vinetur

Las latas de bebida llegan al verano al límite por la fuerte demanda

Ball, Crown y Ardagh advierten de capacidad ajustada, costes al alza y más presión por las campañas estacionales

jueves 7 de mayo de 2026



Los fabricantes de latas de aluminio y acero para bebidas llegan al verano con la capacidad muy ajustada y con una demanda que sigue firme en cerveza, refrescos y bebidas energéticas. Ball, Crown Holdings y Ardagh Metal Packaging han explicado en

sus últimas presentaciones de resultados que sus plantas trabajan cerca del límite en varios mercados y que las promociones previstas para los próximos meses pueden tensar aún más el suministro.

La situación afecta de lleno a un sector que depende del ritmo de producción de las latas para responder a los pedidos de las cerveceras y de otras marcas de bebidas. En Estados Unidos y Europa, varias compañías han señalado que parte de sus líneas ya están comprometidas con campañas ligadas al Mundial de fútbol y a la celebración del 250 aniversario de Estados Unidos, dos citas que empujarán las ventas estacionales.

Ball, uno de los mayores fabricantes del mundo, informó el 5 de mayo de que sus ventas netas subieron 16,3% interanual hasta 3.600 millones de dólares y que el beneficio neto fue de 205 millones. Su consejero delegado, Ron Lewis, afirmó que la empresa está vendida para este año y que tiene comprometido más del 90% del próximo ejercicio. También dijo que más del 50% del resto de la década ya está colocado. La compañía prevé abrir este año una nueva planta en Millersburg, Oregón, con un coste inicial estimado de 35 millones.

Crown Holdings comunicó unos ingresos netos de 3.260 millones de dólares, un alza del 12,9%, y un beneficio neto de 206 millones. Sus envíos mundiales de envases para bebidas aumentaron 5% en el primer trimestre. Tim Donahue, su consejero delegado, afirmó que el mercado norteamericano de latas para bebidas sigue creciendo por nuevos lanzamientos y por el uso de formatos más cómodos para el consumidor. Añadió que la oferta será muy ajustada este verano y que la empresa mantiene su previsión anual de crecimiento entre 2% y 3%.

Ardagh Metal Packaging registró ingresos por 1.500 millones de dólares, un avance del 18,6%, aunque siguió en pérdidas por 5 millones. La compañía señaló una caída del 1% en las ventas de latas para bebidas, en línea con lo previsto, pero apuntó a una mayor actividad en refrescos carbonatados, bebidas energéticas y formatos especiales. Su consejero delegado, Oliver Graham, dijo que 2026 será un año de transición y que espera volver al crecimiento en 2027.

Las tres empresas coinciden en otro punto: los costes siguen bajo presión. Ball ha trasladado a sus clientes parte del encarecimiento de materias primas. Crown ha advertido sobre la inflación y sobre el efecto limitado que, por ahora, tienen los aranceles. Ardagh ha señalado la volatilidad en energía, transporte y materiales directos.

En paralelo, las grandes marcas de bebida preparan campañas comerciales para aprovechar el verano. AB InBev informó el 5 de mayo de que sus volúmenes cerveceros crecieron 1,2% en el primer trimestre, su primer avance trimestral en tres años. Coca-Cola también ha subrayado el tirón de las mini latas en tiendas de conveniencia y el peso del diseño del envase en su estrategia comercial.

La combinación de más promociones, más demanda estacional y capacidad limitada puede complicar las entregas a cerveceras y embotelladoras en los próximos meses. En ese escenario, los fabricantes priorizan los contratos cerrados frente a las ventas puntuales y tratan de asegurar suministro antes del pico del verano.