vinetur

Naked Wines acelera su giro hacia un negocio más pequeño y rentable

La compañía eleva margen y caja pese al desplome del 20% en ingresos por su ajuste comercial

jueves 23 de julio de 2026



Naked Wines cerró su ejercicio fiscal 2026 con una mejora de la rentabilidad y de la caja, aunque con una caída de ingresos del 20%, dentro de una estrategia centrada en reducir tamaño para operar con un núcleo de negocio más rentable. La compañía,

especializada en venta online de vino y financiación anticipada a bodegueros independientes, publicó este jueves, 23 de julio, sus resultados auditados de las 52 semanas terminadas el 30 de marzo.

La empresa informó de un EBITDA ajustado de £7,6 millones, excluidos la liquidación de inventario y los costes asociados, por encima del rango previsto de entre £5,5 millones y £7,5 millones. Naked Wines afirma que esa cifra supone un avance del 35% interanual a tipo de cambio constante. En el apéndice de indicadores, la comparación con FY25 sitúa el EBITDA ajustado en £6,7 millones el año anterior, lo que equivale a un alza del 13%.

Los ingresos bajaron hasta £199,1 millones, frente a £250,2 millones en FY25. A tipo de cambio constante, el descenso fue del 18%. La compañía atribuye esa evolución a su decisión de aplicar más disciplina al gasto comercial y captar menos clientes, pero con mayor valor. Su consejero delegado, Rodrigo Maza, señaló que durante FY26 la empresa introdujo “disciplina” sobre cada coste e inversión y adquirió menos clientes, aunque con mejor perfil económico.

El margen bruto mejoró hasta el 19,9%, desde el 18,4% del ejercicio anterior. Naked Wines relaciona esa subida con aumentos de precios, mejoras en la economía del primer pedido, menores gastos logísticos y cambios en provisiones de inventario. Maza añadió que la revisión de precios tuvo un efecto claro sobre la rentabilidad, sobre todo en el cuarto trimestre, y que ese impacto será mayor en FY27 al recogerse durante todo el año.

La caja neta, excluidos los pasivos por arrendamiento, alcanzó £33,4 millones al cierre del ejercicio, frente a £30,1 millones un año antes. La empresa precisa que esa posición se logró después de devolver £6 millones a los accionistas mediante recompras. Sin ese programa, la generación de caja subyacente habría sido de £9 millones en el ejercicio. El flujo de caja libre fue de £10,6 millones, por debajo de los £18,5 millones de FY25, debido sobre todo a que la reducción del inventario avanzó a menor ritmo mientras los niveles se normalizan en Reino Unido y Australia.

El inventario total, incluidos los pagos escalonados a bodegueros, se redujo hasta £97,2 millones desde £107,6 millones. La caída fue de £10,4 millones, aunque £3,9 millones corresponden a divisa y ajustes no monetarios. Naked Wines asegura que es su nivel más bajo en cinco años.

En resultados estatutarios, la pérdida antes de impuestos aumentó hasta £6,3 millones desde £4,9 millones. Esa cifra incluye £6 millones en partidas ajustadas, frente a £1,3 millones en FY25. Entre ellas figuran £3,5 millones por reestructuración, £1,8 millones por deterioro de activos no corrientes y £0,7 millones por baja de costes de software.

En el plano operativo, la retención de miembros subió al 76%, un punto más que en FY25. El ingreso por miembro fue de £388 frente a £395. La empresa sostiene que esa métrica mejora un 1% a tipo constante. El coste de adquisición por cliente pasó de £74 a £76, aunque Naked Wines asegura que bajó en divisa constante y que las medidas aplicadas en la segunda mitad del ejercicio ya están dando una mejora importante en FY27. El plazo para recuperar la inversión en captación se redujo a 42 meses desde 75 meses. El índice NPS avanzó a 77 desde 76.

La compañía ejecutó una recompra total ligada al ejercicio por £6 millones. Según sus datos, £5 millones estaban ya ejecutados al 30 de marzo y el tramo final, cercano a £1 millón, se completó a comienzos de junio; otra referencia interna fija la finalización el 12 de junio. El volumen total asciende a 7,7 millones de acciones e implica el 10,5% del capital emitido al inicio de abril de 2025.

Para FY27, Naked Wines prevé ingresos de entre £158 millones y £175 millones; un EBITDA ajustado de entre £7,6 millones y £9 millones; y caja neta excluidos arrendamientos de entre £34 millones y £42 millones. La guía parte del supuesto de que seguirá aplicando el plan estratégico anunciado en marzo de 2025 y contempla además $14 millones en costes por liquidación de inventario hasta el final de FY30.

La empresa sostiene que ya ha ejecutado e identificado £25 millones en ahorros anualizados desde marzo de 2025, por encima del objetivo previo de medio plazo de £23 millones. A su juicio, ese ahorro tendrá pleno efecto en FY27 y compensará además los gastos ligados al despliegue de una nueva plataforma tecnológica externa. En abril anunció una mejora amplia de su plataforma digital mediante la migración a un

entorno SaaS operado por un tercero. Naked Wines espera con ello reducir gastos futuros y mejorar la experiencia del cliente y varios indicadores comerciales, aunque admite posibles efectos transitorios durante la transición.

Maza afirmó que el número de miembros y los ingresos aún no se habrán estabilizado en FY27, pero sostuvo que seguirán mejorando la rentabilidad, la generación de caja y la calidad de la base de clientes. La empresa también reafirmó su objetivo de generar más de £45 millones de caja antes de distribuciones hasta el final de FY30. De esa cantidad, calcula que ya ha obtenido £9 millones.

El presidente del grupo, Jack Pailing, defendió que la empresa ha dejado atrás prácticas orientadas a captar compradores atraídos por descuentos intensos para sostener una estructura pensada para un negocio mucho mayor. A su juicio, Naked Wines no puede ganar en los tramos más baratos del mercado frente a distribuidores con más escala y debe centrarse en clientes que valoran el trabajo del bodeguero y una relación más directa con los productores.

Ese giro tiene interés para el sector de bebidas porque apunta a una tendencia dentro del canal directo al consumidor en vino: menos volumen y más control del margen para proteger caja y rentabilidad. Ese movimiento puede influir tanto en la financiación disponible para bodegueros independientes como en la política comercial y los precios finales al consumidor en mercados como Reino Unido.

Además del programa ya completado este ejercicio, Naked Wines prevé nuevas distribuciones a accionistas en FY27. Reuters recoge que la compañía considera que sus avances en EBITDA ajustado y caja neta reflejan progreso dentro de una estrategia enfocada en control del gasto, generación de caja y reajuste hacia un negocio más pequeño y rentable.