vinetur

Pernod Ricard estudia ya sacar a bolsa su filial india

La normativa local obliga a colocar al menos el 25% del capital

lunes 23 de noviembre de 2026



Pernod Ricard estudia la salida a bolsa de su filial india y prevé que su consejo analice esa opción en enero de 2027, posiblemente en India, si la situación geopolítica lo permite. Alexandre Ricard, presidente del grupo francés, trasladó esa posibilidad a los accionistas el pasado 20 de noviembre en la junta general anual, según informó Reuters. El directivo añadió que los trabajos preparatorios ya están en marcha para

mantener abierta esa vía.

Ricard afirmó que India es “absolutamente estratégica” para la dueña de marcas como Chivas Regal, Royal Stag y The Glenlivet. A su juicio, el país puede superar a Estados Unidos a medio plazo y convertirse en el mayor mercado del grupo por ingresos. Recordó además que, cuando se incorporó a la empresa, India ni siquiera figuraba entre sus 12 primeros mercados y que ahora es el segundo, solo por detrás de EEUU, además de una de las cuatro grandes regiones de Pernod Ricard.

La compañía no ha fijado ni el tamaño ni el calendario de la operación. En la junta, un accionista planteó una colocación superior a 1.000 millones de dólares, pero Ricard no avaló esa cifra. Sí explicó que el consejo le pidió hace alrededor de un año estudiar la lógica estratégica de una eventual cotización de la filial india y que la decisión, si llega, no respondería solo a un objetivo financiero.

El presidente advirtió de que la operación tendría efectos permanentes en la estructura del grupo. La normativa india exige que al menos el 25% del capital de una sociedad cotizada quede en manos del público, por lo que Pernod Ricard tendría que rebajar su participación hasta alrededor del 75%. Ricard señaló que eso supondría renunciar a la propiedad íntegra del negocio local y asumir más trámites regulatorios y administrativos.

Aun así, el grupo ve posibles ventajas. Ricard sostuvo que cotizar en India podría mejorar la relación con reguladores, clientes, proveedores y otros socios locales, además de reforzar el atractivo de la filial para captar perfiles cualificados en un mercado laboral cada vez más disputado. También remarcó que, si el consejo da su visto bueno, lo haría por razones estratégicas ligadas al peso del país dentro de la compañía.

El debate llega mientras las grandes empresas de bebidas alcohólicas revisan su posición en India. Ricard habló de un repunte del nacionalismo económico y de la preferencia del consumidor por marcas producidas en su propio país en mercados emergentes como India, China y África. En esa línea, defendió una estrategia menos occidental, con colaboraciones con artistas locales y una conexión más estrecha entre las marcas internacionales del grupo y los mercados donde se venden.

India también ha cambiado su perfil en bebidas espirituosas durante la última década. El mercado ha pasado de los whiskies mezclados de gran consumo a una mayor presencia de single malts elaborados íntegramente en el país. Pernod Ricard y su rival Diageo han desarrollado sus propios single malts en India para adaptarse a esa evolución de la demanda.

La posible operación se sigue con atención en el negocio de los licores porque confirma el peso que India ha adquirido para las multinacionales del sector. Una colocación parcial de Pernod Ricard India también puede servir de referencia para otras compañías con filiales grandes en el país y dar más visibilidad al mercado indio dentro de la estrategia de grupos extranjeros con ventas muy relevantes allí.

En sus cuentas del ejercicio fiscal 2026, Pernod Ricard India comunicó unos ingresos de 13.315 crore de rupias sin impuestos especiales, un 0,6% más. El beneficio antes de partidas extraordinarias e impuestos subió un 5,7%, hasta 2.483 crore. El beneficio neto pasó de 1.755 a 4.559 crore, impulsado por una ganancia extraordinaria de 3.223 crore ligada a la venta de Imperial Blue a Tilaknagar Industries.

La matriz también ha encontrado en India un apoyo frente a la debilidad de otros mercados. Pernod Ricard comunicó una caída del 0,9% en sus ventas del primer trimestre, afectadas por los descensos en Estados Unidos y China, mientras India ayudó a compensar parte de ese retroceso. United Spirits, controlada mayoritariamente por Diageo, declaró por su parte unas ventas netas de 12.467 crore de rupias en su último ejercicio, un 7,7% más, y un ebitda de 2.286 crore, con un avance del 11%.