

▶ 27 Abril, 2017

Internacionalización

Mahou comprará más cerveceras artesanales para crecer en EE UU

Alcanza los 1.200 millones de cifra de negocio, la mayor de su historia

Espera que el 50% de su facturación en 2017 venga de nuevos productos

ÁLVARO BAYÓN
MADRID

Las cervezas artesanales y los nuevos lanzamientos son las dos palancas con las que Mahou San Miguel pretende seguir creciendo en 2017. Después de haber alcanzado los 1.220 millones de cifra de negocio en 2016, la cervecera abre la puerta a acelerar la compra de pequeñas compañías artesanas en EE UU para crecer en el país. Una posibilidad que ya ha explorado en el pasado y espera aunar con sus nuevos lanzamientos que prevé que sean un 50% de la facturación total.

La enseña española quiere repetir la operación de 2015, cuando se hizo con una participación en la norteamericana Founders. Alberto Rodríguez-Toquero, director general de Mahou San Miguel, explicó ayer las fortalezas de la producción ar-



Alberto Rodríguez-Toquero, director general de Mahou San Miguel. JUAN LÁZARO

tesanal en EE UU. Supone un 14% del mercado total, donde Founders ocupa la cuarta posición. Aunque este segmento no es tan relevante en Europa como en EE UU, Rodríguez tampoco descartó adquisiciones en el Viejo Continente como las que llevó a cabo en 2016 con Nomada Brewery o La Salve.

Esta política de compras no estará reñida con la potenciación del crecimiento orgánico, según aclaró este directivo. La enseña está presente en 70 mercados, donde destaca la presencia inter-

nacional de San Miguel. Ahora ponen el objetivo en la expansión de Solan de Cabras, después de que la volatilidad de ciertos mercados lastrase el ritmo de crecimiento fuera de España en 2016.

Al tiempo, los nuevos lanzamientos serán la segunda pata de crecimiento de Mahou para 2017. Para ello ya preparan tres nuevos productos para este año. La idea es seguir e incrementar la tendencia del pasado ejercicio, cuando la cervecera realizó un lanzamiento cada

mes y medio y los nuevos productos representaron el 35% de la facturación total.

Para ello, Mahou San Miguel invirtió 777 millones (un 0,6% más), al ritmo que las ventas aumentaron en un 3,9%. El ebitda fue de 265 millones y aumentó un 2% en parte debido al buen desempeño de la sección de hostelería, que creció un 31%. Sin embargo, el cambio normativo en la tributación por el fondo de comercio hizo que el resultado de explotación descendiese un 6,5%, hasta los 175 millones.