vinetur

Anora mejora su rentabilidad pese a la caída de ventas en el primer trimestre

La compañía finlandesa eleva un 9,7% su EBITDA comparable y rebaja su deuda neta sobre EBITDA a 2,1 veces

jueves 7 de mayo de 2026



Anora cerró el primer trimestre de 2026 con una mejora de su resultado operativo comparable, apoyada en recortes de gasto, una subida del margen bruto y una reducción de inventarios, según informó este miércoles la compañía finlandesa de

bebidas. El grupo registró un EBITDA comparable de 8,8 millones de euros, frente a 8 millones un año antes, lo que supone un avance del 9,7%.

La facturación neta cayó un 4% y se situó en 135,8 millones de euros. La empresa atribuyó esa bajada a menores volúmenes promocionales de vino en Dinamarca, a la pérdida previa de actividad en servicios de llenado y a cambios en la cartera de socios de espirituosos aplicados en 2025, que siguen afectando al primer semestre de este ejercicio. El efecto favorable del tipo de cambio compensó parte de esa presión sobre las ventas.

El EBITDA fue de 6,7 millones de euros, por debajo de los 8,9 millones del mismo periodo del año anterior. El flujo neto de caja procedente de las actividades operativas fue negativo en 34,5 millones, una cifra que la empresa considera habitual en el primer trimestre por la estacionalidad y por el calendario de pagos de impuestos especiales. Aun así, mejoró respecto al año anterior gracias a una gestión más eficiente del capital circulante y a una reducción de inventario de 29,1 millones.

Anora explicó que su programa Fit, Fix, Focus empieza a dar resultados. Entre las medidas aplicadas citó la puesta en marcha de una plataforma SAP común, la reducción del gasto operativo y el ajuste organizativo anunciado con anterioridad, que permitió rebajar los costes de personal en el trimestre. También señaló una mejora del margen bruto hasta el 46,7% sobre ventas netas.

Por segmentos, el negocio de vino redujo sus ventas netas un 11,4%, aunque mejoró su EBITDA comparable por las medidas para contener gastos. El área de espirituosos bajó un 6,4% en ventas netas, pero elevó su margen bruto dos puntos hasta el 47,5%. La división industrial fue la más favorable del trimestre: aumentó sus ventas externas un 14,9% y mejoró su rentabilidad por el mayor volumen en fabricación para terceros, etanol, almidón y servicios logísticos en Noruega.

La compañía también informó de avances comerciales en sus mercados nórdicos. En Suecia reforzó su segunda posición en el canal monopolio gracias a nuevas alianzas. En Finlandia lanzó F.FWD Fast Forward, su primer producto funcional RTD con cafeína. En los países bálticos introdujo Buzzballz cocktails. Koskenkorva siguió teniendo buen comportamiento en la categoría de licores.

La deuda financiera neta sobre EBITDA comparable bajó a 2,1 veces desde 3,1 veces un año antes. Anora dijo que mantiene una posición de liquidez sólida y prevé para 2026 un EBITDA comparable de entre 74 y 79 millones de euros, frente a los 71,1 millones logrados en 2025.

La empresa advirtió además de que el consumo de bebidas alcohólicas en sus mercados clave seguirá bajo presión estructural durante este año y más allá. En ese escenario, insistió en que seguirá centrada en reducir complejidad interna, mejorar márgenes y caja y dar prioridad al crecimiento de sus marcas principales.