vinetur

Constellation compra SpikedAde por hasta 353 millones para crecer fuera de la cerveza en EEUU

La dueña de Modelo y Corona busca nuevas categorías ante el menor recorrido de la cerveza en el mercado estadounidense

martes 13 de octubre de 2026

Constellation Brands ha vuelto a mover ficha en adquisiciones con la compra de la marca estadounidense de bebidas listas para beber SpikedAde, una operación que puede alcanzar 353 millones de dólares. El grupo, dueño de cervezas como Modelo y Corona en EEUU, busca así abrirse paso en una categoría ligada a los combinados con alcohol que gana peso mientras la demanda de cerveza en el mercado estadounidense ofrece menos recorrido.

La compañía anunció la operación este martes, 13 de octubre. SpikedAde opera en el segmento conocido en EEUU como “hard hydration”, que mezcla sabores habituales en bebidas deportivas con vodka en formatos listos para beber. Su gama actual cuenta con cuatro referencias. Para Constellation, la compra le permite entrar en una de las áreas con más tracción dentro de los RTD de base espirituosa, un tipo de producto que ha atraído inversión de los grandes grupos del sector por el cambio de hábitos de consumo.

En una conversación con analistas, el consejero delegado de Constellation, Nick Fink, defendió que la compra se ha hecho con disciplina y la presentó como una forma de lograr una posición de liderazgo en un nicho que ahora mismo vive un fuerte impulso.

Fink, que se incorporó al cargo en abril, subrayó que la cerveza seguirá siendo el eje de la estrategia de aumento del grupo, pero dejó claro que la empresa está dispuesta a añadir más marcas a su cartera si ve espacio para ello.

El directivo sostuvo que la cartera de Constellation tiene una complejidad equivalente a una quinta parte de la del rival menos complejo y aseguró que los distribuidores le trasladan que hay categorías con más movimiento en las que quieren ver a la empresa. Recordó, además, que esos distribuidores van a repartir productos de esos segmentos sean o no propiedad del grupo, por lo que ve margen para participar sin alterar por completo la estructura del negocio. Al mismo tiempo, advirtió de que no pretende perseguir cualquier moda y de que, por cada operación como la de SpikedAde, hay muchas otras que el grupo descarta.

La cautela no es casual. En los últimos años, Constellation ha recibido críticas de inversores por varias decisiones de asignación de capital. Dos años después de comprar por 4.750 millones de dólares el negocio cervecero de Grupo Modelo en EEUU, en 2013, la empresa inició una ofensiva en la cerveza artesana que terminó con resultados pobres. En 2015 pagó 1.000 millones de dólares por Ballast Point Brewing y cuatro años después vendió ese negocio por una cifra muy inferior. En 2023 también devolvió a sus fundadores Funky Buddha Brewery, seis años después de adquirir la cervecera de Florida, y Four Corners Brewing, cinco años después de comprar la firma texana.

Tampoco funcionó como esperaba su apuesta por el cannabis. La participación tomada en la canadiense Canopy Growth quedó lastrada por los problemas financieros de esa compañía y por el parón de la legalización federal de la marihuana en EEUU. A la vez, Constellation fue desprendiéndose de activos de vino y espirituosos, de modo que la mayor parte de sus ingresos quedó ligada a las cervezas mexicanas en un mercado estadounidense menos dinámico.

La operación sobre SpikedAde es mucho más pequeña que aquellos movimientos fallidos, pero llega en un momento en el que los inversores siguen midiendo con atención cualquier paso de Constellation fuera de la cerveza. Nadine Sarwat, analista de Bernstein, señaló la semana pasada que se trata de un tamaño asumible si se

compara con los cerca de 530 millones de dólares que la empresa ha dedicado a recompras de acciones en lo que va de ejercicio hasta septiembre de 2026. Sarwat añadió que SpikedAde ronda el 1% de cuota de valor en los RTD de base espirituosa medidos por Nielsen y que su avance es rápido, aunque todavía es pronto para saber qué formatos de esta categoría tendrán recorrido a largo plazo.

Esa duda pesa sobre todo el segmento. La rápida expansión y posterior pérdida de fuerza de los hard seltzers sigue muy presente en el sector. Por eso, la compra de SpikedAde se interpreta también como una prueba de si las bebidas listas para beber con perfiles cercanos a la hidratación deportiva pueden mantener compras repetidas o si acabarán siendo otra moda de ciclo corto.

El trasfondo de la operación está en las propias cuentas de Constellation. La empresa comunicó la adquisición al mismo tiempo que presentó los resultados del segundo trimestre de su ejercicio fiscal 2026/27, cerrado el 31 de agosto. Su negocio de cerveza elevó las ventas netas un 5%, hasta 2.470 millones de dólares, y aumentó los volúmenes expedidos un 5,5%, hasta 123,9 millones de cajas. Sin embargo, la demanda minorista dio señales más frías: los volúmenes de reposición bajaron un 0,6%, con un retroceso del 2% en Modelo Especial y del 5% en Corona Extra.

Constellation sostuvo que esos datos iban en línea con lo que esperaba el mercado y afirmó haber visto una mejora en cuota de valor y volumen frente al primer trimestre. Fink habló además de tendencias positivas en septiembre y aseguró que, si continúan, la compañía ve posible situarse en la parte alta de su previsión anual de beneficio por acción subyacente. Ante los analistas, atribuyó esa mejoría a un mayor gasto en marketing y a campañas ligadas, entre otros espacios, al fútbol universitario.

La lectura en el mercado no fue unánime. Robert Moskow, analista de TD Cowen, escribió este lunes, 12 de octubre, que la reacción de los inversores a las cifras del segundo trimestre había sido mixta. En sus conversaciones con clientes, explicó, aparecía una pregunta recurrente: si la mejora de septiembre supone un cambio real en la demanda o si solo responde al ruido estadístico después de un agosto débil. Moskow añadió que varios inversores no veían esa mejoría con la misma claridad en los datos de escáner de ventas, lo que mantiene dudas sobre su duración y su magnitud.

Para el sector de bebidas, el movimiento de Constellation tiene una lectura más amplia. Los grandes grupos están moviendo parte de su capital hacia categorías listas para beber y hacia combinados de base espirituosa en busca de áreas con más rotación, mientras la cerveza en EEUU ofrece menos margen de avance y cambian las preferencias del consumidor. Esa reasignación puede alterar el reparto de inversión comercial y de distribución entre cerveza, licores y otros segmentos del lineal.

Kevin Baker, responsable de análisis de cerveza y sidra en GlobalData, consideró que Constellation necesita reducir su dependencia de una cartera muy apoyada en la cerveza de estilo mexicano. A su juicio, esa concentración también deja a la empresa expuesta a posibles aranceles bajo una administración de Donald Trump que, dijo, resulta imprevisible, sin certeza de que el comercio vuelva a un marco similar al previo.

Baker cree que las bebidas tipo “ade” pueden dar dinero a corto plazo si una empresa sabe aprovechar la ola, porque encajan con varias tendencias de consumo en EEUU, como los productos funcionales, bajos en calorías y sin azúcar. Pero también advirtió de que podrían ser la última moda pasajera dentro de una larga lista de fenómenos que ya han perdido impulso, desde los hard seltzers hasta otras malternatives o la clear beer y la ice beer. Su advertencia va más allá del precio pagado por la compra: este tipo de apuestas, señaló, también absorben tiempo de gestión y foco directivo.