vinetur

Mi Campo se dispara un 51% en Estados Unidos dentro de Constellation Brands

El tequila figura entre los motores del avance del 10,2% en vino y destilados

miércoles 7 de octubre de 2026



Mi CAMPO Tequila registró un aumento aproximado del 51% interanual en sus depletions en Estados Unidos durante el segundo trimestre fiscal de 2027 de Constellation Brands, cerrado el 31 de agosto. La empresa publicó el dato este martes,

6 de octubre, en sus resultados trimestrales. En la terminología de la compañía, las depletions miden las ventas de los distribuidores al comercio minorista con base en datos de terceros.

El avance de Mi CAMPO quedó muy por encima del 10,2% que anotó en el mismo periodo el negocio de vino y destilados en su conjunto. Constellation atribuyó ese crecimiento de la división, en términos de salidas al mercado, a dos marcas concretas: Kim Crawford, con un alza cercana al 11%, y Mi CAMPO, con ese 51%.

La mejora de la marca de tequila llegó en un trimestre en el que la división de vino y destilados también elevó sus envíos un 15,4%, hasta 1,5 millones de cajas de nueve litros. Las ventas netas pasaron de 136,0 millones de dólares a 159,4 millones, un 17% más. El resultado operativo cambió de unas pérdidas de 19,8 millones a un beneficio de 6,1 millones.

El margen operativo del área se situó en el 3,8%, frente al -14,6% del mismo trimestre del ejercicio anterior. Constellation atribuye esa mejora a un efecto favorable en el coste de ventas por recuperaciones de aranceles en Estados Unidos y a menores gastos de marketing, además de otros ahorros en gastos generales y administrativos vinculados a sus medidas de optimización y reestructuración.

La empresa no desglosó el volumen absoluto de Mi CAMPO ni su facturación propia. Eso impide medir cuánto del avance de la marca se tradujo en cajas vendidas o en ingresos directos. Los 159,4 millones de dólares y el beneficio operativo comunicados corresponden al conjunto del negocio de vino y destilados, no al tequila por separado.

El peso de esa división dentro de Constellation sigue siendo reducido frente al negocio de cerveza, que continúa siendo la principal fuente de ingresos del grupo. Entre junio y agosto, la rama cervecera facturó 2.473,6 millones de dólares, con un alza del 5%, y obtuvo un beneficio operativo de 964,2 millones, un 1% más. Sus envíos subieron un 5,5%, aunque sus depletions bajaron un 0,6%.

En el conjunto del grupo, las ventas netas trimestrales alcanzaron 2.633,0 millones de dólares, un 6% más que un año antes. El beneficio por acción comunicado fue de 3,32 dólares, frente a 2,65 dólares en el mismo periodo del ejercicio anterior. El beneficio

neto atribuible a la compañía subió de 466,0 millones a 565,8 millones.

Constellation también señaló que su cartera de vino y destilados avanzó por encima de la categoría total en ventas en dólares y en volumen en los canales monitorizados por Circana en Estados Unidos. Dentro del vino, la empresa situó a su cartera como la tercera que más cuota ganó en valor dentro de la categoría total.

Pese al buen trimestre en vino y destilados, Constellation mantuvo para todo el ejercicio fiscal 2027 su previsión de ventas orgánicas para esa división en una horquilla de entre el -1% y el 1%. La empresa prevé además un margen operativo anual de entre el 5% y el 6% para ese negocio.