vinetur

BrewDog impulsa el negocio de bebidas de Tilray hasta casi el 40% de sus ingresos

La división creció un 82% y Tilray sopesa nuevos ajustes en su cartera de cerveza artesanal

sábado 10 de octubre de 2026



Tilray Brands atribuyó este viernes, 9 de octubre, a la integración de BrewDog buena parte del avance de su negocio de bebidas en el primer trimestre de su ejercicio fiscal 2027. La compañía informó de que su facturación neta total alcanzó los 257,1 millones

de dólares, un 23% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior, mientras que los ingresos de bebidas subieron un 82% interanual, hasta 101,5 millones.

Las cifras muestran un peso mayor de la división de bebidas dentro del grupo. Si se comparan ambos datos, esa área aportó cerca del 39,5% de la facturación trimestral total. La diferencia entre el alza del negocio de bebidas y la del conjunto de la empresa apunta a que la compra de BrewDog tuvo un efecto visible en la mezcla de ingresos al inicio del nuevo ejercicio.

La empresa vinculó esa mejora a BrewDog, que pasó a formar parte de su estructura en un momento en el que varias compañías del mercado estadounidense de cerveza artesanal revisan su cartera de marcas y su red de distribución. En ese mismo mensaje, la dirección de Tilray planteó nuevos ajustes en su negocio cervecero artesanal en Estados Unidos, aunque por ahora no han trascendido detalles sobre el alcance de esas medidas ni sobre los activos que podrían verse afectados.

Ese punto tiene interés para el sector de bebidas porque refleja una pauta que se repite entre grandes operadores: las compras pueden aportar volumen y reforzar la facturación en poco tiempo, pero eso no evita nuevas revisiones internas cuando persiste la presión sobre márgenes, marcas y canales de venta. En la cerveza artesanal de Estados Unidos, esa combinación está llevando a muchas empresas a ordenar su catálogo, recortar estructuras o concentrar recursos en enseñas con mayor salida comercial.

Tilray también hizo referencia a una nueva prórroga de una prohibición relacionada con productos de cáñamo. La compañía no aportó en este avance más datos sobre esa medida, pero la mención deja claro que la regulación sigue condicionando una parte de su actividad más allá de la cerveza. Para un grupo con intereses en varias categorías, el calendario normativo puede alterar tanto el ritmo comercial como las decisiones de inversión.

Los 101,5 millones de dólares del negocio de bebidas convierten a esa división en una pieza cada vez más relevante dentro de las cuentas trimestrales de Tilray. En términos absolutos, el aumento de 82% supera con mucha distancia el 23% registrado por la facturación total del grupo. Esa diferencia sugiere que, al menos en este arranque del

ejercicio fiscal 2027, la aportación de BrewDog pesó más que la de otras áreas del negocio.

La lectura para el mercado estadounidense es doble. Por un lado, una adquisición bien integrada puede cambiar en pocos meses la dimensión de una división de bebidas. Por otro, el hecho de que Tilray estudie más ajustes en su cartera de cerveza artesanal indica que el tamaño por sí solo no resuelve los problemas de rentabilidad y distribución que siguen presentes en buena parte del sector. A eso se añade la incertidumbre regulatoria en torno al cáñamo, un factor que obliga a las empresas con exposición a esa categoría a operar con más cautela.