vinetur

United Spirits atribuye a Maharashtra la caída de sus destilados premium en India

Sin ese estado, el volumen habría crecido un 6,4% y las ventas netas un 14,8%

viernes 31 de julio de 2026



United Spirits, filial india de Diageo, atribuye a Maharashtra el retroceso registrado en su negocio de destilados premium durante el primer trimestre de su ejercicio fiscal 2026-2027. La compañía sostiene que la caída del 1,3% en volumen de su división Prestige & Above en el conjunto del país entre abril y junio no refleja la marcha general

del mercado indio, ya que sin ese estado las ventas habrían subido un 6,4%.

La diferencia entre ambos datos es de 7,7 puntos porcentuales y concentra buena parte de la lectura del trimestre. La empresa vincula esa divergencia a los cambios regulatorios aplicados en Maharashtra, uno de los mercados con más peso para el grupo en India.

En valor, el contraste también fue amplio. Las ventas netas del segmento Prestige & Above avanzaron un 10,1% en términos declarados, pero habrían aumentado un 14,8% si se excluye Maharashtra. Son 4,7 puntos más. En esa división se agrupan categorías como whisky, vodka, ginebra y otros destilados premium.

La transcripción de la presentación de resultados publicada este jueves, 30 de julio, incorpora ese desglose territorial y las explicaciones de la dirección. Los resultados financieros del trimestre ya se habían dado a conocer este miércoles, 22 de julio.

United Spirits cerró el trimestre con unos ingresos consolidados de 6.122 crore de rupias, frente a 5.823 crore en el mismo periodo del ejercicio anterior. El aumento fue de 299 crore, alrededor del 5,1%. En términos individuales, los ingresos por operaciones se situaron en 6.113 crore de rupias, también por encima de los 5.823 crore registrados un año antes.

El beneficio bruto de explotación, EBITDA, alcanzó 432 crore de rupias, un 4,1% más interanual, con un margen del 16%. El beneficio después de impuestos subió un 51% hasta 391 crore. El beneficio consolidado del periodo fue de 463 crore de rupias, frente a 417 crore en el primer trimestre del ejercicio fiscal anterior.

La compañía afirma que el comportamiento de su cartera Prestige & Above compensó el efecto negativo derivado de Maharashtra. Dentro de esa gama, varias marcas aportaron crecimiento. Royal Challenge superó los 10 millones de cajas en los últimos doce meses móviles y Signature entró en el grupo de enseñas que superan los 1.000 crore de rupias en ventas netas, con lo que United Spirits suma ya cuatro marcas por encima de ese umbral.

Smirnoff también tuvo un papel relevante en el trimestre. La empresa cifra en 250 crore de rupias sus ventas netas en el primer trimestre, una cantidad que casi iguala todo su ejercicio fiscal 2025-2026. United Spirits atribuye ese avance a innovaciones con sabores locales.

De cara al resto del ejercicio fiscal 2026-2027, la compañía mantiene su previsión de crecimiento de dos dígitos para Prestige & Above. Su objetivo pasa por elevar entre un 5% y un 6% los volúmenes y entre un 6% y un 7% la combinación de precio y mezcla comercial. También prevé mantener la inversión en publicidad y promoción en una horquilla del 10,5% al 11%.

United Spirits espera además una segunda mitad del ejercicio mejor que la primera por el impulso previsto en Karnataka y por la aplicación del acuerdo comercial entre Reino Unido e India. La empresa considera que ese pacto puede mejorar el acceso al whisky escocés y favorecer una mayor orientación hacia categorías premium.

En paralelo, la compañía mantiene que la venta de RCSPL debería completarse dentro de los doce meses posteriores al anuncio original, siempre pendiente de las autorizaciones regulatorias.

La lectura que traslada la dirección es que el descenso agregado en India estuvo muy condicionado por una sola plaza y no por una debilidad extendida del negocio premium en todo el país. Los datos presentados por United Spirits muestran que, fuera de Maharashtra, tanto el volumen como las ventas netas del segmento avanzaron a un ritmo superior al reflejado en las cifras nacionales del trimestre.