vinetur

MGP Ingredients sufre un desplome del 42% en destilación para terceros

La caída de brown goods lastra ventas, beneficio y márgenes pese a mantener sus previsiones anuales

jueves 30 de julio de 2026



MGP Ingredients cerró el segundo trimestre de 2026 con una caída de ventas, beneficio y márgenes, aunque mantuvo sin cambios sus previsiones para el conjunto del ejercicio y aprobó un dividendo trimestral de 0,12 dólares por acción. La compañía,

especializada en bebidas espirituosas de marca, destilación para terceros e ingredientes alimentarios, comunicó este miércoles, 29 de julio, que obtuvo unas ventas consolidadas de 124,4 millones de dólares entre abril y junio, un 15% menos que en el mismo periodo de 2025.

El beneficio bruto se situó en 46,5 millones de dólares, frente a los 58,4 millones de un año antes, y el margen bruto bajó del 40,1% al 37,4%. El beneficio neto fue de 12 millones de dólares, por debajo de los 14,4 millones del segundo trimestre del año pasado. El beneficio por acción básico quedó en 0,55 dólares, frente a 0,67 dólares. En términos ajustados, el beneficio neto fue de 15,8 millones y el beneficio por acción básico ajustado alcanzó 0,72 dólares, frente a 20,9 millones y 0,97 dólares un año antes. El EBITDA ajustado descendió un 23%, hasta 27,6 millones de dólares.

La presidenta y consejera delegada, Julie Francis, afirmó que el EBITDA ajustado y el beneficio por acción básico ajustado quedaron por encima de lo que esperaba la empresa. Francis atribuyó ese comportamiento al avance del porfolio premium plus, con Penelope Bourbon y Yellowstone como principales apoyos, y a una mejora en algunas marcas de precio medio y bajo. También señaló que Ingredient Solutions elevó sus ventas gracias a una demanda firme y a mejoras en la fiabilidad operativa.

La caída del negocio consolidado se explica sobre todo por el retroceso previsto en las ventas de brown goods dentro de Distilling Solutions, una división muy seguida por el mercado porque da servicio a otras marcas y operadores del sector. Ese descenso solo se compensó en parte con el aumento de ventas en Ingredient Solutions. Para fabricantes y distribuidores de bebidas alcohólicas, estas cifras apuntan a una menor tracción en determinadas categorías de destilado envejecido y nuevo, además de presión sobre márgenes en actividades de destilación y mezcla. Ese movimiento puede influir en inventarios, planificación comercial y uso de capacidad en los próximos meses.

El resultado operativo cayó hasta 17,7 millones de dólares. La empresa atribuye esa bajada al menor aporte de Distilling Solutions e Ingredient Solutions y a una provisión por pérdidas crediticias ligada a la quiebra de un cliente. En base ajustada, el resultado operativo fue de 20,1 millones, un 30% menos.

Los gastos de publicidad y promoción bajaron un 18%, hasta 5,7 millones de dólares. MGP Ingredients relaciona ese descenso con el calendario anual del gasto y con una asignación más concentrada hacia las oportunidades con mayor potencial comercial. Los gastos de venta, generales y administrativos retrocedieron un 13%, mientras que la cifra ajustada cayó un 19% y representó el 15% de las ventas consolidadas.

En Branded Spirits, la división de marcas propias aguantó mejor que el resto del grupo. Sus ventas fueron de 59,6 millones de dólares, un 1% menos que los 60,5 millones del segundo trimestre de 2025. El beneficio bruto también cedió un 1%, hasta 31,6 millones. Pese a ello, el margen bruto mejoró ligeramente desde el 52,8% al 53%.

La empresa precisa que, si se excluye la categoría “otros productos”, compuesta sobre todo por embotellados para marca blanca, las ventas del área subieron un 3%, lo que supone su mayor ritmo de avance en dos años. Dentro del segmento premium plus, las ventas aumentaron un 5%. Penelope Bourbon avanzó un 13%, mientras que Yellowstone registró un fuerte impulso apoyado en una edición limitada. Las ventas combinadas del catálogo medio y económico mejoraron levemente y las referencias de precio medio crecieron un 5%.

El deterioro más acusado volvió a concentrarse en Distilling Solutions. Esta división facturó 29,2 millones de dólares en el trimestre, un 42% menos que los 50 millones del mismo periodo del año anterior. El beneficio bruto cayó un 40%, hasta 11,3 millones. Aun así, el margen bruto pasó del 37,6% al 38,7%.

MGP Ingredients señala que la menor demanda tanto de whisky destilado envejecido como nuevo siguió pesando sobre esta actividad y provocó una caída del 59% en las ventas de brown goods. La mejora del margen respondió a una mezcla más favorable y a medidas internas de ahorro. Los ingresos por servicios de almacén subieron a un ritmo alto de un solo dígito porcentual gracias, en parte, a una ampliación de la oferta.

Ingredient Solutions fue la única división con aumento de ingresos. Sus ventas alcanzaron los 35,5 millones de dólares, un 2% más que los 35 millones del segundo trimestre de 2025. Sin embargo, su beneficio bruto se redujo un 53%, hasta 3,6 millones, y el margen bruto cayó del 21,7% al 10,1%.

La compañía atribuye esa presión sobre la rentabilidad al mayor gasto asociado al flujo residual del almidón, pese a las mejoras operativas registradas durante el trimestre. El aumento de ventas vino impulsado por precios y mezcla favorables en proteínas especiales de trigo y almidones, además del mayor volumen vendido en biocombustible y otros subproductos.

Para todo 2026, MGP Ingredients mantuvo su guía sin cambios. La empresa espera unas ventas anuales entre 480 y 500 millones de dólares. El EBITDA ajustado previsto se sitúa entre 90 y 98 millones y el beneficio por acción básico ajustado entre 1,50 y 1,80 dólares. La compañía calcula unas inversiones cercanas a los 20 millones durante el ejercicio completo.

Además, revisó su previsión sobre la tasa fiscal efectiva para este año hasta aproximadamente el 23%, tras una modificación reciente en la legislación tributaria del estado de Kansas que obligó a revalorar pasivos fiscales diferidos.

En el acumulado hasta el 30 de junio, las ventas sumaron 230,8 millones de dólares frente a los 267,1 millones del mismo periodo del año anterior. El grupo registró unas pérdidas netas atribuidas a la empresa matriz de 122,8 millones de dólares, frente al beneficio neto atribuido de 11,4 millones en la primera mitad de 2025. Esa cifra semestral quedó muy afectada por cargos por deterioro y otros ajustes.

En su cuenta semestral figura un cargo por deterioro y otros conceptos por valor de 180,3 millones de dólares. En flujo de caja operativo, la empresa pasó a consumir caja: registró una salida neta de 40,7 millones hasta junio frente a una entrada neta positiva de 56,4 millones un año antes.

La deuda también ganó peso en balance. A cierre del semestre, la ratio de apalancamiento sobre deuda neta era de 3,5 veces frente a las 1,8 veces registradas un año antes en la métrica comparativa facilitada por la empresa para el segundo trimestre. La caja disponible era de 17,8 millones de dólares al cierre del pasado 30 de junio.

El inventario ascendía a 408,4 millones de dólares frente a los 382,7 millones contabilizados al cierre de diciembre. La deuda financiera con vencimiento corriente era de 6,4 millones y la deuda a largo plazo alcanzaba los 166,9 millones. A eso se sumaban pagarés convertibles sénior por valor de 196,3 millones.

El consejo declaró un dividendo trimestral de 0,12 dólares por acción ordinaria. El pago se realizará el próximo 28 de agosto a los accionistas registrados al cierre del próximo día14de agosto.