

Fusiones y  
adquisiciones en el  
sector consumo:  
múltiplos de  
valoración 2021



Building a better  
working world

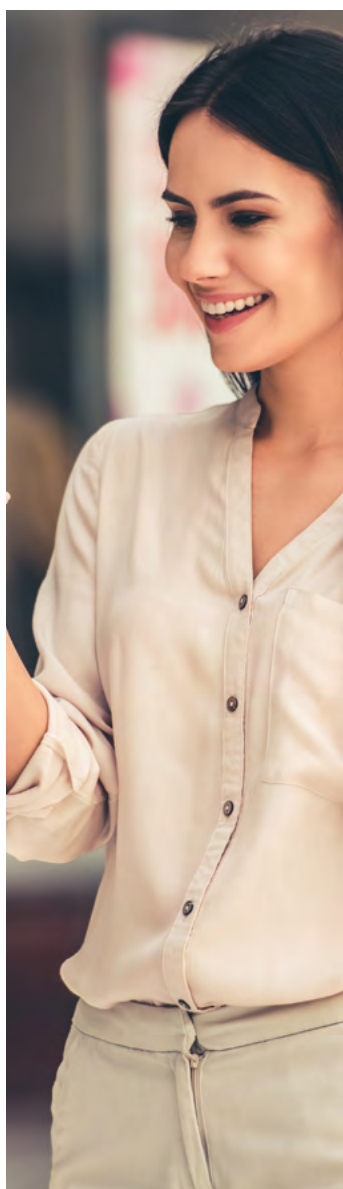


## 01 - Introducción

Pag. 4

## 02 - Tendencias en el sector de Productos de Consumo y Distribución

Pag. 6

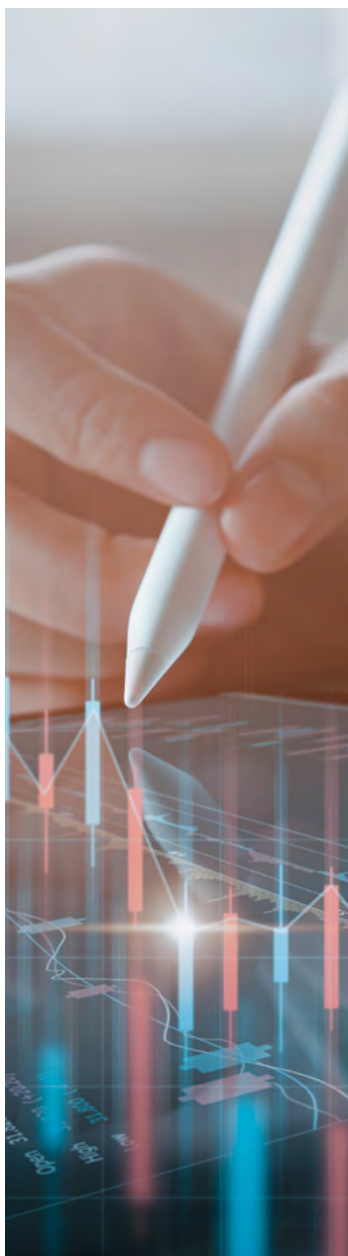


## 03 - Fusiones y adquisiciones: multiplos de valoración

Pag.9



**04 - Análisis de  
los múltiplos de  
las compañías  
cotizadas**  
Pag. 18



**05 - Múltiplos  
de cotización  
vs múltiplos de  
transacciones**  
Pag. 21

**06 - Principales  
transacciones  
en 2021**  
Pag. 24







# Introducción

Presentamos la octava edición de nuestro análisis global, con especial énfasis en el mercado español, sobre la evolución en los últimos años de las valoraciones de las compañías del sector Productos de Consumo y Distribución.

El informe, realizado por el equipo de Strategy and Transactions de EY España, analiza la evolución tanto de las transacciones privadas - en volumen y múltiplos de valoración - como de las cotizaciones bursátiles. Nuestro análisis analiza la tendencia desde el año 2011 hasta el 2021, por subsectores y zonas geográficas.

El presente estudio incorpora el análisis de:

- ▶ En España: **1.097** transacciones
- ▶ En Europa: **12.583** transacciones
- ▶ En Norteamérica (EE UU y Canadá): **10.902** transacciones
- ▶ En España, Europa y Norteamérica, un total de **168** empresas cotizadas



# 02

## Tendencias en el sector de Productos de Consumo y Distribución

El sector Productos de Consumo y Distribución se enfrenta a cambios que están transformando los modelos de negocio a un ritmo acelerado. La llegada de la Covid-19 y los sucesivos parones a consecuencia de las diferentes olas han obligado al sector a reinventarse.

Las constantes mejoras e innovaciones tecnológicas, la irrupción de las nuevas generaciones y sus preferencias a la hora de comprar, la cada vez más exigida sostenibilidad a las compañías a la hora de producir y vender o la aparición de nuevos competidores son los principales impulsores de los nuevos modelos de negocio.

El consumidor ha dejado de ver los cambios producidos por la Covid-19 como algo temporal y ha entendido que algunos cambios serán permanentes, siendo necesario adoptar nuevos hábitos y comportamientos para adaptarse a la “nueva normalidad”. Tras dos años de aguda inestabilidad económica y social, la incertidumbre se ha convertido en un factor con el que convivir.

Según la última edición del Future Consumer Index de EY, las compañías se enfrentan al desafío de convertirse en un “partner” del propio consumidor en su esfuerzo por dar forma a una nueva vida. Ello requerirá, en muchos casos: (i) una transformación profunda para facilitar a los compradores un “consumo mejor” y no tanto un “mayor

consumo”; (ii) generar una mayor transparencia sobre su impacto medioambiental y social; (iii) asegurar un modelo “unicanal” donde los clientes se muevan entre los canales físicos y digitales sin advertir diferencia, etc.

El levantamiento de restricciones nos ha ido acercando parcialmente a nuestros hábitos pre-pandemia, pero la realidad es que las tecnologías digitales ya forman parte de las interacciones en nuestra vida cotidiana.

El crecimiento del comercio online era una realidad que veíamos observando en los últimos años, sin embargo, no cabe duda de que la pandemia no sólo ha acelerado esta tendencia en cuanto al consumo, sino que ha cambiado nuestra relación con las tecnologías digitales. Durante muchos meses, hemos necesitado interactuar con las mismas para comprar, trabajar, aprender e incluso socializar.

Asimismo, será clave seguir muy de cerca la irrupción del “Metaverso” como un nuevo universo digital inmersivo y su impacto en el consumidor.

El rápido crecimiento del comercio online ha generado sus propios problemas, desde aquellos relacionados con el reto de asegurar una excelente experiencia al cliente a pesar de la falta de contacto físico, hasta las dudas motivadas por la privacidad de los datos.

Según el EY CEO Outlook 2022, informe dirigido a los directivos de diferentes industrias de nuestro país, el 28% de los directivos españoles consideran que la pandemia simplemente ha acelerado las tendencias que ya existían, frente al 24% que opinan que la pandemia ha empeorado las perspectivas del sector.

A la pregunta de si los desafíos geopolíticos han hecho que su empresa deba realizar un ajuste en alguna inversión estratégica, el 44% de los encuestados en España afirma que han parado alguna inversión estratégica en los últimos 12 meses y el 17% responden que la han pospuesto hasta que la situación se estabilice. Casi la mitad de las transacciones paradas o pospuestas tenían como destino India y Reino Unido, con un 25% de respuestas en cada país, seguida de Francia, con un 19%.

A la pregunta de cuál cree que es el mayor riesgo en su estrategia de crecimiento futuro, la mayor amenaza identificada es el incremento de la tensión geopolítica y los conflictos en el comercio como el proteccionismo o las sanciones.

Al ser preguntados a que estrategia están dedicando un mayor esfuerzo actualmente, casi la mitad de los encuestados centra su respuesta en inversión en transformación digital e invertir en negocios existentes para así acelerar el crecimiento orgánico y la creación de valor. Le sigue de lejos como tercera respuesta la inversión en sostenibilidad.

El 88% de los encuestados en España espera que sus compañías busquen fusiones y adquisiciones en los próximos 12 meses. Entre estas adquisiciones estratégicas, el 29% de los CEOs encuestados apunta a que serán compañías más pequeñas de su mismo sector para ganar cuota de mercado, mientras que otro 29%

apuntan hacia adquisiciones que mejoren los criterios ambientales y de sostenibilidad de sus empresas.

Por último, al ser preguntados sobre cual es la geografía en la que esperan realizar dichas operaciones estratégicas, los CEOs de España apuntan a nuestro propio país con un 43% de las respuestas, seguido por Italia y Francia con un 24% y un 11% respectivamente. Destacan en el top cinco también India y Estados Unidos.

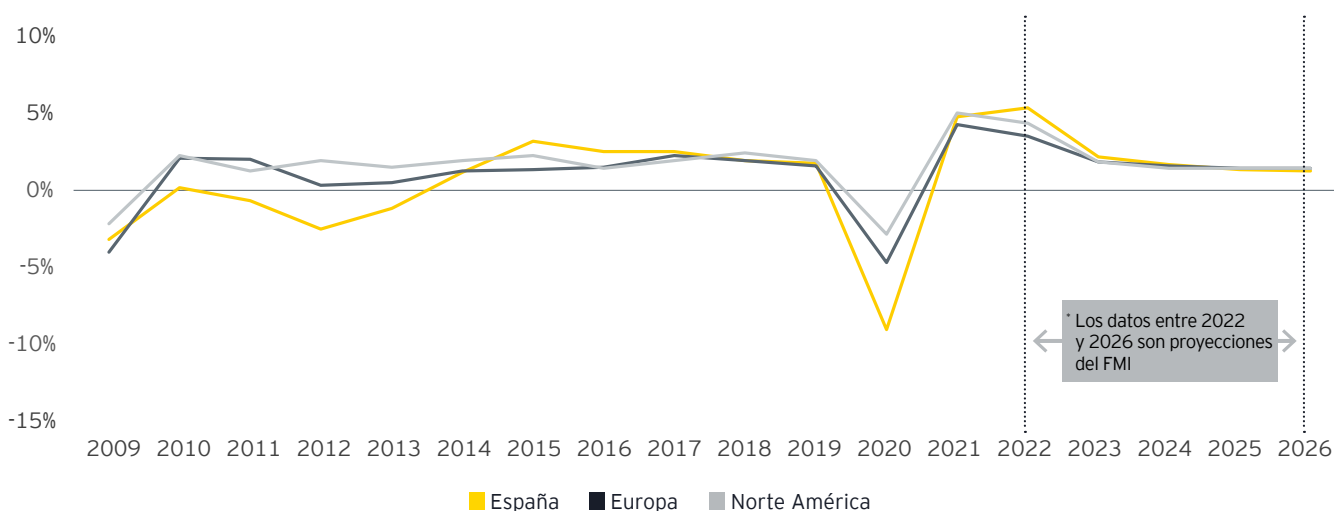
Las empresas que se han atrevido a emprender transformaciones radicales antes y durante la crisis sanitaria mundial están viendo mejoras en el crecimiento orgánico, mientras que las que comenzaron más tarde en su transformación, o no tomaron medidas extremas, verán mermado su potencial de crecimiento y su capacidad de transformación.

Para que las empresas del sector de Productos de Consumo y Distribución tengan éxito deberán ser capaces de seguir el ritmo de los cambios en el comportamiento de los consumidores y de adaptarse a la disrupción digital, abordando cambios estructurales a largo plazo de forma paralela a la consecución de crecimientos rentables.

Los factores macroeconómicos también han tenido un gran impacto en el sector durante 2021. Las sucesivas olas y los trastornos en la cadena de suministro han multiplicado las dudas sobre los tiempos de recuperación en la última mitad de 2021.

Después de las caídas del PIB en 2020 a consecuencia de la pandemia, 2021 ha mostrado una significativa recuperación en todas las geografías analizadas. España pasó de -10,8% en 2020 a 5,7% en 2021, Europa de -5,6% en 2020 a 5,1% en 2021 y Estados Unidos de -3,4% en 2020 a 6,0% en 2021.

Crecimiento del PIB real (%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional, datos a 2020



Hasta hace unas semanas las expectativas contemplaban una fuerte aceleración del consumo privado favorecido por el avance de la renta disponible de los hogares, una inflación más contenida y una mejora en los niveles de desempleo. Gracias a esto esperábamos ver en 2022 una consolidación de la recuperación favorecida además por la entrada de los fondos europeos NextGeneration.

Estas expectativas se han visto truncadas con el estallido de la invasión de Ucrania y el aumento de precios, motivado entre otras causas, por el aumento del coste de la energía y de las materias primas, que ya comenzó por ajustes de la oferta tras el fuerte crecimiento de la demanda tras la reapertura.

Los precios de la energía alcanzan ya niveles históricos, afectando especialmente al continente europeo debido

a su dependencia del gas ruso. Otra consecuencia del conflicto está siendo la subida de precios de materias primas como el trigo o el maíz, de las que Ucrania es uno de los principales productores del mundo.

Habrà que esperar para poder cuantificar el impacto que tendrá la inflación, el coste de las materias primas y de la energía en las valoraciones de las compañías del sector Productos de Consumo y Distribución.

Nuestros equipos sectoriales especializados en Assurance, Fiscal y Legal, Estrategia y Transacciones y Consultoría tienen un conocimiento profundo del sector y la experiencia técnica necesaria para interpretar el mercado y ayudar a las empresas del sector a competir eficazmente en el entorno tan cambiante en el que operan.







# Fusiones y adquisiciones: múltiplos de valoración

Hemos identificado en el sector de Productos de Consumo y Distribución 12.583 transacciones en Europa, 10.902 en Norteamérica y 1.097 en España entre el año 2011 y 2021.

En el continente europeo, en el año 2021 el múltiplo observado se sitúa en 10,1x EV/EBITDA, igual que la media del periodo 2011-2021. El número de transacciones reportadas en 2021 fue un 2,2% mayor a las del 2020 recuperando niveles previos a la pandemia.

El múltiplo medio en las transacciones realizadas en Norteamérica en 2021 fue de 12,4x EV/EBITDA, siendo el múltiplo observado más alto del periodo analizado, cuyo promedio histórico entre 2011-2021 ha sido de 10,5x. Además, el número de transacciones reportadas en el mercado norteamericano en 2021 ha tenido un aumento del 148% respecto a 2020, mostrando una gran recuperación y una vuelta a cifras de 2018 y 2019.

En el caso de España, el múltiplo medio de las transacciones completadas en 2021 es de 9,2x, frente a 10,4x EV/EBITDA de media del periodo 2011-2021. Respecto al volumen reportado de transacciones en España en 2021, este ha aumentado en un 6% respecto a 2020, mostrando ya signos de recuperación.

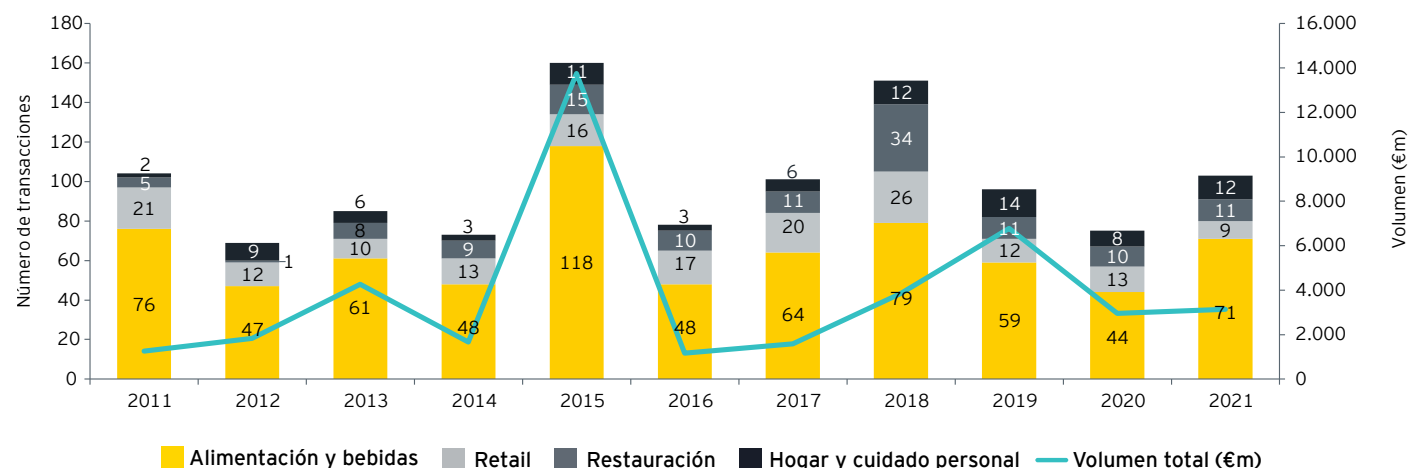
En resumen, el múltiplo observado en las tres geografías analizadas ha seguido tendencias algo diferentes. El múltiplo norteamericano ha marcado su máximo de los últimos 10 años, en consonancia con el optimismo reinante en los mercados financieros de la región. En Europa el múltiplo de transacciones en el sector se ha recuperado y se encuentra en línea con la media del periodo 2011-2021. Por último, en España, el múltiplo de transacciones se encuentra por debajo de la media de los últimos 10 años.

Sectorialmente, los múltiplos más altos observados en 2021 en Norteamérica corresponden a hogar y cuidado personal (14,6x), mientras que en Europa se observan en el subsector de retail (11,2x). En España, al igual que en Norteamérica, hogar y cuidado personal muestra los mayores múltiplos del sector en 2021 (14,0x).

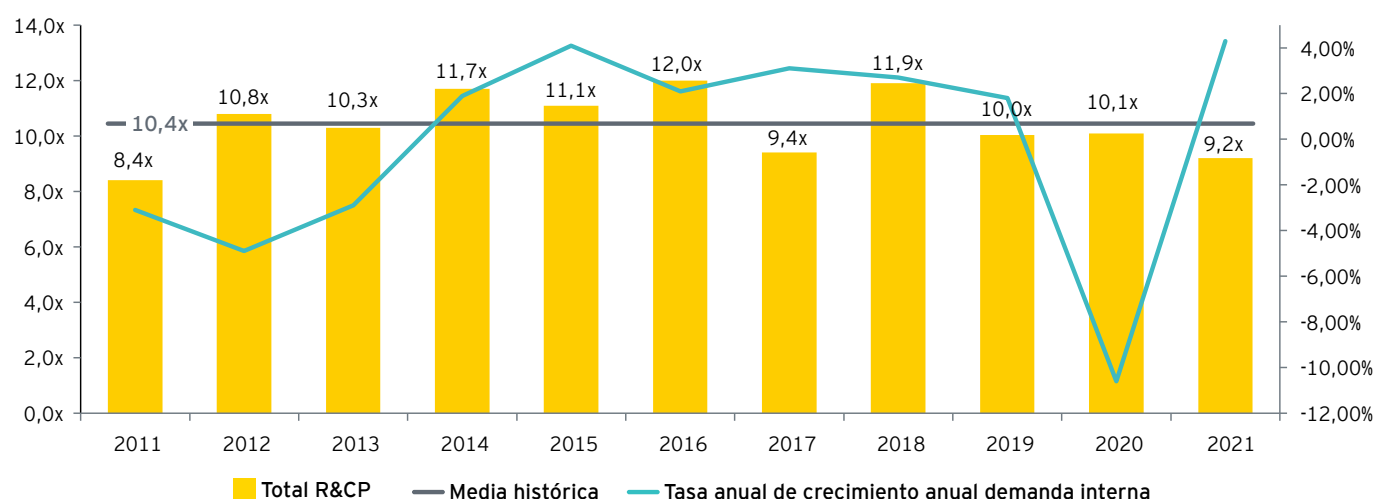
Finalmente, observamos que en España el múltiplo pagado por transacciones estratégicas (más de 250 millones) es superior al pagado por las no estratégicas (11,4x vs 8,7x), tendencia que también se observa en Norteamérica en operaciones de más de 1.000 millones (14,0x vs. 11,8x). En el mercado europeo, sin embargo, las transacciones de mayor valor (más de 500 millones) han cerrado el año con múltiplos ligeramente menores en 2021 (9,5x vs 10,2x) siguiendo la tendencia que ha mostrado en los últimos años.

## ■ España

Número y volumen reportado de transacciones de PR&CP en España



EV/EBITDA transacciones de R&CP en España durante el período 2011-2021



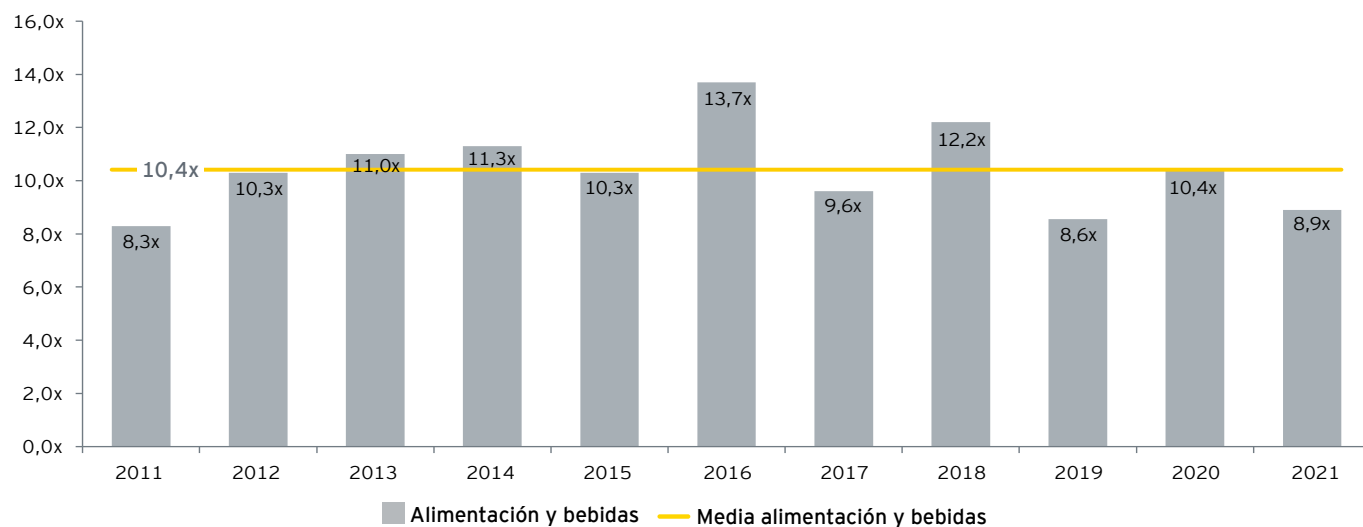
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Transacciones < 250 €m	8,4x	9,3x	9,4x	10,8x	9,5x	11,7x	9,9x	11,4x	9,2x	8,8x	8,7x
Transacciones > 250 €m	-	14,4x	11,7x	19,9x	17,1x	14,2x	6,6x	13,7x	11,6x	16,6x	11,4x

Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ y Bloomberg.

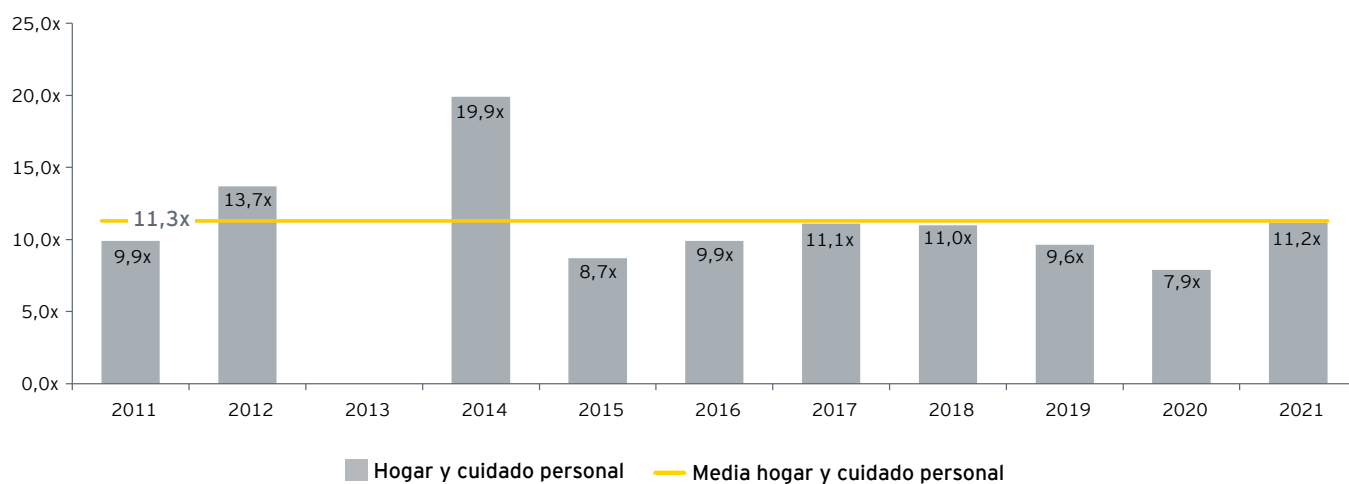




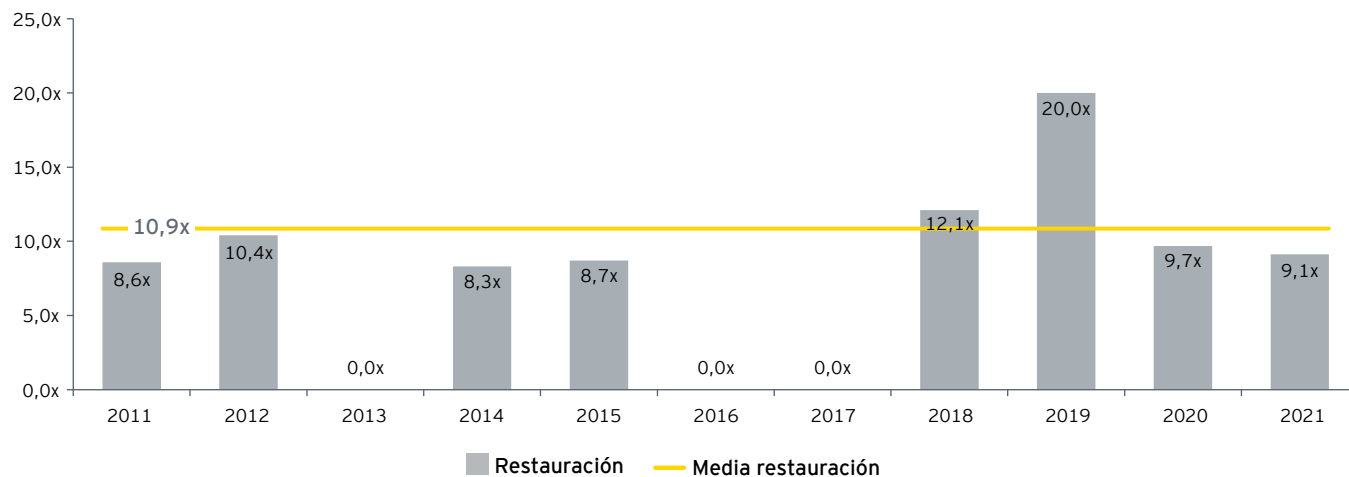
## EV/EBITDA transacciones en España Alimentación y Bebidas



## EV/EBITDA transacciones en España Hogar y Cuidado Personal

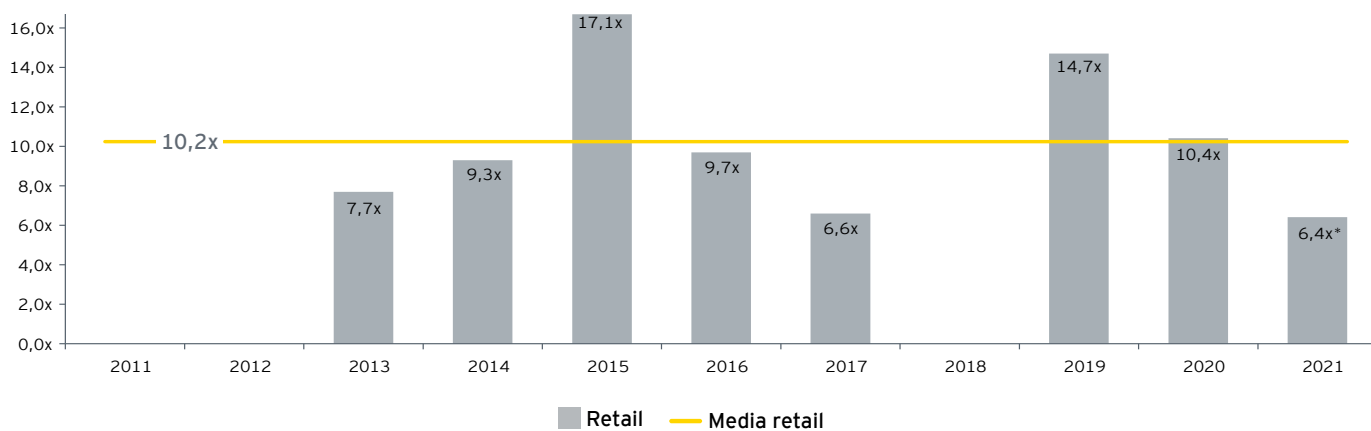


## EV/EBITDA transacciones en España Restauración



Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ y Bloomberg.

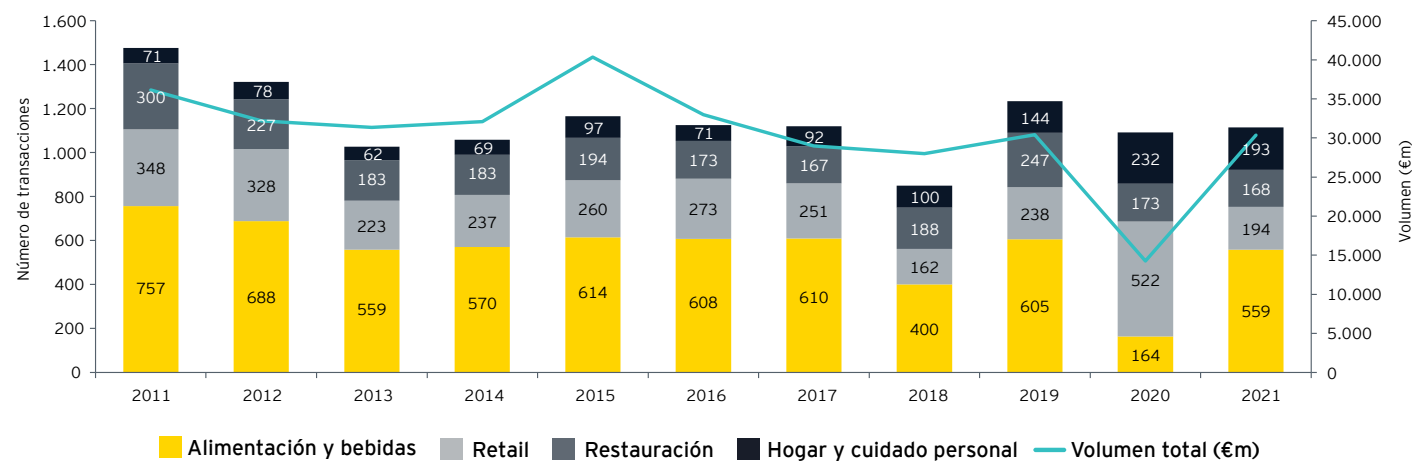
## EV/EBITDA transacciones en España Retail



\* La categoría Retail en España únicamente incluye una transacción en 2021.

## ■ Europa

## Número y volumen reportado de transacciones de PR&amp;CP en Europa

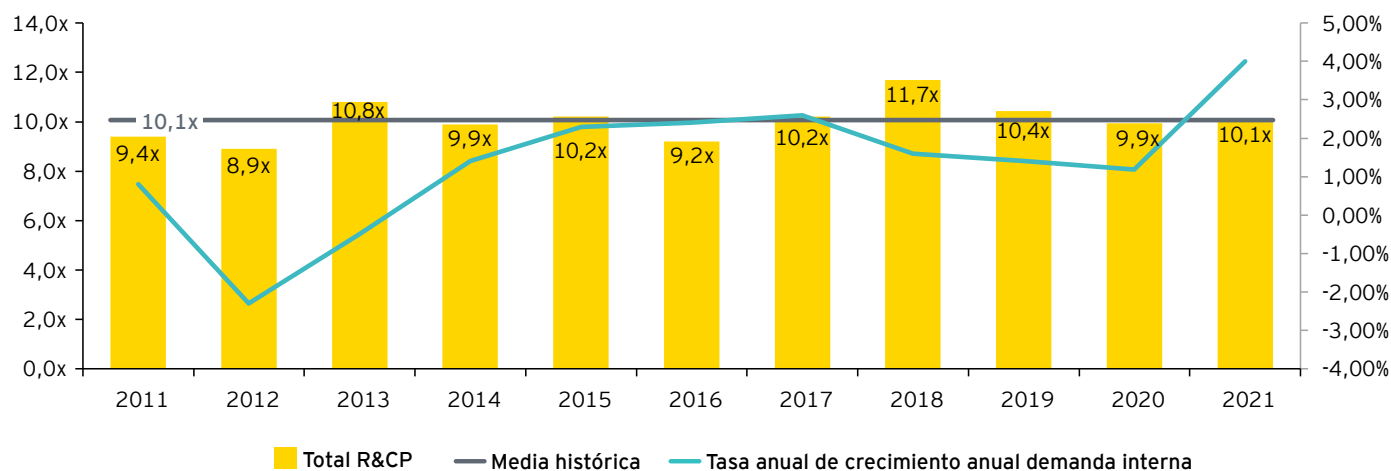


Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ, Mergermarket, Factiva, Eurostat y OCDE.



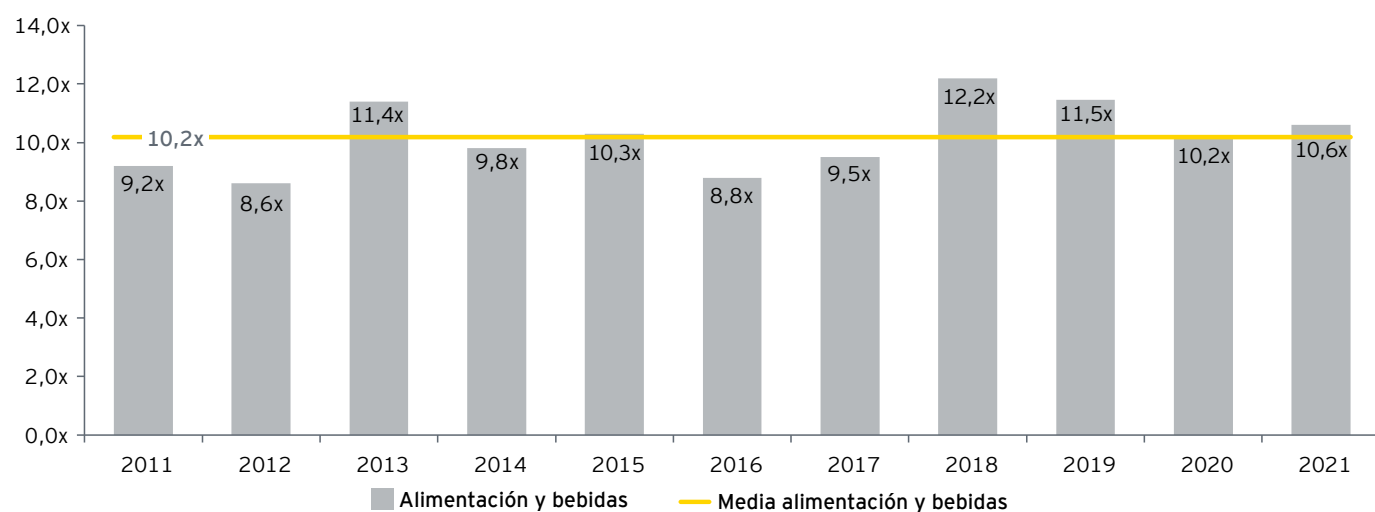


## EV/EBITDA transacciones de R&amp;CP en Europa durante el período 2011-2021

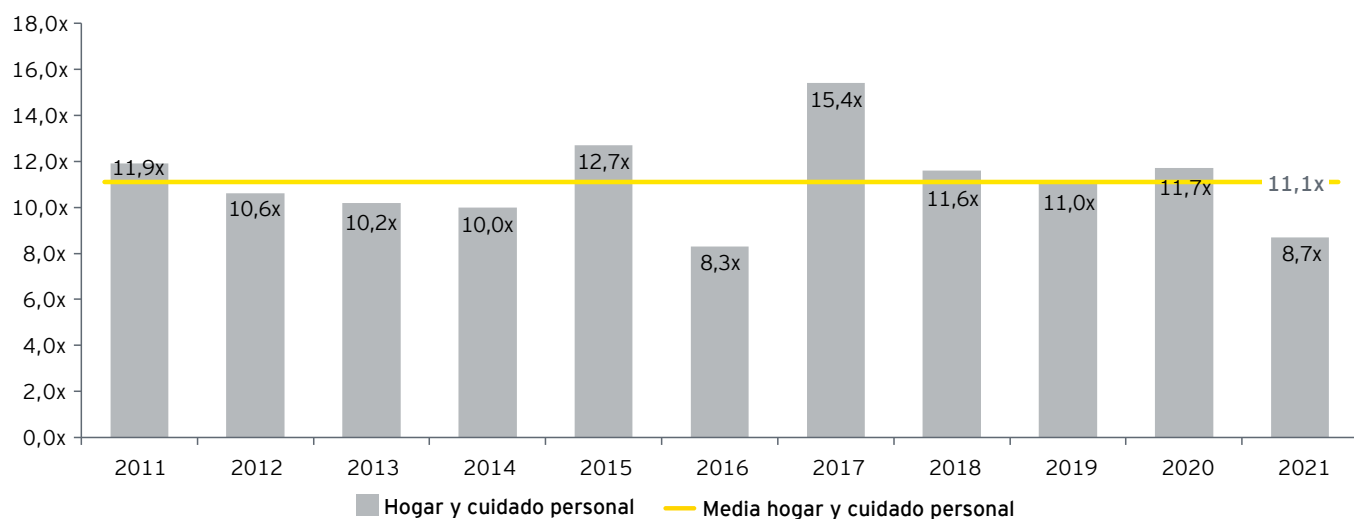


	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Transacciones < 500 €m	9,1x	8,7x	10,8x	9,7x	10,2x	8,9x	9,8x	11,7x	10,9x	10,0x	10,2x
Transacciones > 500 €m	11,0x	10,2x	11,1x	10,8x	10,1x	12,3x	12,5x	-	9,1x	9,5x	9,5x

## EV/EBITDA transacciones en Europa Alimentación y Bebidas

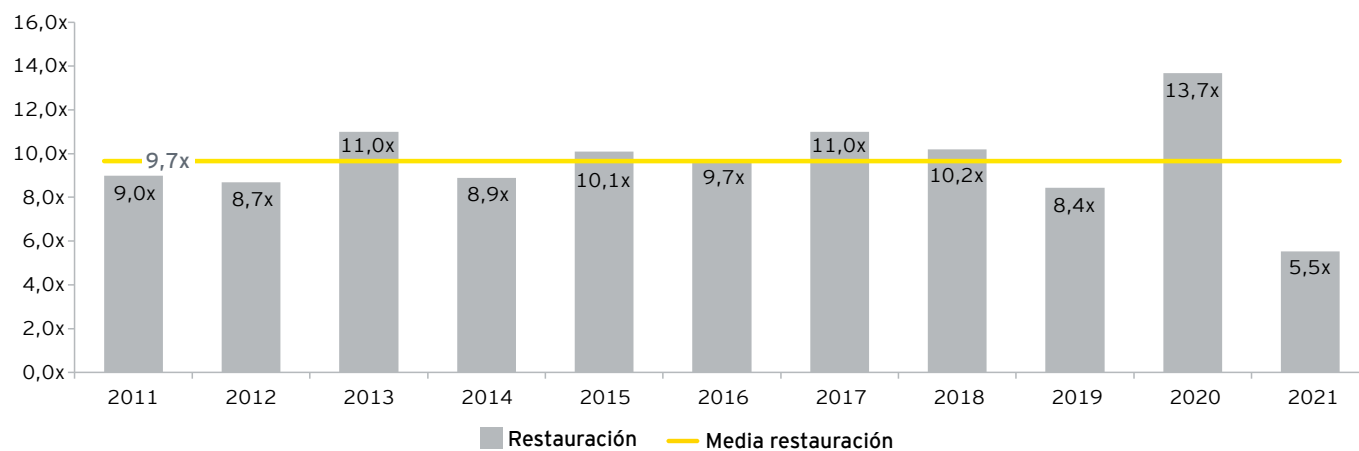


## EV/EBITDA transacciones en Europa Hogar y Cuidado Personal

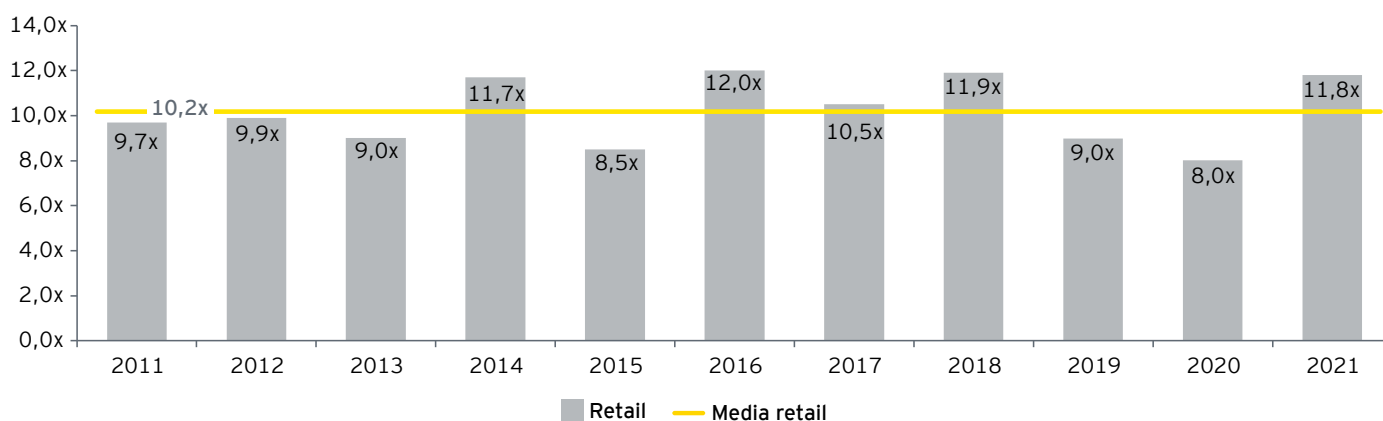


Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ y Bloomberg.

## EV/EBITDA transacciones en Europa Restauración



## EV/EBITDA transacciones en Europa Retail



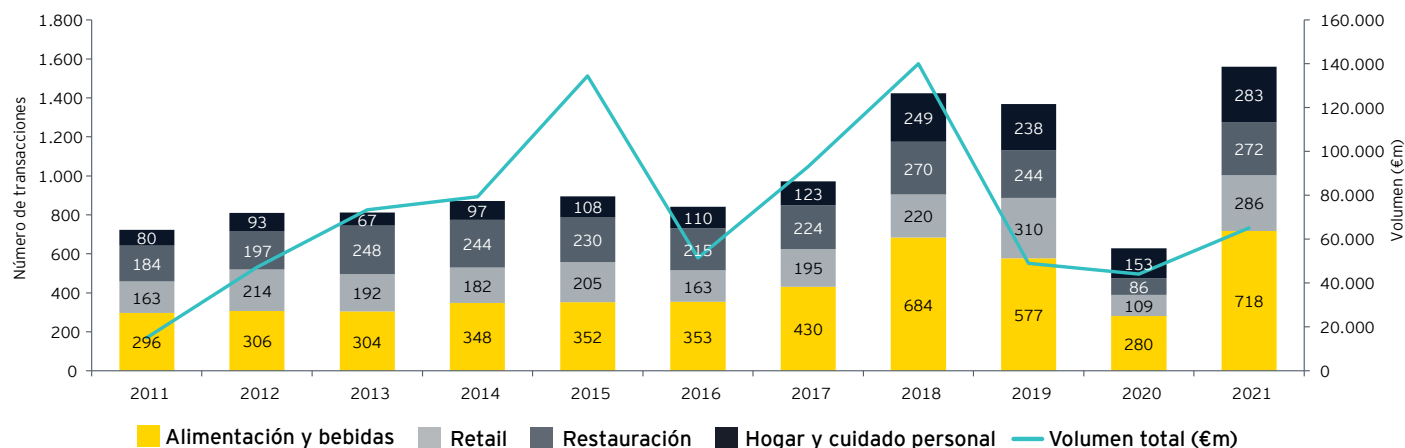
Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ y Bloomberg.



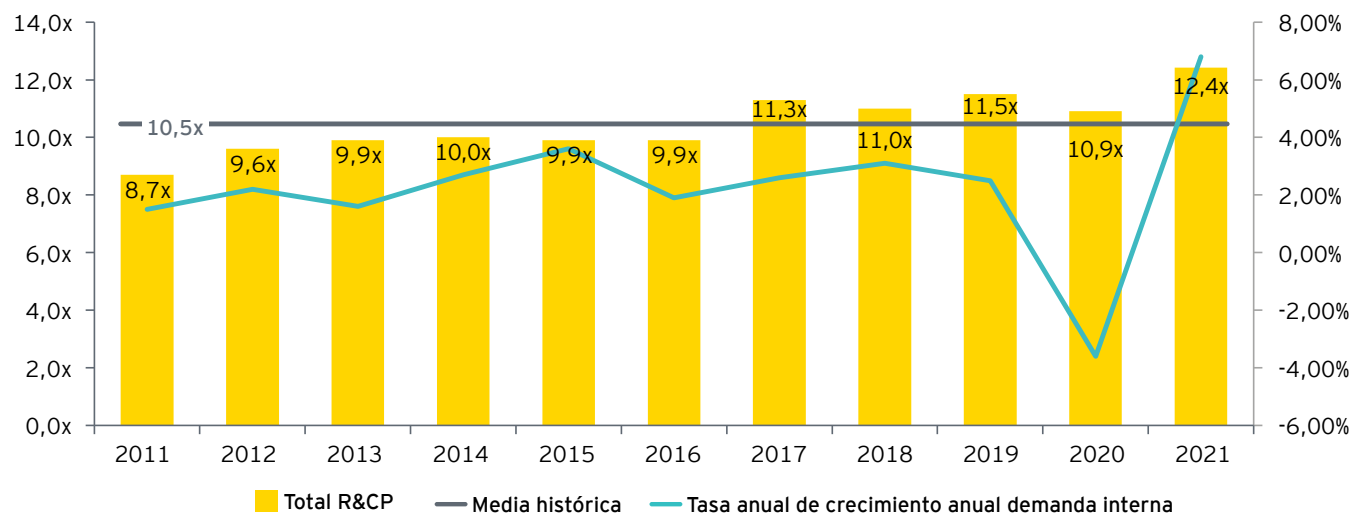


## Norteamérica

Número y volumen reportado de transacciones de PR&CP en Norteamérica



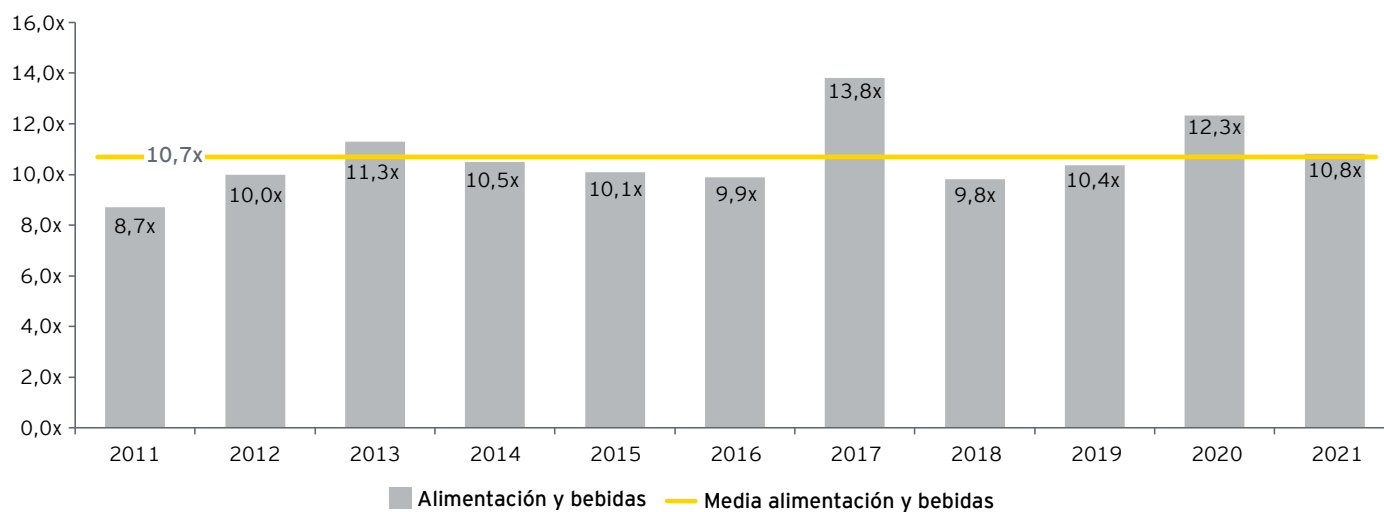
EV/EBITDA transacciones en Norteamérica durante el período 2011-2021



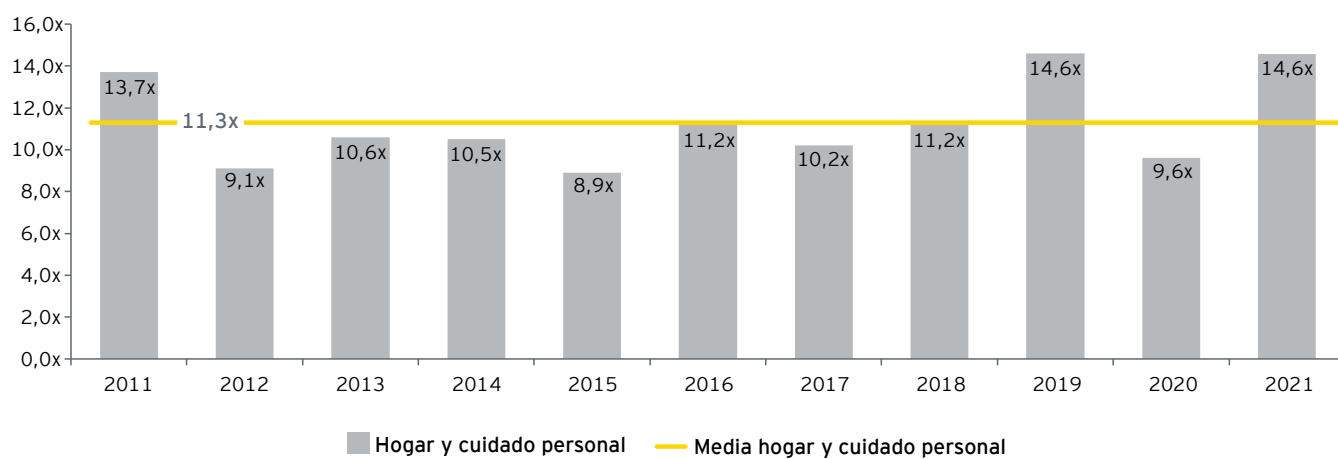
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Transacciones < 1.000 €m	8,7x	9,0x	9,4x	9,2x	9,4x	9,7x	10,6x	10,5x	11,5x	11,4x	11,8x
Transacciones > 1.000 €m	8,6x	12,6x	10,9x	11,2x	11,0x	10,3x	12,8x	12,7x	11,6x	5,2x	14,0x

Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ, Mergermarket, Factiva, Eurostat y OCDE.

## EV/EBITDA transacciones en Norteamérica Alimentación y Bebidas



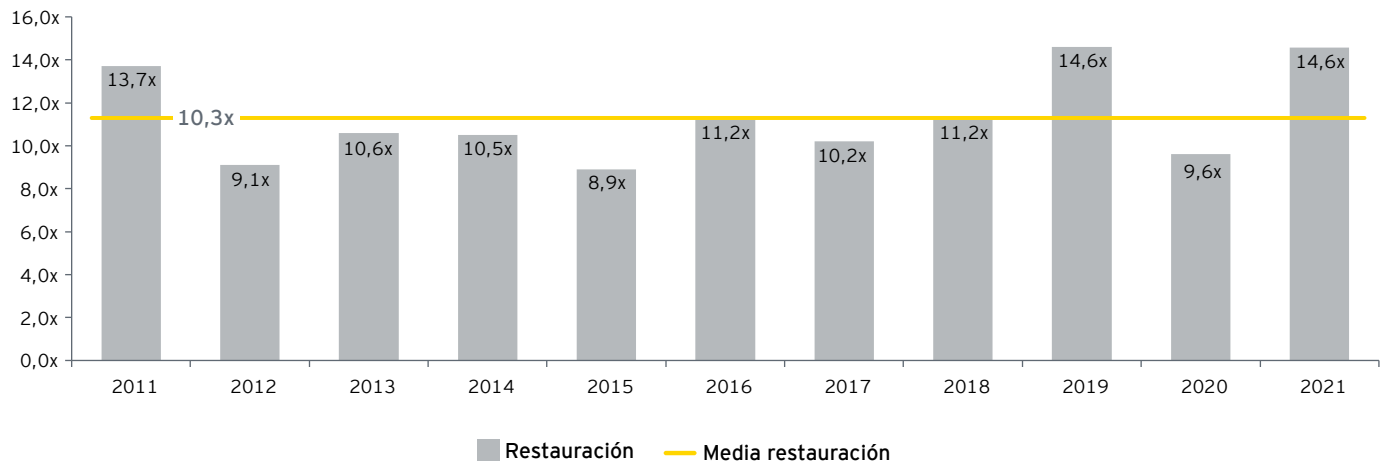
## EV/EBITDA transacciones en Norteamérica Hogar y Cuidado Personal



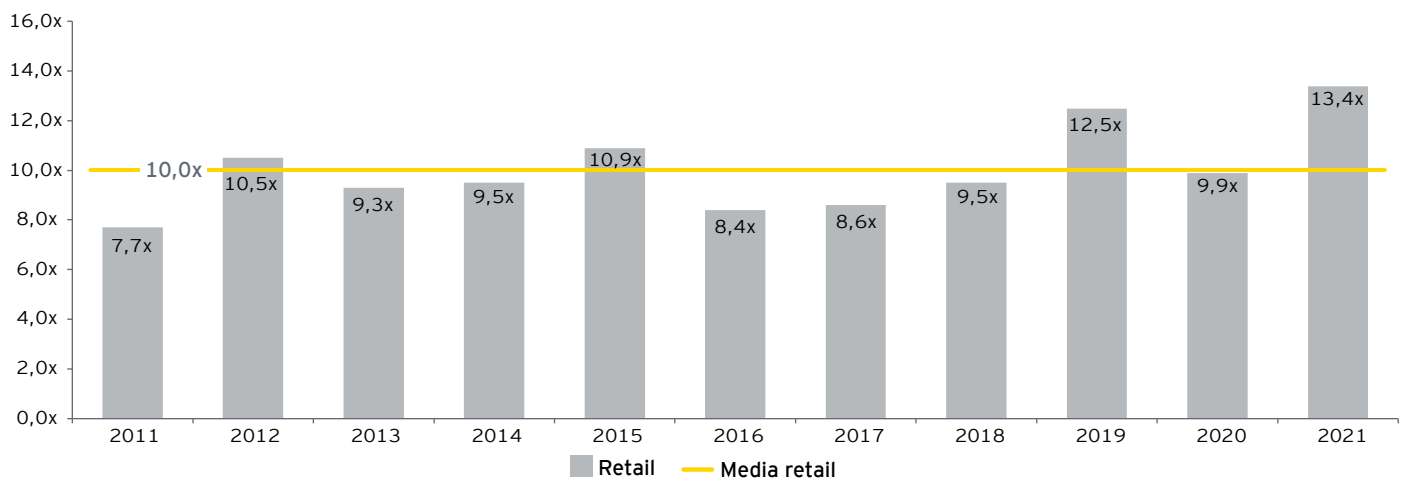
Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ y Bloomberg.



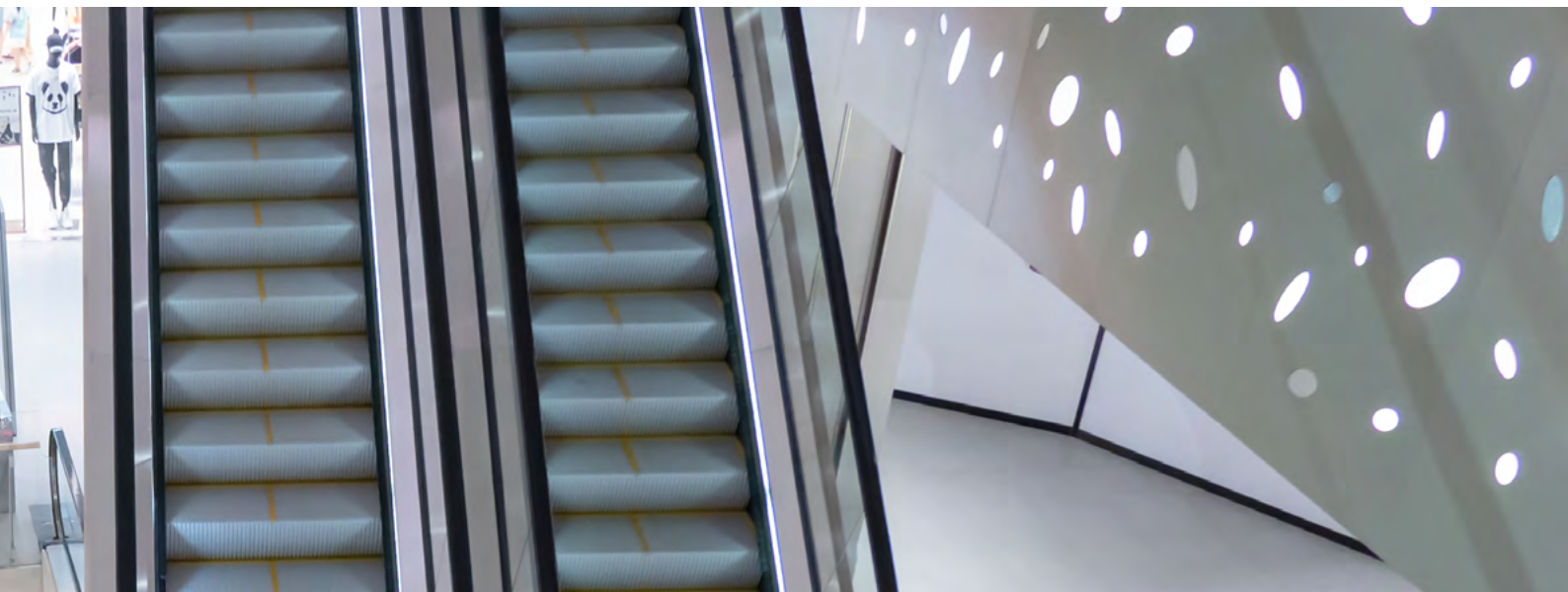
### EV/EBITDA transacciones en Norteamérica Restauración



### EV/EBITDA transacciones en Norteamérica Retail



Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ y Bloomberg.



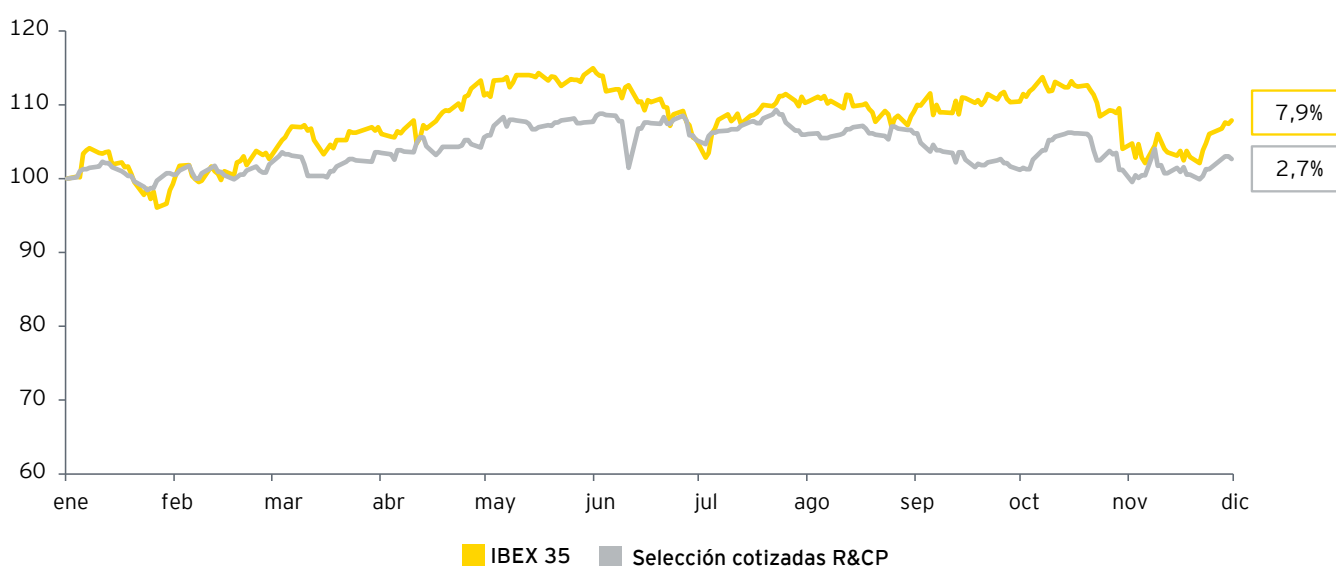




# Análisis de los múltiplos de las compañías cotizadas

Las empresas cotizadas del sector de Productos de Consumo y Distribución en España aumentaron su valoración un 2,7% en 2021, por debajo del resultado del IBEX 35, que mostró una mayor recuperación económica post pandemia con un crecimiento un 7,9%.

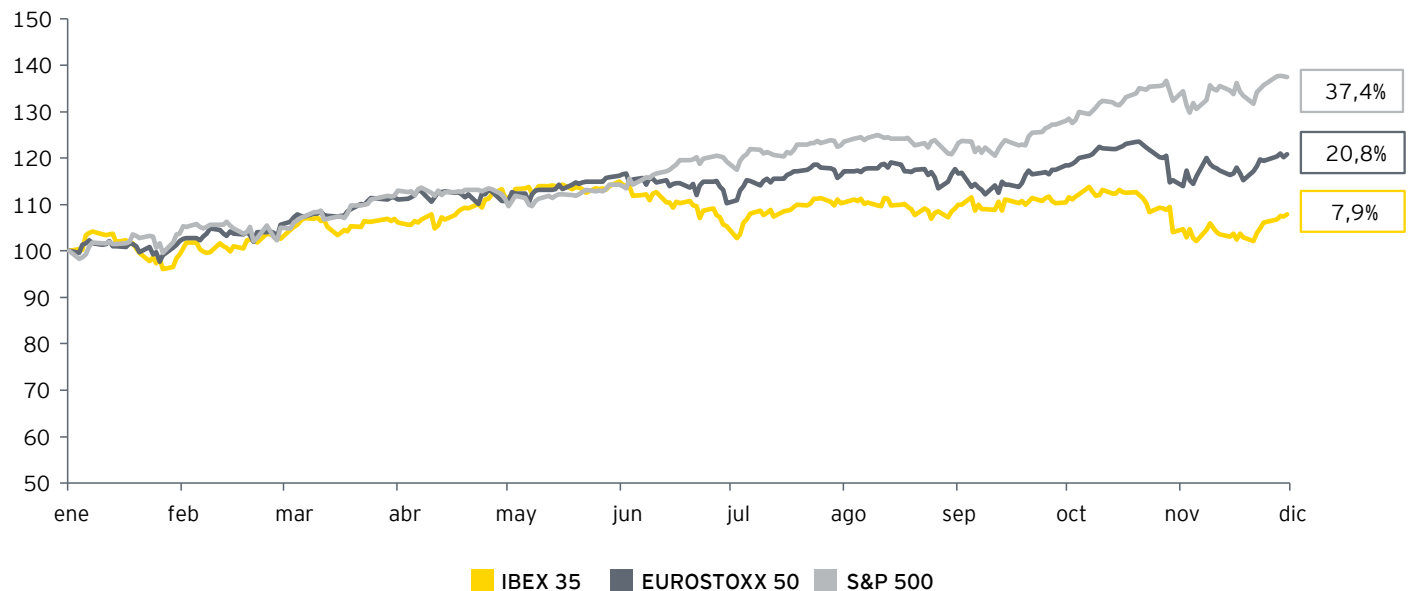
Evolución IBEX 35 vs selección de cotizadas España



Fuente: Índices bursátiles

Al comparar las empresas españolas que cotizan en bolsa con las compañías cotizadas internacionales del sector de Productos de Consumo y Distribución (medidas por sus índices correspondientes), se puede comprobar que las empresas norteamericanas y europeas han tenido un mejor comportamiento que las compañías españolas, las cuales muestran una recuperación post Covid-19 menor.

Evolución de los índices bursátiles (base 100)

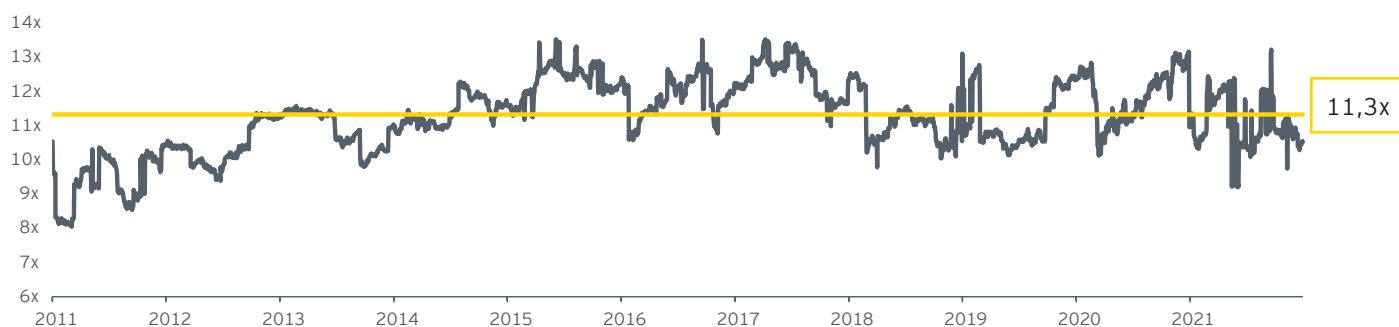


Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ, Bloomberg, Sabi y Mergermarket.

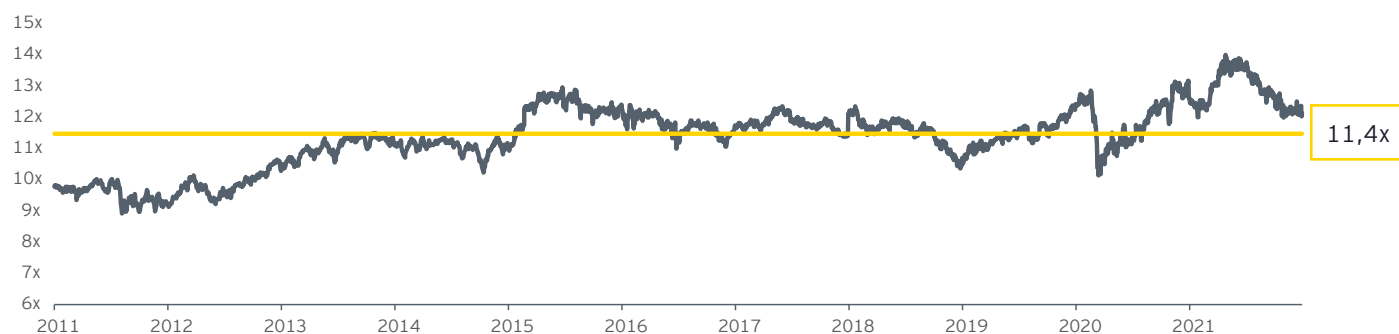


A cierre de 2021 los múltiplos medios EV/EBITDA de compañías cotizadas del sector se sitúan por encima de la media histórica de los últimos 10 años en Europa y Norteamérica, mientras que en España se quedan por debajo de la media del periodo analizado.

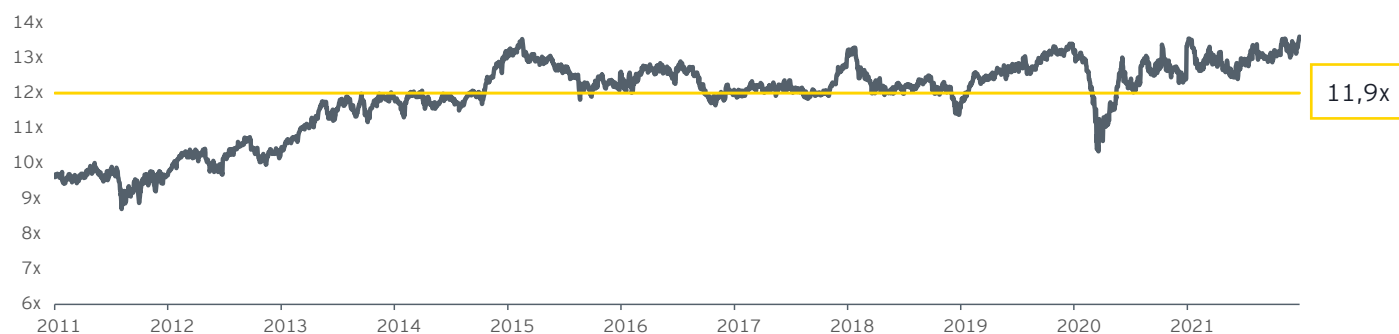
#### EV/EBITDA LTM de cotizadas de R&CP de España



#### EV/EBITDA LTM de cotizadas de R&CP de Europa



#### EV/EBITDA LTM de cotizadas de R&CP de Norteamérica



Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ y Bloomberg.



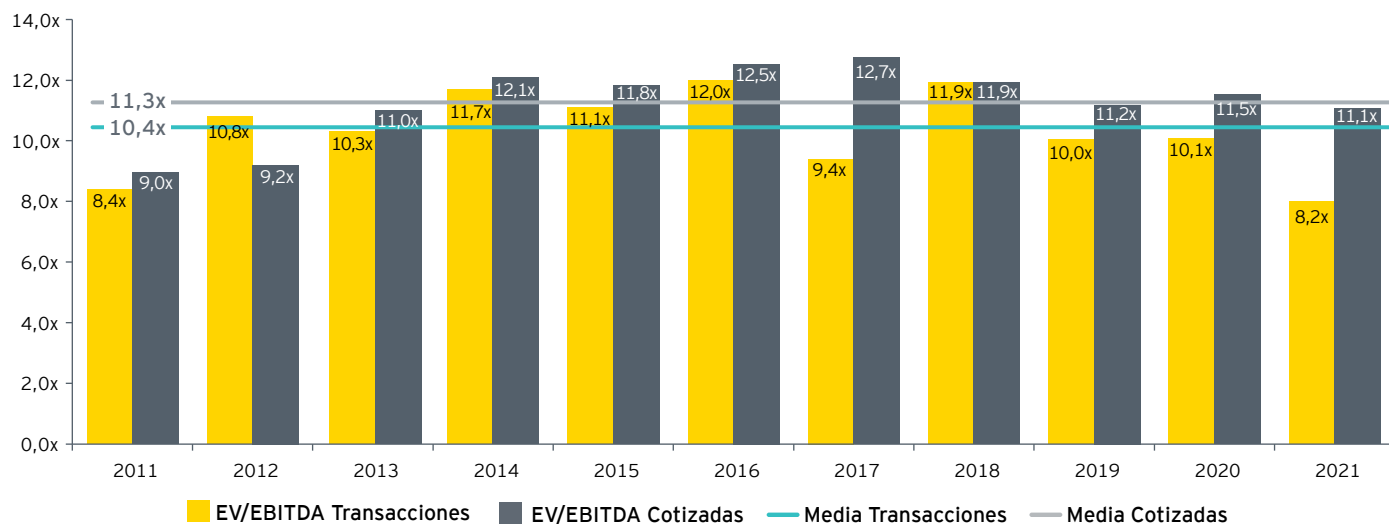
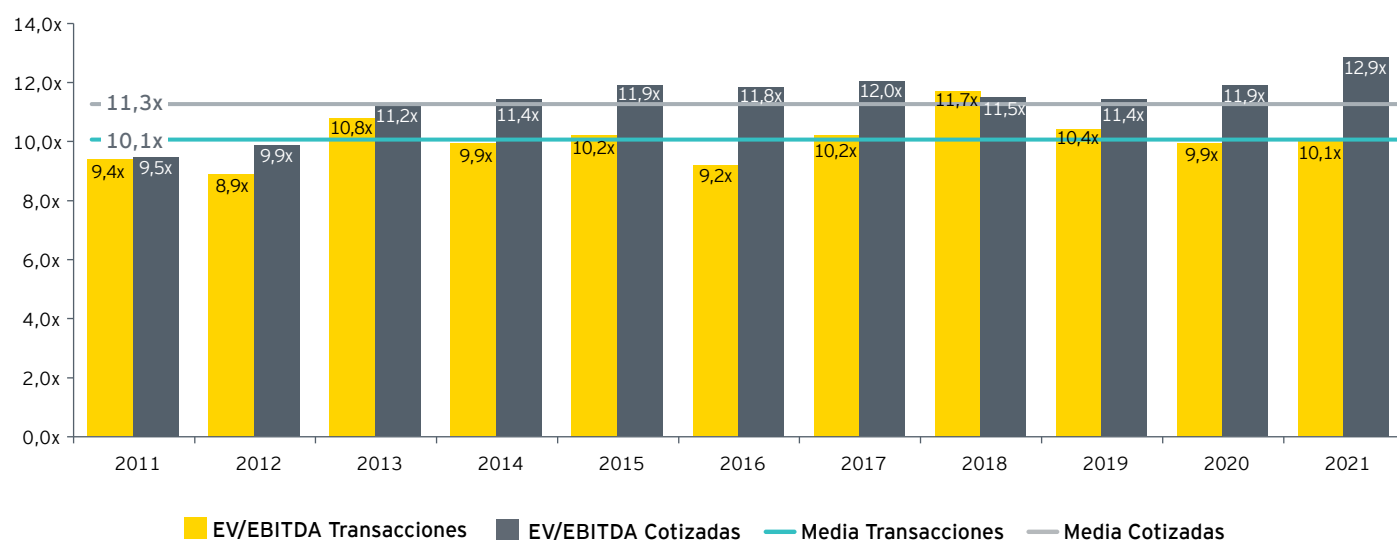
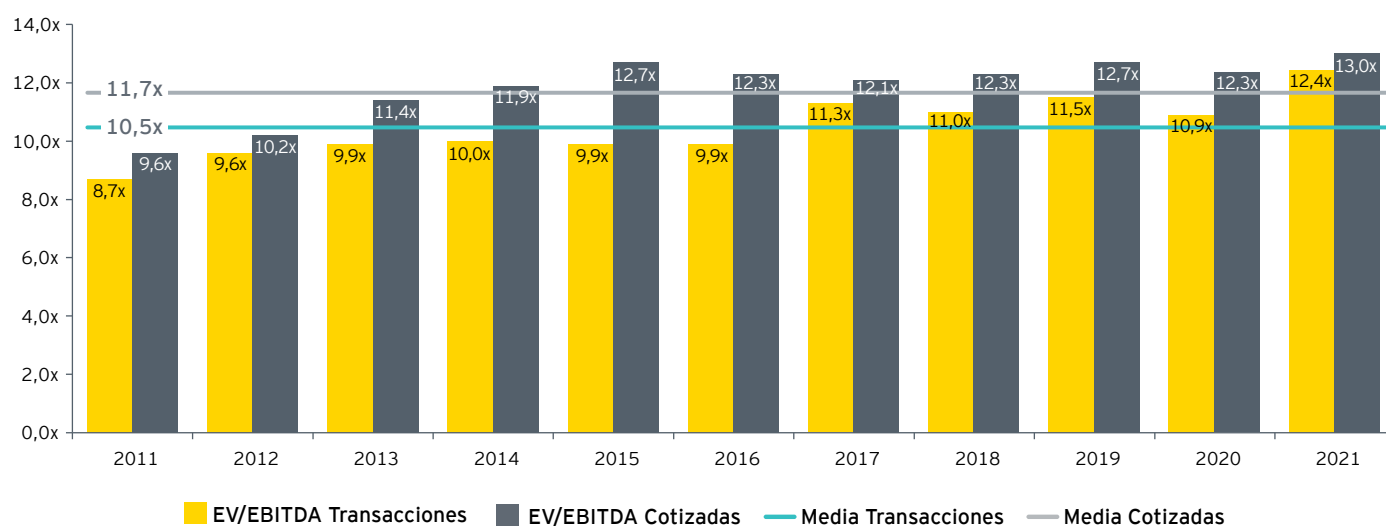


## Múltiplos de cotización vs. múltiplos de transacciones

En base a un análisis comparativo entre los múltiplos de cotización y los múltiplos de las transacciones en 2021, los múltiplos implícitos en las compañías cotizadas son más altos que los pagados en adquisiciones privadas en las tres regiones analizadas. La conclusión que extraemos de este análisis es que la teórica prima de liquidez existente en las transacciones supera a la prima de control, tal y como llevamos observando en los últimos años analizados. En España la prima de liquidez ha superado a la de control en un 9,8% de media, alcanzando en 2021 un 34,7%.

En relación a Europa, el múltiplo de las compañías cotizadas supera al de las transacciones de compañías de propiedad privada, de forma que entendemos que la teórica prima de liquidez existente en las transacciones supera a la prima de control una vez más, habiendo sido la primera mayor que la segunda en un 13,5% de media en el periodo 2011-2021 destacando en 2021 un diferencial entre múltiplos de compañías cotizadas y múltiplos de transacciones privadas del 27,7%.

Finalmente, en el caso de Norteamérica el múltiplo de compañías cotizadas analizadas también supera al observado en transacciones, lo que demuestra que la teórica prima de liquidez existente en las transacciones supera una vez más a la prima de control, habiendo sido la primera superior a la segunda en un 13,7% de media en el periodo 2011-2021.

**España:** Media anual EV/EBITDA U12M cotizadas vs. Transacciones**Europa:** Media anual EV/EBITDA U12M cotizadas vs. Transacciones**Norteamérica:** Media anual EV/EBITDA U12M cotizadas vs. Transacciones





06



## Principales transacciones en 2021

## ■ España

Adquiriente	Adquirida	Sector	Valor de la operación (€m)
Cinven Limited	Restaurant Brands Iberia SA	Restauración	1.147
Mutua Madrileña Automovilista, Sociedad de Seguros a Prima Fija	El Corte Inglés, S.A.	Retail	555
Fremman Limited	The Natural Fruit Company	Alimentación y bebidas	300
Hortifrut S.A.	Atlantic Blue	Alimentación y bebidas	240
Transgourmet Holding AG	General Markets Food Iberica, S.A.U.	Alimentación y bebidas	230
Vendin S.L.	Biosearch, S.A.	Hogar y cuidado personal	130
Alsea, S.A.B. de C.V.; Bain Capital Credit, LP; Alia Capital Partners, S.L.	Food Service Project, S.L.	Restauración	111
Banca March S.A., Investment Arm ; BEKA Finance, Sociedad de Valores, S.A. ; Pkf Attest	La Sirena Alimentación Congelada S.L.U.	Retail	100
ALBA EUROPEA DE NEGOCIOS, S.L.	GRUPO PROFAND, S.L.	Alimentación y bebidas	100
Checkpoint Systems Inc.	Uniter Etiquetas SL	Retail	54
Blooming Experience S.L.	CapAgro SAS	Retail	45
Albaad Massuot Yitzhak Ltd	Optimal Care, s.a.	Hogar y cuidado personal	40
Angulas Aguinaga, S.A.	Copesco & Sefrisa, S.A.	Retail	30
All Iron Ventures, SGEIC; Bonsai Partners ; MMC Ventures Limited ; Perwyn Limited	Lookiero Style, S.L.	Retail	30
Blossom Capital Ltd	Freshly Cosmetics S.L.	Hogar y cuidado personal	19
Grupo Osborne, S.A.	Caviar De Riofrio S.L.	Alimentación y bebidas	16
Savencia Gourmet SAS	Sosa Ingredients, S.L.	Alimentación y bebidas	16
Eurochamp S.A.T	Canned Mushroom Business of Riberebro Group	Alimentación y bebidas	14
Iceland Seafood International hf. (ICSE:ICESEA)	AHUMADOS DOMINGUEZ, S.A.	Alimentación y bebidas	12
Majolaperla SL	Majorica S.A.	Retail	12
Lever VC; Green Monday Ventures L.P. (GMV); Unovis Asset Management, LLC; Capital V; Impact Fooding	Foods For Tomorrow S.L.	Alimentación y bebidas	12
FJ Labs, Inc.; Athos Capital, SGEIC, S.A.	WOW Shop Madrid SL	Alimentación y bebidas	8
Hair Trade SI	Beths Hair, S.L.	Hogar y cuidado personal	7
European Investment Fund, Fundación Ship2B	HANNUN SL	Retail	3
Bolsa Social Impacto, Fese Fund, Afi Inversiones Globales, SGIIC, S.A.	The Tropicfeel, S.L.	Retail	2
Clave Mayor SGEIC, S.A.; Fundación Creas Valor Social; Quadia SA	Smileat, S.L.	Alimentación y bebidas	2
Big Idea Ventures, LLC ; New Protein Fund I LP	Moa Foodtech	Alimentación y bebidas	2
183 Invest AB; Synarchy Ventures AB	Ketonico Healthy foods, S.L.	Alimentación y bebidas	1

Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ, Bloomberg, Sabi y Mergermarket.

## ■ Europa

Adquiriente	Adquirida	Sector	Valor de la operación (€m)
Clayton, Dubilier & Rice, LLC	Wm Morrison Supermarkets PLC	Retail	12.113
Camoens Investments S.á r. l	SONAE MC, SGPS, S.A.	Retail	2.483
Altamir SCA	THOM Europe S.A.S.	Retail	1.869
JSC Tander	DIXY Holding Limited	Retail	1.009
Pilgrim's Pride Corporation	Meats and Meals Business of Kerry Consumer Foods in the United Kingdom and Ireland	Alimentación y bebidas	819
Nomad Foods Europe Limited	Frozen Food Business Group	Alimentación y bebidas	615
NTS ASA	Norway Royal Salmon AS	Alimentación y bebidas	587
Exor N.V.	Christian Louboutin S.A.	Retail	541
Groupe Lactalis S.A.	Bel ITALIA/Bel Deutschland/ Bel Ukraine/Leerdammer NL and Leerdammer brand	Alimentación y bebidas	500
CTH Invest SA	Burton's Foods Limited	Alimentación y bebidas	429
2 Sisters Food Group Limited	The Elkes Biscuits factory in Uttoxeter	Alimentación y bebidas	398
Wolverine Outdoors, Inc.	Lady of Leisure InvestCo Limited	Retail	357
JBS S.A.	Vivera B.V.	Alimentación y bebidas	341
Orkla Health AS	NutraQ AS	Hogar y cuidado personal	302
General Atlantic Service Company, L.P.; Temasek Holdings (Private) Limited; Eurazeo SE; Bpifrance Investissement SAS; Dragoneer Investment Group, LLC; Armat Group S.A.; Aglaé Ventures	Colibri SAS	Hogar y cuidado personal	300
ASOS Plc	Topshop, Topman, Miss Selfridge and HIIT of Arcadia Group Limited	Retail	300
PHG Tea Leaves, Inc.	Jacob Holm & Sons AG	Hogar y cuidado personal	267

Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ, Bloomberg, Sabi y Mergermarket.



## ■ Norteamérica

Adquiriente	Adquirida	Sector	Valor de la operación (€m)
Nestlé Health Science S.A.	Puritan's Pride, Inc./Solgar Inc./Nature's Bounty, Inc./Rexall Sundown, Inc.	Household and personal care products	4.889
The Coca-Cola Company	BA Sports Nutrition, LLC	Food and Beverages	4.857
One Rock Capital Partners, LLC; Metropoulos & Co.	BlueTriton Brands, Inc.	Food and Beverages	3.667
Bath & Body Works, Inc.	Victoria's Secret & Co.	Retail	3.504
Hormel Foods Corporation	Nuts Business of The Kraft Heinz Company	Food and Beverages	2.754
Performance Food Group Company	Core-Mark Holding Company, Inc.	Retail	2.317
Trulieve Cannabis Corp.	Harvest Health & Recreation Inc.	Retail	2.098
MillerKnoll, Inc.	Knoll, Inc.	Retail	1.743
Oxford Properties Group, Inc.; Cohen & Steers, Inc.; CenterSquare Investment Management Holdings, Inc.; The OPSEU Pension Trust; D1 Capital Partners L.P.; BentallGreenOak (U.S.) Limited Partnership; Morgan Stanley Tactical Value Investing; Conversant Capital LLC	Lineage Logistics Holding, LLC	Food and Beverages	1.588
Private	OTG EXP, Inc.	Restaurants	1.055
Sycamore Partners Management, L.P.	International Wine & Spirits Ltd.	Food and Beverages	1.034
General Mills, Inc.	Tyson Pet Products, Inc.	Food and Beverages	1.014
Catalent Pharma Solutions, Inc.	Bettera Brands, LLC	Food and Beverages	862
Olam Holdings B.V	Olde Thompson Inc.	Food and Beverages	785
Journey Personal Care Corp.	Attends Healthcare Products/Domtar Personal Care Absorbent Hygiene/HDIS Inc./Zither L Investments	Household and personal care products	763
Lindsay Goldberg LLC	Aspire Bakeries	Food and Beverages	707
Foot Locker Retail, Inc.	Eurostar, Inc.	Retail	637
Lindsay Goldberg LLC	Aspire Bakeries	Food and Beverages	707
Foot Locker Retail, Inc.	Eurostar, Inc.	Retail	637

Fuente: Análisis EY basado en Capital IQ, Bloomberg, Sabi y Mergermarket.

## EY | Building a better working world

En EY trabajamos para construir un mundo que funcione mejor, ayudando a crear valor a largo plazo para los clientes, las personas, la sociedad y generar confianza en los mercados de capital.

Gracias al conocimiento y la tecnología, los equipos de EY, en más de 150 países, generan confianza y ayudan a las compañías a crecer, transformarse y operar.

EY es líder mundial en servicios de auditoría, fiscalidad, estrategia, asesoramiento en transacciones y servicios de consultoría. Nuestros profesionales hacen las mejores preguntas para encontrar nuevas respuestas a los desafíos a los que nos enfrentamos en el entorno actual.

EY hace referencia a la organización internacional y podría referirse a una o varias de las empresas de Ernst & Young Global Limited y cada una de ellas es una persona jurídica independiente. Ernst & Young Global Limited es una sociedad británica de responsabilidad limitada por garantía (company limited by guarantee) y no presta servicios a clientes. La información sobre cómo EY recopila y utiliza datos personales y su correspondiente descripción sobre los derechos de las personas en virtud de la legislación vigente en materia de protección de datos, están disponibles en [ey.com/es\\_es/legal-and-privacy](https://ey.com/es_es/legal-and-privacy). Las firmas miembros de EY no ejercen la abogacía donde lo prohíban las leyes locales. Para obtener más información sobre nuestra organización, visite [ey.com/en\\_gl](https://ey.com/en_gl).

© 2022 Ernst & Young, S.L.  
All Rights Reserved.

ED None

[ey.com/es\\_es](https://ey.com/es_es)

## Contactos EY



**José María Rossi Prieto**

Socio

+34 677 401 354

[jose.rossiprieto@es.ey.com](mailto:jose.rossiprieto@es.ey.com)



**Cecilia de la Hoz Arespacochaga**

Socia

+34 653 974 500

[cecilia.delahozarespacochaga@es.ey.com](mailto:cecilia.delahozarespacochaga@es.ey.com)



**Mar Ares Martín**

Socia

+34 629 856 388

[mar.aresmartin@es.ey.com](mailto:mar.aresmartin@es.ey.com)