vinetur

Damm acelera su salto internacional para duplicar ingresos con más producción local

El grupo eleva el negocio exterior al 30% tras abrir fábrica en África y reforzar Reino Unido

lunes 29 de junio de 2026



Damm cerró 2025 con una facturación de 2.010 millones de euros, un ebitda de 320 millones y un beneficio neto de 155 millones, y prepara una nueva etapa con la meta de duplicar sus ingresos en 2030. La compañía presentó estas cifras en su junta general celebrada esta semana en Barcelona y vinculó ese plan a una expansión

internacional con más producción local y nuevas categorías de bebidas.

El presidente ejecutivo de Damm, Demetrio Carceller Arce, afirmó que la estrategia internacional del grupo pasa por acercarse a los mercados en los que opera, aumentar su capacidad para producir localmente y responder con más rapidez a clientes y consumidores. En esa línea, la empresa ya está presente en más de 130 países y sus marcas propias se exportan a 88 mercados.

El negocio internacional representó en 2025 el 30% de la actividad total de Damm, tras la puesta en marcha de su primera planta de producción en África y la compra en Reino Unido de la marca de cerveza ale Old Speckled Hen a Greene King. Carceller Arce señaló que la apertura de la primera operación industrial del grupo en África supone un paso importante dentro de ese recorrido y añadió que, junto al refuerzo del negocio británico, consolida un modelo más local y adaptado a cada mercado.

En Senegal, Damm ha abierto una nueva instalación para refrescos en Dakar, su primer centro fabril en África. La empresa prevé abastecer desde allí a clientes de Senegal y de otros mercados vecinos de África occidental, además de apoyar futuras ampliaciones en la zona.

En Reino Unido, el grupo ha reforzado el desarrollo de The Damm Eagle Brewery, en Bedford, donde ha invertido más de 80 millones de euros, unos 70 millones de libras, en los últimos años. Ese desembolso se ha destinado a elevar la capacidad productiva, incorporar nuevas líneas de fabricación y ampliar sus posibilidades en cerveza sin alcohol y refrescos.

La diversificación también avanzó en España el pasado año con la incorporación de Nestea a su cartera mediante un acuerdo con Nestlé. A partir de esa operación, Damm fabrica, comercializa y distribuye la marca en España, Andorra, Gibraltar y Portugal. La compañía sostiene que ese movimiento refuerza su posición en el segmento de refrescos no carbonatados. Dentro de esa expansión ya ha lanzado nuevas referencias como Nestea Red Fruits & Açaí y Sugar-Free Passion Fruit Green Tea.

Con motivo de su 150 aniversario, Damm ha fijado para esta nueva fase tres líneas principales: reforzar sus marcas, abrir nuevas oportunidades en alimentación y bebidas y ampliar aún más su presencia internacional. Ese plan puede tener efectos sobre la oferta cervecera y de refrescos en varios mercados europeos, tanto por el aumento de capacidad como por el peso que pueden ganar categorías como las lager internacionales o las opciones sin alcohol y de baja graduación.

El director general de Damm UK, Luke White, aseguró que la empresa está ampliando producción y capacidad en sus mercados internacionales prioritarios. También apuntó que el grupo quiere ajustarse a lo que pide el consumidor y sostuvo que la menor ingesta de alcohol abre espacio para fabricantes con presencia en cervezas no/low y refrescos.

White añadió que Estrella Damm mantiene una presencia amplia dentro del avance de la categoría world lager y que Damm Lemon gana distribución fuera de España al calor del tirón de las cervezas con fruta. En Reino Unido, precisó que Estrella Damm ocupa este año el puesto número 10 entre las world lager por valor de ventas en el canal minorista y registra un aumento interanual del volumen superior al de buena parte del top 10. En hostelería, añadió, la marca aumenta un 30% en volumen vendido y un 39% en valor.

White también recordó que Cervezas Victoria patrocina a la selección española masculina, dentro de una campaña comercial ligada al consumo asociado al fútbol y al verano.