vinetur

Constellation Brands reduce ingresos un 10% pero vuelve a beneficios tras un año de pérdidas

El negocio cervecero resiste pese a la caída de volumen y la presión de costes, mientras el segmento de vinos y licores se desploma

jueves 9 de abril de 2026



Constellation Brands, la empresa estadounidense dedicada a la producción y comercialización de cerveza, vino y licores, ha presentado este jueves, 9 de abril, sus resultados financieros correspondientes al ejercicio fiscal 2026, finalizado el 28 de febrero. La compañía ha informado de una facturación neta de 9.139 millones de

dólares, lo que supone una caída del 10% respecto al año anterior. El beneficio neto atribuible a la empresa alcanzó los 1.687 millones de dólares, frente a las pérdidas registradas en el ejercicio previo.

El negocio cervecero sigue siendo el principal motor de la compañía en Estados Unidos. Durante el año fiscal, Constellation Brands logró aumentar su cuota en valor dentro del mercado estadounidense monitorizado por Circana, superando en dos puntos porcentuales el crecimiento del conjunto del sector cervecero en ventas por valor. En el cuarto trimestre, las ventas netas del segmento de cerveza crecieron un 1%, impulsadas por un aumento del 1,1% en los envíos y una política de precios favorable. Sin embargo, el volumen total anual descendió un 3,8%, afectando a marcas como Modelo Especial (caída cercana al 3%), Corona Extra (descenso del 7%) y Modelo Chelada (bajada del 1%). Por otro lado, las marcas Pacifico y Victoria experimentaron incrementos superiores al 15% y al 16%, respectivamente.

La rentabilidad operativa del segmento cervecero se vio presionada por el aumento de los costes de producción, especialmente debido a los aranceles sobre el aluminio y una menor absorción de costes fijos por la reducción de volúmenes. El margen operativo anual se situó en el 38%, lo que representa una bajada de 170 puntos básicos respecto al año anterior.

En cuanto al negocio de vinos y licores, la compañía ha sufrido un descenso importante tras la venta de parte de sus activos en este segmento durante el ejercicio. Las ventas netas cayeron un 51% anual y los volúmenes enviados descendieron un 62,4%. Esta evolución responde principalmente a las desinversiones realizadas en junio de 2025 y a cambios contractuales con distribuidores. El margen operativo pasó del 19,5% al 1,3%. No obstante, la cartera restante superó al conjunto del mercado estadounidense tanto en ventas por valor como en volumen durante el año fiscal.

A nivel consolidado, Constellation Brands generó un flujo de caja operativo de 2.669 millones de dólares y un flujo libre de caja de 1.794 millones. La empresa destinó más de 1.600 millones a retribuir a sus accionistas mediante dividendos y recompra de acciones propias; solo durante el ejercicio fiscal se destinaron 924 millones a recompras y otros 75 millones adicionales durante marzo.

El consejo de administración aprobó este martes un dividendo trimestral en efectivo de 1,03 dólares por acción ordinaria clase A, con fecha prevista de pago para el próximo 14 de mayo.

De cara al ejercicio fiscal 2027, la dirección prevé que las ventas netas orgánicas se mantengan estables o sufran ligeros descensos o subidas (entre -1% y +1%), tanto para el conjunto del grupo como para cada uno de sus segmentos principales. El beneficio por acción estimado se sitúa entre los 11,10 y los 11,80 dólares en términos reportados y entre los 11,20 y los 11,90 dólares ajustados. La compañía espera generar entre 2.400 y 2.500 millones en flujo operativo y entre 1.600 y 1.700 millones en flujo libre.

Bill Newlands, presidente y consejero delegado saliente, ha señalado que la empresa mantuvo su enfoque disciplinado pese a las condiciones cambiantes del mercado durante el último año fiscal. Garth Hankinson, vicepresidente ejecutivo y director financiero, ha subrayado que se superaron las expectativas internas sobre generación de caja libre y que se mantuvo la calificación crediticia con grado de inversión.

Constellation Brands opera principalmente en Estados Unidos y México dentro del segmento cervecero con marcas como Corona Extra, Modelo Especial o Pacifico; en vinos cuenta con etiquetas como Robert Mondavi Winery o Kim Crawford; mientras que en licores gestiona marcas como Mi CAMPO Tequila o High West Whiskey.

La compañía ha retirado su previsión financiera para el ejercicio fiscal 2028 debido a la incertidumbre sobre la evolución económica internacional y posibles cambios regulatorios o comerciales que puedan afectar a su actividad futura.