vinetur

Edrington acusa el frenazo del whisky de lujo con una caída del 14% en ingresos

The Macallan resiste con sus gamas centrales mientras flojean las botellas más exclusivas

miércoles 1 de julio de 2026



Edrington, grupo escocés propietario de The Macallan, Highland Park y Brugal, cerró su ejercicio fiscal con una caída del 14% en los ingresos, según los resultados publicados el pasado 30 de junio por la compañía y recogidos por The Spirits Business. En los doce meses terminados el 31 de marzo, la facturación se situó en 922,3 millones de libras,

frente a los 1.070 millones del ejercicio anterior.

La empresa atribuye buena parte de ese descenso a una menor salida de sus referencias de mayor precio dentro del whisky escocés, en especial las expresiones de 25 y 30 años. Ese retroceso pesó sobre las cuentas pese al mejor comportamiento de gamas más accesibles de The Macallan, una de las marcas centrales del grupo.

El beneficio antes de intereses e impuestos bajó un 25%, hasta 226,6 millones de libras, mientras que el beneficio antes de impuestos cayó un 23%. Edrington también informó de que su ingreso básico, calculado sobre las ventas de sus marcas a tipo de cambio constante, retrocedió un 3%, hasta 855 millones de libras.

Dentro de ese resultado hubo trayectorias distintas según la marca y el tipo de producto. La compañía explicó que la debilidad en las botellas más exclusivas fue compensada en parte por el avance a doble dígito en las ventas netas del whisky The Macallan de 12 años. Además, el volumen de la gama principal de The Macallan subió un 11%.

Según Edrington, The Macallan ganó cuota de mercado en varios mercados clave de Asia-Pacífico, América, Reino Unido y Europa. La empresa también señaló una mejora del ingreso básico en Europa, Oriente Medio y África, junto con un buen comportamiento en China. En Norteamérica, el grupo aseguró haber evolucionado mejor que la categoría del single malt, que atraviesa una fase de menor dinamismo.

Highland Park siguió una dirección distinta. Edrington vinculó la caída de sus ventas a un entorno comercial más duro en sus mercados principales. En cambio, Brugal avanzó impulsada por Estados Unidos y Suecia. The Glenrothes también registró subidas a doble dígito, apoyadas por su referencia de 15 años y por el lanzamiento de The 51.

El presidente del grupo, Angus Cockburn, describió el ejercicio 2025/26 como un año marcado por factores externos que han afectado al negocio. Entre ellos citó una menor confianza del consumidor, más regulación pública, una mayor carga fiscal y el aumento del coste operativo, con especial incidencia en Reino Unido. También indicó que la política comercial siguió influyendo en la actividad del grupo, aunque valoró el regreso al comercio sin aranceles con Estados Unidos tras el compromiso de ese país de retirar

el gravamen al whisky escocés.

El consejero delegado, Scott McCroskie, afirmó que la demanda del consumidor en la parte más alta del catálogo sigue débil, mientras las gamas centrales mantienen una evolución más favorable. A su juicio, esa combinación explica que la empresa haya podido mejorar de forma moderada su contribución básica pese a un mercado menos dinámico.

Las cifras ofrecen una señal relevante para el sector de bebidas porque apuntan a un ajuste dentro del segmento premium del whisky. Para productores y distribuidores puede ser una referencia útil a la hora de revisar inventarios, precios y mezcla de producto si el consumidor mantiene una mayor cautela en las compras discrecionales y concentra parte del gasto en referencias menos caras dentro de marcas conocidas.

Las cuentas del ejercicio también estuvieron condicionadas por cambios en la cartera del grupo. Edrington recordó que su beneficio declarado se vio afectado por actividades interrumpidas relacionadas con The Famous Grouse, marca que vendió a William Grant & Sons en julio de 2025. Esa operación ayudó además a reducir la deuda neta un 62%, hasta 265 millones de libras.

Este mes, la compañía salió también del negocio del whiskey estadounidense con la venta de su participación del 80% en Wyoming Whiskey. En sus resultados financieros, Edrington explicó que el deterioro contable aplicado a los activos de esa firma reflejaba los problemas persistentes en la categoría del whiskey americano y las previsiones para la marca.

McCroskie añadió que el grupo tuvo que ajustar su tamaño y su estructura para adaptarse tanto a los cambios estratégicos como a las condiciones comerciales. Ese proceso incluyó recortes de empleo ligados al paso hacia una organización basada en funciones.

Durante el último ejercicio Edrington abrió además una filial en India. El consejero delegado definió ese país como el mayor mercado del mundo por volumen para el whisky escocés y como una oportunidad a largo plazo para la empresa.

La lectura que deja este cierre fiscal es doble. Por un lado, confirma que incluso grupos con marcas muy consolidadas notan la debilidad del consumo en los productos más caros. Por otro, muestra que las gamas centrales pueden amortiguar parte del golpe cuando conservan presencia comercial y capacidad para ganar cuota en varios mercados. En un momento en que muchas compañías revisan sus planes para vinos premium, destilados y otras bebidas alcohólicas, los resultados de Edrington refuerzan la idea de que el precio final y el equilibrio entre volumen y valor vuelven a ocupar un lugar central en las decisiones empresariales.