vinetur

Yongshuntai recorta un 48,32% sus ventas en los mercados exteriores

El beneficio atribuible se desploma un 69,55% en plena caída del negocio de malta

miércoles 26 de agosto de 2026



La china Yongshuntai, proveedora de malta para la elaboración de cerveza, redujo casi a la mitad sus ventas en mercados exteriores durante el primer semestre. La compañía informó este miércoles, 26 de agosto, de que su facturación fuera de China fue de 452

millones de yuanes entre enero y junio, un 48,32% menos que un año antes.

La comparación sitúa el nivel previo en torno a 875 millones de yuanes. Eso supone una caída de unos 423 millones en el negocio exterior en solo seis meses, un recorte de gran tamaño para una empresa ligada al suministro de una materia prima básica para la industria cervecera.

El deterioro no se limitó al canal exterior. Los ingresos del negocio principal de malta bajaron un 14,62%, hasta 1.823 millones de yuanes. Son cerca de 312 millones menos que en el mismo periodo del año anterior. Esa línea siguió concentrando casi toda la actividad de Yongshuntai, con el 95,17% de la facturación.

La presión también se trasladó a la rentabilidad. El margen bruto de la malta pasó del 12,43% al 8,60%, una bajada de 3,83 puntos porcentuales. En una empresa de materias primas, un movimiento así suele reflejar menos capacidad para mantener márgenes cuando se debilitan las ventas o pesan más los gastos ligados a producción, energía, transporte o divisas.

El beneficio atribuible se redujo aún más que los ingresos. Yongshuntai ganó 51 millones de yuanes en el semestre, un 69,55% menos. El flujo de caja operativo retrocedió un 81,17%, hasta 218 millones de yuanes, lo que apunta a una entrada de caja mucho menor en el negocio ordinario.

Las cifras ofrecen una señal clara sobre la cadena de suministro cervecera, tanto en China como fuera del país. La malta es uno de los insumos básicos de la cerveza y su evolución sirve para medir la actividad de las cerveceras, aunque de forma indirecta. En el caso de Yongshuntai, además, la partida de malta incluye productos especiales y referencias para whisky, por lo que no permite aislar qué parte corresponde solo a la cerveza.

Aun así, la caída del negocio exterior tiene valor como indicador. Para una empresa de este perfil, vender menos fuera de su mercado doméstico puede traducirse en una menor utilización de capacidad y en más presión sobre los márgenes, sobre todo cuando el tipo de cambio y los costes industriales reducen el rendimiento de cada operación.

El recorte en ventas exteriores fue mucho más intenso que el descenso del negocio principal de malta. Esa diferencia sugiere que la debilidad se concentró en mayor medida en los mercados de fuera de China que en la actividad doméstica. Al mismo tiempo, el desplome del beneficio y de la caja operativa muestra que la pérdida de ingresos no se quedó en la línea comercial, sino que afectó de lleno al resultado y a la liquidez generada por la empresa.