vinetur

Anheuser-Busch invierte 20 millones en Misuri para impulsar Michelob ULTRA

La cervecera ampliará capacidad, renovará equipos y abrirá un centro técnico para formar a más del 90% de su plantilla industrial

martes 16 de junio de 2026



Anheuser-Busch anunció este lunes, 15 de junio, una inversión de más de 20 millones de dólares en sus instalaciones de St. Louis y Arnold, en el estado de Misuri, con el objetivo de ampliar la producción de Michelob ULTRA, renovar equipos de fábrica y envasado y abrir un nuevo centro de formación técnica para empleados del área industrial.

La compañía explicó que el dinero se dirigirá a la cervecería de St. Louis y a la planta de fabricación de latas de Arnold. Según la empresa, la mejora de equipos permitirá aumentar la capacidad para marcas con fuerte demanda, entre ellas Michelob ULTRA y Busch Light. En su comunicado, Anheuser-Busch afirma que Michelob ULTRA es la cerveza más vendida del país y la que más avanza en ventas, mientras que Busch Light ocupa el primer puesto en el mercado de Misuri.

La inversión forma parte del programa Brewing Futures, con el que Anheuser-Busch prevé destinar 600 millones de dólares a sus operaciones en Estados Unidos entre 2025 y 2026. La empresa vincula ese plan a la modernización de fábricas, al mantenimiento del empleo industrial y a la formación de nuevos perfiles técnicos para sus centros productivos.

El anuncio incluye también la apertura de un nuevo centro de capacitación dentro de la cervecería de St. Louis. Será una extensión del Technical Excellence Center que la compañía ya opera en esa ciudad y se integrará en una red de 15 nuevos centros similares en todo el país. La firma señala que estas instalaciones servirán para formar a trabajadores en áreas mecánicas, eléctricas, digitales y operativas.

Anheuser-Busch añade que su meta es formar a más del 90% de su plantilla industrial durante los próximos cinco años. La empresa asegura además que desde 2022 ya han pasado por su centro técnico de St. Louis más de 2.600 empleados.

El consejero delegado de Anheuser-Busch, Brendan Whitworth, afirmó en el comunicado que St. Louis y el estado de Misuri han sido la sede histórica del grupo durante más de 165 años y que esta nueva partida busca reforzar tanto las instalaciones como el empleo local. La compañía sostiene que estas inversiones permitirán mantener a la cervecería de St. Louis como una pieza central dentro de su estructura industrial en Estados Unidos.

El gobernador de Misuri, Mike Kehoe, valoró el anuncio como una nueva muestra del peso histórico del sector cervecero en el estado y del papel económico que mantiene Anheuser-Busch en la región de St. Louis. En sus declaraciones difundidas por la empresa, Kehoe vinculó esta decisión con el entorno favorable para fabricantes y cerveceras en Misuri.

Junto a las mejoras industriales y formativas, Anheuser-Busch informó de que trasladará a su campus principal de St. Louis el cartel animado “A & Eagle”, procedente de su antigua instalación de Newark. La empresa indicó que ese elemento quedará instalado de forma permanente como símbolo de su vínculo con la fabricación local y con la ciudad.

Para el sector de bebidas, esta operación apunta a dos líneas con efecto potencial más amplio. Por un lado, confirma que los grandes grupos siguen destinando capital a marcas con alto volumen y rotación rápida dentro del mercado cervecero estadounidense. Por otro, refuerza una tendencia cada vez más visible: la inversión no se limita a depósitos, líneas y envases, sino que incluye formación técnica para asegurar mano de obra cualificada en plantas cada vez más automatizadas.

Ese movimiento puede tener interés más allá de Anheuser-Busch. La ampliación de capacidad para Michelob ULTRA sitúa el foco en las categorías que están tirando del negocio dentro de la cerveza industrial, mientras que la mejora del envasado en latas vuelve a poner atención sobre un punto básico para los grandes productores: ganar eficiencia sin frenar suministro ni distribución.

Anheuser-Busch se presenta como uno de los mayores fabricantes del país y recuerda que también opera en espirituosos listos para beber, bebidas energéticas y cerveza sin alcohol. Entre sus marcas figuran Budweiser, Bud Light, Stella Artois, Cutwater Spirits, NÜTRL Vodka Seltzer y Michelob ULTRA Zero. En el mismo comunicado, la empresa señala que este año ingresó en el Missouri Manufacturers Hall of Fame.

La información difundida por la compañía no precisa cuántos puestos nuevos generará esta inversión ni cuándo entrarán en funcionamiento todas las mejoras previstas en Misuri. Sí indica que el plan se ejecutará dentro del marco inversor fijado para 2025 y 2026 y que busca reforzar tanto la producción como la preparación técnica de su plantilla industrial.