vinetur

Diageo supera previsiones y da aire a Dave Lewis

La mejora en Guinness impulsa las ventas, pero Norteamérica sigue hundiendo al grupo británico

miércoles 6 de mayo de 2026



Diageo superó las previsiones de ventas orgánicas en el tercer trimestre fiscal, pero la debilidad en Norteamérica siguió pesando sobre el grupo británico de bebidas espirituosas, que prepara una nueva etapa bajo el mando de Dave Lewis. La compañía,

propietaria de marcas como Johnnie Walker y Guinness, registró un avance orgánico de 0,3% en las ventas netas, frente al descenso de 2,3% que esperaba el mercado.

El impulso llegó sobre todo por la fuerte demanda de Guinness en Reino Unido e Irlanda y por el aumento de existencias en América Latina y el Caribe antes del Mundial de fútbol. Ese comportamiento permitió a Diageo superar las previsiones y dio un primer respaldo a Lewis, que asumió el cargo con la tarea de recuperar el crecimiento del grupo.

La reacción en Bolsa fue inmediata. Las acciones de Diageo subieron 5% a las 09.19 GMT tras la publicación de los resultados. El mercado recibió con alivio unas cifras mejores de lo previsto, después de varios trimestres marcados por ventas flojas y por la presión de los inversores sobre la anterior dirección.

Pese a ello, Estados Unidos siguió siendo el principal problema para la empresa. Las ventas en Norteamérica cayeron 9,4%, una caída que Lewis calificó como el mayor obstáculo para reactivar el negocio. El directivo explicó que ya se están aplicando medidas para corregir esa situación, entre ellas rebajas de precios en algunas marcas de tequila como Casamigos.

Lewis también afirmó ante los inversores que la compañía ha realizado un trabajo “fundamental” para mejorar su posición competitiva en distintas partes del mundo. Según dijo, algunas intervenciones dentro del grupo ya están dando respuesta con rapidez, aunque reconoció que la recuperación en Norteamérica llevará más tiempo.

Su llegada a Diageo ha generado expectativas de cambio tras varios años de ventas planas o a la baja y una creciente frustración entre los accionistas durante el mandato de Debra Crew. Lewis se ganó en el sector el apodo de “Drastic Dave” por sus recortes de costes en Tesco y Unilever, y en Diageo ha movido ficha con rapidez: en febrero rebajó la previsión anual de ventas y redujo a la mitad el dividendo intermedio.

La empresa mantuvo sus previsiones para el conjunto del ejercicio, aunque advirtió de que sigue atenta al impacto del conflicto en Oriente Medio sobre la energía, el suministro y la distribución. El director financiero, Nik Jhangiani, señaló que el grupo puede aumentar inventarios o acelerar envíos si fuera necesario para responder a

posibles alteraciones.

En paralelo, Diageo admitió que la demanda mundial de bebidas espirituosas se ha resentido por el encarecimiento del coste de vida y por cambios en los hábitos de consumo. A eso se suma ahora la tensión derivada de la guerra entre Irán e Israel, que puede presionar aún más el gasto de los consumidores y elevar los costes de insumos como las botellas de vidrio.

Lewis presentará su estrategia completa en agosto. Hasta entonces, Diageo seguirá tratando de sostener el impulso logrado fuera de Estados Unidos mientras intenta frenar la caída en su mayor mercado.