vinetur

Sapporo irrumpe en el Sudeste Asiático con 595 millones para impulsar su cerveza premium

La japonesa tomará el 25% de una sociedad con Carlsberg con sede en Singapur desde 2026

lunes 6 de julio de 2026



Sapporo Breweries anunció este lunes, 6 de julio, un acuerdo estratégico con la danesa Carlsberg para entrar en una sociedad conjunta en el Sudeste Asiático y Hong Kong. La cervecera japonesa invertirá unos 643 millones de dólares, cerca de 595 millones de

euros al cambio actual, para hacerse con el 25% del capital de la nueva empresa, mientras que Carlsberg controlará el 75%.

Según la información difundida por Reuters, la sociedad tendrá su sede en Singapur y su constitución está prevista para diciembre de 2026. El pacto amplía una relación comercial que ambas compañías ya mantenían en Malasia, Hong Kong y Singapur, y la extiende ahora a Vietnam, Laos y Camboya.

La operación tiene un objetivo comercial claro para Sapporo. La empresa quiere elevar las ventas de Sapporo Premium Beer en esos mercados hasta unas diez veces el nivel registrado en 2025 antes de 2035. Para ello se apoyará en la red de Carlsberg y en la posición que la firma danesa ya tiene en varios países del área.

El acuerdo incluye además una licencia de largo plazo para que la nueva sociedad gestione Sapporo Premium Beer. La cervecera japonesa prevé obtener ingresos por varias vías: dividendos, regalías y actividad ligada a la fabricación. Esa estructura permite a Sapporo ganar presencia en una zona con gran peso demográfico y con consumo relevante de cerveza sin asumir en solitario toda la implantación industrial y comercial.

La elección de Singapur como base responde al papel del país como centro regional para muchas multinacionales del sector alimentario y de bebidas. Desde allí se coordinará una plataforma que abarcará mercados con perfiles distintos. Vietnam es uno de los mayores consumidores de cerveza del Sudeste Asiático; Camboya y Laos son plazas más pequeñas, pero con margen para ampliar distribución; Hong Kong mantiene interés para marcas premium por su capacidad de compra y su función como escaparate comercial.

Para Carlsberg, la entrada de Sapporo refuerza una alianza que ya existía y añade una marca japonesa con reconocimiento fuera de su mercado doméstico. Para Sapporo, el pacto supone acelerar su expansión exterior mediante un socio con infraestructura local, conocimiento regulatorio y acceso a canales de venta ya implantados.

La operación también puede tener efectos en el negocio de bebidas en Asia. La inversión reordena producción, licencias y distribución en varios mercados al mismo tiempo, y apunta a una estrategia de largo plazo basada en marcas premium y alianzas entre grandes grupos cerveceros. Si el plan comercial avanza según lo previsto, podría aumentar la presión sobre otras compañías presentes en la zona, tanto en el segmento generalista como en el de mayor valor añadido.

Reuters señaló que Sapporo espera beneficiarse de fuentes de ingresos más diversificadas gracias a esta sociedad. Ese punto es relevante en un momento en el que muchas empresas del sector buscan reducir su dependencia del mercado nacional y repartir mejor sus riesgos entre distintas geografías.

Ni Sapporo ni Carlsberg comunicaron en la información recogida por Reuters más detalles financieros sobre el reparto operativo dentro de la nueva empresa ni sobre posibles inversiones adicionales en plantas o logística. Tampoco se precisó qué volumen inicial tendrá la producción bajo licencia ni cómo se organizará país por país la distribución ampliada.

Con esta decisión, Sapporo da un paso relevante en su estrategia exterior al vincular el crecimiento de su cerveza premium a una estructura compartida con uno de los grandes grupos europeos del sector. La fecha prevista para poner en marcha la sociedad, en diciembre de 2026, marca el inicio formal de una alianza pensada para extenderse durante varios años.