.

Hablamos de las microcervecerías, **pequeñas fábricas de cerveza artesanal** y junto a ellas multitud de **establecimientos, cervecerías y tiendas especializadas** que han surgido a lo largo de estos últimos años y que tanto han aportado al sector cervecero español, generando una nueva época dorada de la cerveza, poniendo en valor este producto, sus variedades, características y posibilidades de disfrute y de maridaje.

Las más de 500 cerveceras artesanales independientes existentes en España, muchas de ellas vinculadas a entornos rurales, produjeron una cantidad estimada en 40 millones de litros en 2019, lo que supone aproximadamente el 1% de la cerveza elaborada en el país. El resto, el 99%, está en manos de seis grandes grupos industriales.

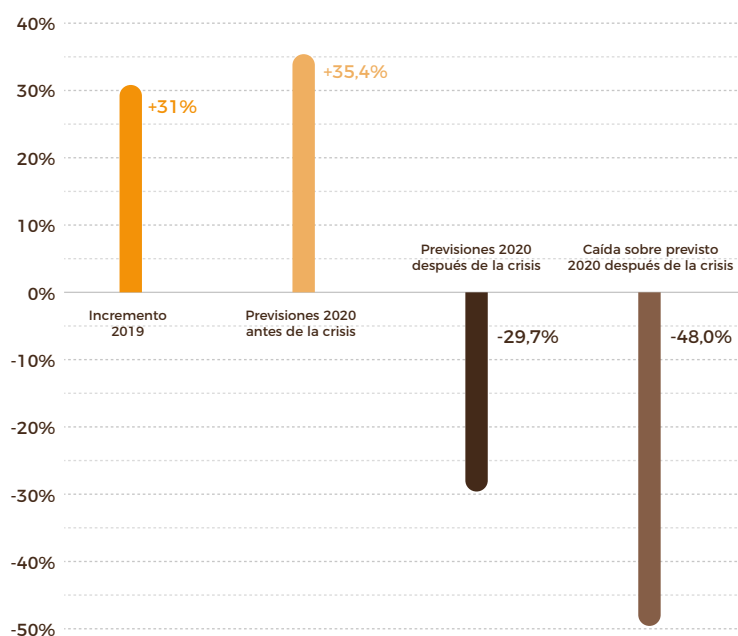
AECAI es la Asociación Española de Cerveceros Artesanos Independientes, agrupación que aglutina a un importante número de esas microcerveceras y que ha elaborado un **Informe de Situación de las Cerveceras Artesanas** en base a una consulta realizada entre sus socios, coincidiendo con la reapertura de la hostelería siguiendo los criterios de desescalada y una vez pasadas las primeras semanas de crisis, cuando las empresas comienzan a hacerse una idea sobre las consecuencias reales que la pandemia va a tener en sus negocios.



- **Cómo está afectando la crisis sanitaria a la producción: vuelta a la casilla de salida para los artesanos, con una estimación de pérdidas del 48% sobre previsiones durante 2020 y con una reducción del 77% durante el confinamiento respecto al mismo periodo de 2019**

Tras haber crecido un porcentaje del 31% de 2018 a 2019, la previsión de crecimiento para 2020 de las cerveceras artesanales AECAI era del 35,4%.

La situación creada por esta crisis ha volatilizado esas previsiones, que han pasado del mencionado crecimiento del 35,4% positivo a una caída del 29,7% negativo con respecto a 2019, con una pérdida acumulada sobre la previsión inicial para 2020 del 48%, casi la mitad, lo que vuelve a situar a un sector que estaba en plena expansión, en la casilla de salida de 2018.



Crecimiento de la producción de las cerveceras artesanas AECAI

El cierre de la hostelería, del comercio especializado, de las exportaciones y la anulación de eventos multitudinarios y de todos los festivales y ferias de cerveza artesana está suponiendo un mazazo de impredecibles consecuencias para este joven sector.

Si malas son las previsiones anuales revisadas, escalofriantes son los números arrojados durante el periodo de confinamiento, en el que las cerveceras artesanas aseguran haber perdido de media un 77% de sus ventas, provocado sustancialmente por el cierre de la hostelería, que supone el mayor porcentaje de clientes de estos negocios en una época, la primavera, que es la mejor del año para muchos cerveceros.

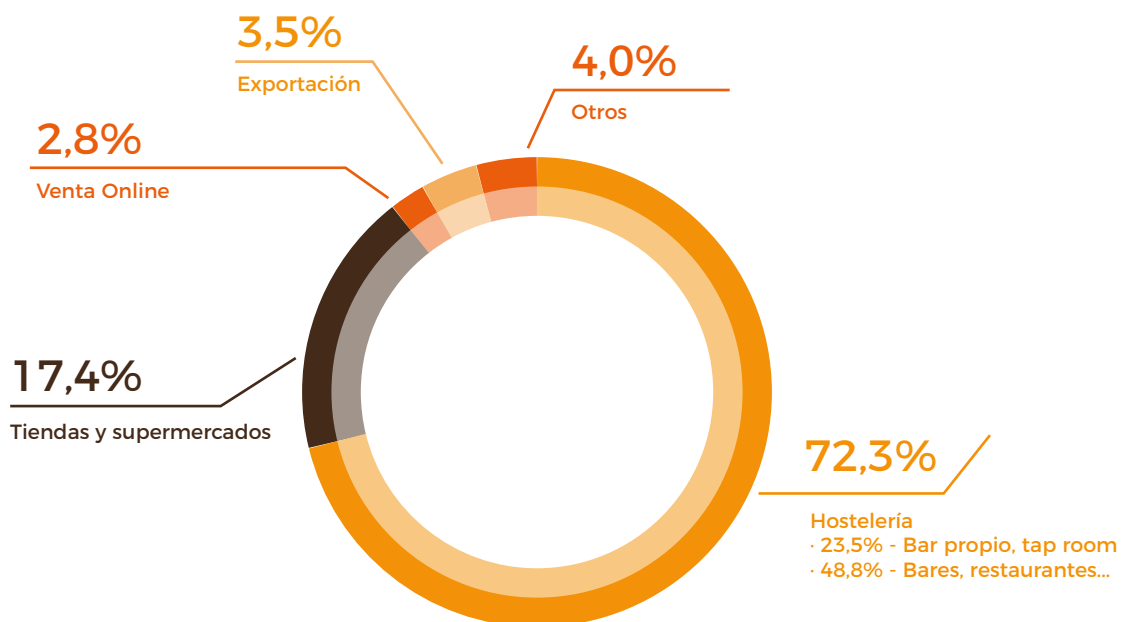
• El 72,3% de las ventas de las cervezas artesanas se producen en el canal hostelería, cerrado por la crisis sanitaria

Las importantes barreras de entrada que sufren estas pequeñas cerveceras, fruto de la configuración del sector cervecero durante décadas en manos de unos pocos grandes grupos, las convierte en especialmente vulnerables.

Vulnerabilidad que evidencia el hecho de que frente al 55% que pesa la hostelería en las ventas de cerveza industrial, los pequeños artesanos venden el 72,3% de su producción en este canal, dividido en hostelería y locales y tiendas especializadas (48,8%), por un lado y, en sus Tap Room (23,5%), del otro, que son aquellos bares que muchas microcerveceras montan dentro de sus propias fábricas donde sirven directamente cerveza fresca y que tanto se han desarrollado en los últimos tiempos.

Por el contrario, frente al 45% que suman las ventas del total de cerveza en el canal de alimentación, el único que ha mantenido el tipo durante estas semanas de confinamiento, las artesanas solo dedican el 17,4% de su producción a este canal, si bien el retail poco a poco ha ido abriendo sus lineales a estos productos locales tras años de trabajo y generación de confianza entre los grandes operadores de la alimentación.

El resto se divide en otros canales, entre los que destaca la exportación (3,5%), totalmente paralizada en la actualidad, la venta online (2,8%), donde las artesanas han encontrado un importante aliado, y otros conceptos con un 4%.



Canales de venta cerveceras artesanas

• Despegue de las ventas on line. Una media de crecimiento del 620% durante el confinamiento

La situación de confinamiento, con millones de personas en sus casas, unido a la importante apuesta por internet y redes sociales como estrategia de marketing y comunicación desarrolladas desde su origen por las pequeñas cerveceras artesanas, que siempre han carecido de los recursos publicitarios de las grandes compañías, les ha situado en una situación privilegiada para explotar este canal de venta, que parece se va a consolidar definitivamente.

Con el 2,8% de las ventas indicado, porcentaje pequeño pero importante para las pequeñas empresas y reflejo de las nuevas tendencias de consumo, el 88% de las cerveceras encuestadas manifiestan contar con venta online.

Entre ellas, el 27% asegura haber puesto en marcha sus tiendas virtuales y servicio a domicilio en las últimas semanas y del resto, la mayor parte del 61% que ya contaba con este canal, indica que sus ventas se han incrementado notablemente durante el confinamiento, con una media de crecimiento del 620%.

Evidentemente, esos enormes crecimientos relativos son puntuales y sólo pueden darse en un canal de ventas que moviliza, de momento, muy poco volumen absoluto y que en ningún caso compensa el parón de la hostelería, el comercio especializado y la exportación, pero que, sin embargo, está suponiendo un balón de oxígeno para las pequeñas cerveceras, que, una vez más, demuestran su cintura y su rápida capacidad de adaptación para dar respuesta a nuevas circunstancias.

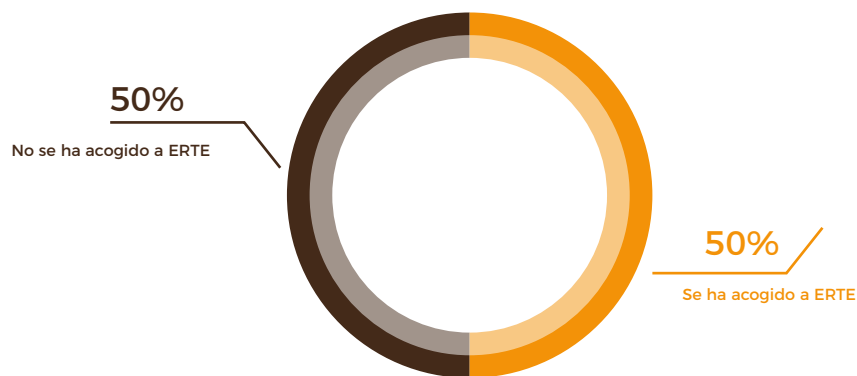


• Consecuencias en el empleo: el 50 % de las cerveceras artesanas ha recurrido a un ERTE

El sector artesanal, cerveceras, tiendas y locales especializados, genera alrededor de 3.400 puestos de trabajo directo y una estimación de 18.100 puestos de trabajo indirecto entre hostelería, retail, proveedores de materias primas y consumibles, instalaciones, eventos y todo tipo de servicios, administrativos, comunicación, marketing, eventos, transportes y un sinfín de pequeños negocios que se desarrollan alrededor de este sector.

Las microcerveceras encuestadas cuentan con una media de 3,9 empleados. El 50% han mantenido sus plantillas, por lo general las más pequeñas, pues cuentan solo con una o dos personas, necesarias para las labores mínimas de mantenimiento de la actividad. Del resto, un 23% ha tenido que hacer un ERTE a parte de la plantilla y un 27% al total de la plantilla.

Las consecuencias económicas del coronavirus en el sector son todavía impredecibles, pero los encuestados creen que se dejarán por el camino el 23% de los empleos que generan actualmente, lo que implicaría una pérdida de 5.000 puestos de trabajo en todo el sector y el cierre de un buen número de negocios.



ERTE en las cerveceras artesanas AECAI

• Medidas gubernamentales (distintas al ERTE): 65% de las microcerveceras han pedido financiación ICO, 56% ayudas a autónomos y el 46 % aplazamiento de impuestos

De entre las iniciativas llevadas a cabo para paliar los efectos económicos de la crisis, se han analizado los más importantes.

A los anteriormente expuestos ERTE, a los que se han acogido en sus diferentes modalidades el 50% de los encuestados, se suman otras medidas como la financiación avalada por el Estado vía ICO, medida que han solicitado el 65% de los artesanos, a los que a casi la mitad todavía no se les ha concedido; las ayudas a autónomos, solicitadas por el 56%; el aplazamiento de impuestos, pedidas por el 46% y la negociación para el aplazamiento o condonación del pago de los alquileres de los locales, negociaciones que han iniciado la práctica totalidad de cerveceras cuyas instalaciones son alquiladas, de las que más de dos terceras partes no han conseguido mejora de ningún tipo.

• Los problemas: dificultades para acceder a la financiación ICO, para renegociar las hipotecas con las entidades financieras y los alquileres con los propietarios y para contactar con la administración

Entre las quejas más habituales sobre la tramitación de estas ayudas destacan sobre todo las enormes dificultades para conseguir financiación mediante los créditos ICO, denegación en algunos casos, tardanza en la mayoría y condiciones abusivas, como la obligación encubierta de contratar otros productos de la entidad.

Con respecto a los bancos, también denuncian los encuestados que se muestran inflexibles a la hora de prorrogar o aplazar el pago de la hipoteca en el caso de naves y locales.

Por otro lado, el Informe señala la dificultad, en muchas ocasiones, para contactar con la Administración; la tardanza en general en la tramitación de los expedientes de ayudas para autónomos; de los aplazamientos de impuestos y de los ERTE; la extrema complejidad que encierra la normativa que se ha ido publicando a diario y que requiere de la contratación de servicios de asesoramiento con el coste que ello supone, y, por último, el lamento generalizado de haber dejado a la voluntad de las partes posibles acuerdos con los arrendadores para rebajar o aplazar la carga del alquiler, lo que de hecho ha derivado en que la inmensa mayoría no haya podido conseguir mejora alguna.

• Implantación SILICIE: serias dificultades para llegar a tiempo a la adaptación del nuevo sistema contable de la Agencia Tributaria

El pasado 1 de enero de 2020 entró en vigor SILICIE (Suministro Inmediato de Libros Contables de Impuestos Especiales), el nuevo sistema de la Agencia Tributaria para llevar la contabilidad de los productos objeto de los Impuestos Especiales y de las materias primas empleadas en su obtención con la obligación de presentar los libros contables en la Sede Electrónica.

Esos libros han de presentarse en un formato específico muy determinado que obliga a las empresas a desarrollar cambios importantes en sus sistemas informáticos y sus procesos de trabajo administrativo, algo de especial dificultad para las pequeñas empresas, muchas de ellas formadas por una o dos personas y todas ellas con recursos muy limitados.

La Administración, previendo la imposibilidad de que las empresas tuvieran tiempo de adaptar sus sistemas a tiempo, dispuso una moratoria de seis meses por la que se podía seguir presentando la contabilidad con el antiguo sistema.

Como era previsible, solo el 34% de los cerveceros pudieron movilizar recursos y tiempo suficientes para iniciar el año adaptados al nuevo sistema, mientras que el resto está haciendo uso de la moratoria mientras pone a punto sus procedimientos.

Aquellas cerveceras que todavía no se han adaptado, a la pregunta de si creen que podrán estar preparados el 30 de junio de 2020, solo el 13% contesta que lo estará, mientras que nada menos que el 87% mantienen que la situación generada en los últimos dos meses va a hacer imposible que puedan adaptar sus sistemas a tiempo, lo que pondría en una situación muy complicada a estas pequeñas empresas y autónomos.

• Visión general: medidas a tomar. El 90% de los cerveceros independientes aseguran que van a tener serias dificultades para sacar adelante sus negocios en mayor o menor grado

Para recoger la visión general del sector sobre la afectación de esta crisis se establece una escala de 1 a 5, en la que el 1 supone que la cervecera no está nada afectada y el 5 implica el cierre del negocio.

El 35% indica que estará bastante afectada, el 50% muy afectada y cerca del 5% cree que tendrá que cerrar, lo que implica que el 90% de los cerveceros independientes aseguran que van a tener serias dificultades para sacar adelante sus negocios en mayor o menor grado. Sólo el 10% indica que su afectación es nula o muy baja y que no temen por la viabilidad de sus negocios.



MEDIDAS CONCRETAS SOLICITADAS POR AECAI PARA LAS CERVEZAS ARTESANAS

- 🍷 Ampliación de la moratoria para la implantación del sistema SILICIE.
- 🍷 Reducción de las cuotas de la Seguridad Social y de las cuotas de autónomos.
- 🍷 Suspensión de los Impuestos Especiales durante un año y posterior adaptación de los mismos a las recomendaciones de la directiva europea 92/83/EEC, que permite la reducción de hasta el 50% de los impuestos especiales a las pequeñas cerveceras independientes.
- 🍷 Flexibilización de los ERTE.
- 🍷 Ayudas para el alquiler que no impliquen negociación o perjuicio para el arrendatario.
- 🍷 Subvenciones en el sector en los suministros básicos de agua, luz y telecomunicaciones.
- 🍷 Mayor facilidad de acceso a líneas ICO, adaptado a nuestro sector.
- 🍷 Líneas de subvención que apoyen la innovación de nuestras empresas.
- 🍷 Líneas de subvención que apoyen la inversión tecnológica, industrial y ecológica en nuestras fabricas.
- 🍷 Ayudas para el estímulo y comunicación de nuestro sector tras la crisis sanitaria.

Solo la apertura de nuevos canales de distribución, la vuelta a un consumo local, responsable y circular, la apuesta por el comercio y el emprendimiento de cercanía, al producto diferenciado y de calidad puede salvar un sector que ha pasado de repente de un futuro prometedor a una delicada situación.

✉ *info@aecai.es*

🌐 *www.aecai.es*

*#protagonistasdel***CAMBIO**

