

Heineken espera más ventas en mercados emergentes

Reuters | El Universal

08:39 Buselas | Miércoles 12 de febrero de 2014

La cervecera prevé que su plan de ahorro de tres años más reciente cumplirá con su meta de 855 millones de dólares este año

Heineken, la tercera mayor cervecera del mundo, estimó que sus ingresos volverán a crecer este año ante mayores ventas en África, Asia y Latinoamérica, después de una **desaceleración** en varios **mercados emergentes** en el 2013.

El fabricante de Heineken -la cerveza de mayor venta en Europa-, Sol, Desperados y la sidra Strongbow dijo el miércoles que el 2013 fue difícil debido a dificultades en Europa del este, Latinoamérica y África.

La cervecera dijo que sus ingresos crecieron sólo un 0.1 por ciento el año pasado debido a un alza de los precios no compensó la fuerte disminución en los volúmenes en general. Para el 2014, Heineken dijo que los ingresos crecerían en términos comparativos y excluyendo efectos cambiarios.

Este incremento, sumado a los recortes en los costos, deberían ayudar a mejorar el margen operacional, dijo la compañía.

Heineken prevé que su plan de ahorro de tres años más reciente cumplirá con su meta de 625 millones de euros (855 millones de dólares) este año.

Las acciones de Heineken se mantuvieron entre las de mejor desempeño en el índice FTSEurofirst 300 de las principales acciones europeas, con un incremento de hasta un 3.2 por ciento a 48.615 euros, el nivel más alto en casi cuatro semanas.

La principal cervecera de Europa tiene una mayor participación en el aletargado mercado europeo que sus rivales, pero ha fortalecido su presencia en mercados emergentes al crecer en México en el 2010 y reforzar un emprendimiento conjunto en Asia en el 2012.

En México, donde se han implementado reformas económicas, el presidente ejecutivo Jean-François van Boxmeer vio algunas señales iniciales de crecimiento. El país se convirtió en el segundo país latinoamericano en obtener una "A" en la calificación soberana de Moody's este mes.

Heineken dijo que los volúmenes habían mejorado en Europa occidental, en África y Oriente Medio en el segundo semestre, con un repunte en mercados importantes en Nigeria, la República del Congo y la República Democrática del Congo en el cuarto trimestre.