vinetur

Pernod Ricard sufre fuerte caída en beneficios

Los beneficios se desploman un 35% por “normalización del mercado”

lunes 2 de septiembre de 2024



El grupo bodeguero y de destilados Pernod Ricard ha registrado una disminución significativa en sus beneficios netos anuales, que cayeron un 35% hasta los 1.480 millones de euros en su ejercicio 2023/24, que finalizó en junio. Esta caída se produce tras dos años de crecimiento notable posterior a la pandemia, y la empresa atribuye el descenso a la "normalización del mercado" y a un entorno económico "incierto", especialmente en China.

Pernod Ricard, que ocupa el segundo lugar mundial en el sector de bebidas alcohólicas y es propietario de unas 240 marcas como Mumm, Jacobs Creek, Absolut o Ballantines experimentó una caída en sus ventas totales del 4%, situándose en 11.600 millones de euros. Este rendimiento ha sido inferior a las expectativas de los analistas consultados por Bloomberg, quienes preveían beneficios de aproximadamente 2.120 millones de euros.

Dos de los mercados clave para Pernod Ricard, Estados Unidos y China, mostraron un rendimiento inferior al esperado. En Estados Unidos, donde la compañía genera una quinta parte de sus ventas, el negocio orgánico cayó un 9%. Según la directora financiera del grupo, Hélène de Tissot, este retroceso se debe a las altas tasas de interés, que llevaron a los distribuidores a reducir sus inventarios para optimizar su tesorería, afectando negativamente las ventas. Aunque se anticipa una posible reducción de las tasas en septiembre, De Tissot advirtió que esto no provocará un cambio radical en el comportamiento del mercado, y que es probable que los ajustes de inventario continúen en el próximo ejercicio.

En China, que representa el 10% de las ventas del grupo, el negocio también se contrajo en un 10% orgánicamente, debido a un "contexto macroeconómico difícil" que está afectando la demanda de los consumidores. Pernod Ricard no espera una mejora significativa en este mercado a corto plazo, anticipando que el año 2025 también será complicado.

Fuera de estos mercados y de Rusia, donde la compañía ha cesado sus ventas, Pernod Ricard logró un crecimiento orgánico del 5% en su facturación, lo cual es visto como un resultado positivo por la empresa. La compañía sigue manteniendo su objetivo de crecimiento futuro de entre 4% y 7% en un horizonte de tres años.

A pesar de que su margen bruto se redujo un 4%, Pernod Ricard ha destacado su éxito en el control de costos y la mejora de la eficiencia operativa, lo que le permitió un incremento de 0,8 puntos en su margen operativo orgánico. Además, la compañía ha decidido vender sus marcas de vinos extranjeros para concentrarse en su portafolio de productos premium.

El grupo ha propuesto un dividendo por acción de 4,70 euros, el mismo que el año anterior, lo que ha superado las expectativas de los analistas y ha generado confianza entre los inversores. En la apertura de la Bolsa de París, las acciones de Pernod Ricard subieron un 1,67%, en un mercado que mostró una ligera alza del 0,14%.