MEDIO: PORTAL TERRA
FECHA: 08/AGOSTO/2012

Comunicación Financiera

Heineken en "guerra" por una marca de cerveza en Singapur

08 de Agosto de 2012 • 12:34hs • actualizado 12:42hs

SINGAPUR.- La guerra entre el gigante cervecero holandés Heineken y una empresa rival tailandesa para hacerse con el control de una marca de Singapur es la muestra de la creciente importancia de esta bebida en los países reunidos en la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (Asean).

Una compañía tailandesa relacionada con el hombre de negocios Charoen Sirivadhanabhakdi hizo por sorpresa el martes una oferta para comprar un 7,3% más de las acciones de la cervecera de Singapur Asia Pacific Breweries (APB), que fabrica la marca Tiger.

La oferta de 55 dólares de Singapur por acción (unos 44,34 dólares) es superior en un 10% que ofrecía Heineken, que ya tiene 42% de las acciones de la empresa y otro 40% a través de su socio Fraser and Neave (F&N).

"La oferta tailandesa para comprar APB es el reflejo de una tendencia de fondo del auge de las multinacionales asiáticas", dijo Rajiv Biswas, economista jefe en el grupo de investigación IHS Global Insight.

"Es algo evidente en la industria cervecera global, donde hay compañías de Japón, China, Tailandia y Filipinas que dejan su huella y compiten encarnizadamente con sus rivales norteamericanos y europeos".

Heineken dijo el miércoles que estaba dispuesta a tomar el control total de APB, mientras que los observadores esperan ahora la reacción del grupo tailandés en la lucha por la cervecera.

El grupo de bebidas tailandés ya tiene un 24% de las acciones de F&N y la compañía que hizo la oferta de adquisición de acciones de APB, Kindest Place, es propiedad del yerno del magnate Charoen Sirivadhanabhakdi, que ya tiene un 8,6% de APB.

Para Heineken conseguir el control de APB sería una manera de tomar ventaja sobre sus rivales en el importante mercado de la cerveza de los diez países de la Asean (Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia, Brunei, Vietnam, Laos, Birmania y Camboya) que representan 600 millones de consumidores.

Además de Tiger, marcas como la tailandesa Chang, la filipina San Miguel y la indonesia Bitang, también propiedad de APB, compiten en el sudeste asiático con Heineken, la danesa Carlsberg y otras cervezas de las economías desarrolladas.

En 2011, el consumo total de cerveza en nueve de los países de la Asean alcanzó 6,84 billones de litros, un aumento de 6,2% respecto a 2010. Los países que más consumen son Vietnam, Tailandia y Filipinas, según un estudio de Euromonitor.

"La ASEAN es uno de los mercados de consumo que más crecen en el planeta y es un lugar clave en la lucha entre las empresas de bebidas asiáticas y sus rivales occidentales", explicó el analista Biswas, de IHS Global Insight.

Según Xavier Jean, un especialista de la agencia de calificación Standard and Poor's, el tamaño de Heineken le da ventaja para tomar el contro total de APB, aunque también explicó que su rival tailandés podría acudir a los mercados para financiarse y hacer una contraoferta.