vinetur

Mahou San Miguel lidera el mercado exterior de cerveza española con el 60% del consumo fuera del país

La compañía impulsa innovación, sostenibilidad y empleo local mientras adapta su oferta a nuevas tendencias y hábitos de consumo

jueves 19 de febrero de 2026



Seis de cada diez cervezas españolas que se consumen fuera de España pertenecen a Mahou San Miguel, según datos facilitados por la propia compañía. Alberto Rodríguez-Toquero, director general de Mahou San Miguel, ha explicado que la empresa ha impulsado su presencia internacional en los últimos años, lo que le ha permitido situarse como líder en el mercado exterior de cerveza española. Esta información se ha dado a conocer durante la Edición Especial del 40 Aniversario de la Revista Financial Food.

Rodríguez-Toquero ha señalado que el sector de la alimentación en España ha evolucionado hacia un modelo más sostenible, digital y centrado en el consumidor. En este proceso, Mahou San Miguel ha apostado por la innovación y la diversificación, así como por una conexión más cercana con los consumidores. Entre las novedades introducidas por la empresa figura la creación de nuevas categorías, como Mahou 0,0 Tostada.

El director general también ha puesto en valor el papel de Mahou San Miguel como socio integral de la hostelería. La compañía apoya la transformación digital y sostenible del sector a través de iniciativas como Nexho o BarLab Rural. Además, cuenta con nueve centros de producción y cuatro manantiales de agua en España, a los que se suman tres fábricas en Estados Unidos.

En 2024, Mahou San Miguel contribuyó con 8.529 millones de euros al Producto Interior Bruto nacional y generó más de 183.500 empleos gracias a su actividad. El 95% de las compras realizadas por la empresa se efectúan dentro del país, lo que refuerza el tejido empresarial local y su compromiso con el desarrollo sostenible. La Fundación Mahou San Miguel también participa en este objetivo.

Rodríguez-Toquero ha explicado que el futuro del sector estará marcado por tres factores principales: responder a las nuevas tendencias del consumidor mediante innovación y diversificación; atraer talento para acompañar la transformación tecnológica, especialmente en áreas como inteligencia artificial y gestión de datos; y mantener el compromiso con la sostenibilidad.

El directivo ha subrayado que las nuevas tendencias están cambiando los hábitos de consumo, sobre todo entre los jóvenes, quienes muestran preferencia por bebidas funcionales, nuevos sabores y opciones saludables. Para adaptarse a estos cambios, Mahou San Miguel ha ampliado su oferta con productos como Refeel o Los Cachis, así como referencias sin gluten y veganas, donde lidera el mercado con Mahou Cinco Estrellas Sin Gluten.

El cambio en los momentos de consumo también ha abierto nuevas oportunidades para la empresa. El auge del tardeo y el consumo en casa han impulsado lanzamientos como Mahou Rosé o el vermú Bendito. La transformación tecnológica permite anticipar mejor la demanda y utilizar los datos para mejorar la gestión.

Por último, Rodríguez-Toquero ha afirmado que atraer y retener talento es fundamental en un entorno laboral cambiante. Todo esto se realiza sin perder de vista el compromiso con un estilo de vida responsable y consciente, desarrollando iniciativas para reducir el impacto ambiental y generar valor social en las comunidades donde opera Mahou San Miguel.