



AB InBev cierra un ERE de 83 trabajadores tras el acuerdo con Mahou

Pacta una indemnización de 50 días por año trabajado y sin límite de antigüedad

EFE
MADRID

AB InBev, la mayor compañía cervecera del mundo y dueña de marcas como Corona, Budweiser o Stella Artois, ha cerrado su expediente de regulación de empleo (ERE) en España con 83 afectados, 11 personas menos de lo previsto inicialmente.

Así lo explicaron el viernes a Efe fuentes del sindicato CC OO, que confirmaron que el acuerdo ya ha sido ratificado en asamblea por la plantilla.

Los despidos son consecuencia de la decisión de AB InBev de reestructurar sus operaciones en España tras firmar un acuerdo con la cervecera Mahou San Miguel, que pasará a distribuir en el mercado nacional todas las marcas del portafolio de la empresa belga.

Además, la empresa española fabricará en sus instalaciones algunas de las referencias de AB InBev. Fuentes sindicales han señalado que los 11 empleados que mantendrán sus puestos se encargarán fundamentalmente de la coordinación entre la multinacional belga y Mahou, pero también con las dos

enseñas españolas en las que participa –y que no se han visto afectadas por el ERE–: Compañía Cerveceras de Canarias y la artesana madrileña La Virgen.

Desde CC OO han destacado que, después de la negociación con la compañía, la indemnización para los 83 trabajadores despedidos será de 50 días por año trabajado, en cuyo cómputo contará toda la antigüedad laboral en la firma independientemente de las interrupciones de contrato o de si se entró en AB InBev como becario. Además, existirá una bolsa de empleo para que, en el caso de que la cervecera vuelva a contratar en España, los trabajadores ahora despedidos tengan “prioridad”.

La reestructuración de AB InBev fue justificada en un comunicado interno por el presidente de la región de Europa, Jason Warner, quien apuntó a que bajo su actual operativa tenía difícil crecer más.

Desde la multinacional destacaron que la compañía crece “a doble dígito en España” en el canal supermercado y que su objetivo es a la vez “acelerar” ahora sus ventas en hostelería con su alianza con Mahou.