vinetur

Diageo gana aire tras romperse la fusión de Pernod Ricard y Brown-Forman

Lewis prepara su primer examen con ventas flojas y presión para relanzar Johnnie Walker y Guinness

viernes 8 de mayo de 2026

Diageo ha recibido un alivio en un momento delicado. Las conversaciones para una posible fusión entre Pernod Ricard y Brown-Forman se han roto, lo que reduce la presión sobre el grupo británico justo cuando su nuevo consejero delegado, Dave Lewis, intenta ordenar el negocio.

La operación habría unido al segundo grupo mundial de bebidas espirituosas con el fabricante de Jack Daniel’s y habría creado un rival de mayor tamaño para Diageo. Sin ese movimiento, la amenaza inmediata para el líder del sector pierde fuerza, aunque los analistas advierten de que la situación de fondo no cambia: la compañía sigue obligada a mejorar ventas y rentabilidad tras varios ejercicios flojos.

Lewis asumió el cargo en enero y presentará sus primeros resultados trimestrales este miércoles. El mercado espera señales sobre su plan para corregir la debilidad comercial del grupo, dueño de marcas como Johnnie Walker y Guinness. Entre las medidas que baraja figuran una apuesta mayor por las bebidas de gran consumo, posibles ajustes de precios y una revisión del servicio a mayoristas y minoristas.

Según HSBC, el problema de Diageo no pasa solo por sus rivales. Para este banco, la cuestión principal es que la empresa ha perdido capacidad para liderar el mercado con solidez. Esa lectura coincide con la visión de varios inversores, que piden cambios tras

años de ventas estancadas y una evolución bursátil peor que la de otros grupos del sector.

La caída de las conversaciones entre Pernod Ricard y Brown-Forman también modifica el mapa competitivo en mercados clave como Estados Unidos, India y China. Una unión entre ambas compañías habría reforzado su cartera de whisky y su red de distribución. Pernod factura unos 11.000 millones de euros al año, mientras que Brown-Forman aporta alrededor de 4.000 millones de dólares. Juntas habrían recortado distancia con los 20.250 millones de dólares que Diageo ingresó en su último ejercicio.

El sector atraviesa además un periodo complicado por el encarecimiento de la vida, los cambios en los hábitos de consumo, los aranceles y el impacto que algunos analistas atribuyen a los fármacos para perder peso sobre la ingesta de alcohol. En ese escenario, Diageo espera comunicar este miércoles una caída del 2,3% en sus ventas netas del tercer trimestre.

Lewis llega con fama de gestor duro desde su etapa en Unilever, donde se ganó el apodo de “Drastic Dave” por sus recortes y cambios comerciales. En Diageo todavía no ha presentado su estrategia completa, pero sí ha dejado claro que quiere corregir lo que considera un servicio muy deficiente a clientes mayoristas y minoristas.

La desaparición de esta posible fusión no elimina por completo el riesgo competitivo. Sazerac, controlada por la familia Goldring, apareció en abril con una propuesta que valoraba Brown-Forman en unos 15.000 millones de dólares. Con unos 6.000 millones de dólares en ventas anuales, ya figura entre los mayores grupos del sector y una compra le daría más peso en el mercado estadounidense del whisky.

Para Diageo, cualquier movimiento así tendría efectos mixtos. Por un lado, un rival más fuerte presionaría más en Estados Unidos; por otro, las grandes fusiones suelen tensar las relaciones con distribuidores y obligan a las empresas a centrar recursos en integrar negocios y vender activos si intervienen los reguladores. Eso puede abrir espacio a otros grupos para ganar terreno en categorías concretas.

Aun así, los analistas insisten en que el resultado final dependerá menos de lo que hagan Pernod Ricard o Brown-Forman y más de si Lewis logra reactivar el crecimiento orgánico de Diageo y atraer nuevos consumidores a sus marcas principales.