vinetur

Diageo sufre un desplome en Estados Unidos

La presión comercial y la menor demanda hunden sus ventas de espirituosas en su principal mercado

lunes 11 de mayo de 2026



Diageo registró una caída del 15,4% en las ventas de espirituosas en Estados Unidos durante el tercer trimestre de su ejercicio fiscal 2026, en un periodo marcado por una demanda más débil y una mayor presión comercial en su principal mercado. La compañía informó de que, en los tres meses cerrados el 31 de marzo, sus ventas netas alcanzaron 4.480 millones de dólares, con un avance orgánico del 0,3% interanual y un aumento reportado del 2,3%.

El grupo explicó que el volumen total vendido subió un 0,4% en el trimestre, pero reconoció que las condiciones de negocio en Norteamérica fueron difíciles. Esa región aporta el 38% de las ventas netas del grupo y generó unos ingresos netos orgánicos de 1.710 millones de dólares, un 9,4% menos que en el mismo periodo de 2025.

El consejero delegado, Dave Lewis, señaló que la cartera de productos en la región necesita ganar competitividad para mejorar su evolución en el mercado. La empresa vinculó parte de la debilidad a una menor demanda de la categoría y a una presión comercial más intensa.

Dentro del mercado estadounidense, la categoría de tequila registró una caída de doble dígito. Diageo atribuyó ese comportamiento a una demanda más floja, a una rivalidad comercial más fuerte y a la comparación con un ejercicio anterior más favorable. La compañía añadió que los envíos a distribuidores recibieron cierto apoyo por compras de inventario realizadas antes del próximo Mundial de fútbol, previsto para junio.

Fuera de Estados Unidos, el negocio de Asia-Pacífico bajó un 0,8% en ventas netas orgánicas. La empresa citó una demanda más débil en la Gran China y la continuidad de la debilidad en los licores blancos chinos. También indicó que las ventas de baijiu en China siguieron cayendo a doble dígito.

En esa misma región, la cartera internacional de espirituosos premium avanzó a ritmo bajo de un dígito gracias al calendario del Año Nuevo chino. India registró un crecimiento alto de un dígito, sin contar el estado de Maharashtra, donde unos impuestos especiales más altos afectaron a las ventas durante el trimestre.

En América Latina y el Caribe, Diageo informó de un crecimiento orgánico del 16,2%, impulsado por compras de distribuidores ligadas a torneos de fútbol y por la demanda asociada a Semana Santa. Brasil anotó un aumento a doble dígito y México tuvo una caída alta de un dígito.

En África, las ventas netas orgánicas subieron un 17,1%, apoyadas por avances a doble dígito en Tanzania, Uganda y Sudáfrica. La empresa señaló que las ventas de espirituosas en la región estuvieron impulsadas por Kenya Cane y por bebidas listas para tomar como Smirnoff Ice.

Europa cerró el trimestre con un crecimiento orgánico del 8,8%, respaldado por las ventas de Guinness en Gran Bretaña e Irlanda y por una mayor demanda de espirituosas en Oriente Medio, Norte de África, Europa central y oriental y Turquía.

Diageo mantuvo su previsión para el ejercicio fiscal 2026, con una caída orgánica de las ventas entre el 2% y el 3%. La compañía también confirmó que su programa Accelerator sigue su curso para lograr ahorros por 300 millones de dólares al cierre del ejercicio financiero.