vinetur

Purcari eleva su rentabilidad operativa pese a vender un 6,8% menos

Rumanía presiona la facturación del grupo, con Bulgaria por delante de Polonia

viernes 28 de agosto de 2026



Purcari Wineries cerró el primer semestre de 2026 con menos ventas y mejor rentabilidad operativa. La compañía comunicó este martes, 25 de agosto, unos ingresos de 182,2 millones de lei rumanos, frente a 195,4 millones en el mismo periodo de 2025. El retroceso fue de 13,2 millones, un 6,8%.

Pese a esa caída, el beneficio bruto de explotación, o Ebitda, subió un 6%, hasta 51,9 millones de lei, desde 49,1 millones. El margen Ebitda pasó del 25,1% al 28,5%, una mejora de 3,4 puntos porcentuales. La empresa atribuye esa evolución a eficiencias operativas y a una disciplina de gasto más estricta.

El resultado neto fue de 15,1 millones de lei, frente a 15,64 millones un año antes, un descenso del 3,4%. Aun así, el margen neto avanzó del 8,0% al 8,3%. Purcari señala que la mejora del Ebitda no compensó unas amortizaciones y unos gastos financieros más altos.

También mejoró el margen bruto. El beneficio bruto pasó de 87,2 a 82,5 millones de lei, un 5% menos, mientras que el margen bruto subió del 44,6% al 45,3%. Esa combinación refleja que el grupo vendió menos, pero con una mezcla de producto y una eficiencia mejores que en el primer semestre de 2025.

Rumanía, su mayor mercado, explicó buena parte del ajuste. Las ventas allí bajaron un 9,5%, hasta 105 millones de lei, en un entorno de endurecimiento fiscal y menor consumo. El grupo añade que el descenso se concentró en los volúmenes de la marca Purcari.

Bulgaria ofreció la evolución opuesta. La facturación en ese país avanzó un 23,6%, hasta 10,3 millones de lei, apoyada en mayores volúmenes y en la ganancia de cuota de mercado. Con ello, Bulgaria quedó por delante de Polonia entre los mercados del grupo.

En Moldavia, los ingresos subieron un 0,7%, hasta 29,4 millones de lei. Purcari describe ese mercado como prácticamente estable, con un avance moderado de la marca Purcari y un comportamiento sin apenas cambios de Bardar.

El negocio en el resto de Europa central y oriental registró un descenso del 14,9%, ligado al paso a nuevos acuerdos de distribución. La empresa añade que el ritmo de la caída fue menor que en el primer trimestre a medida que avanza el nuevo esquema comercial.

Fuera de esa región, los ingresos cedieron un 5,3%. Purcari apunta a un buen comportamiento en Turquía, que compensó solo en parte la debilidad de Asia y de otros mercados de exportación.

Las cifras del segundo trimestre reflejan una parte de esa tendencia. Entre abril y junio, la facturación fue de 92,6 millones de lei, un 11% menos que un año antes. El Ebitda trimestral cayó un 5%, hasta 24,0 millones, aunque su margen mejoró del 24,2% al 25,9%. El beneficio neto del trimestre subió un 6%, hasta 7,0 millones de lei.

Victor Bostan, consejero delegado y fundador de Purcari Wineries, afirmó que la primera mitad del año estuvo marcada por cambios comerciales y por un entorno de consumo más difícil, sobre todo en Rumanía. También señaló que el grupo está terminando un ciclo inversor intenso y que, con la vendimia cerca, aprecia señales iniciales favorables para una segunda mitad del ejercicio con más fuerza.