vinetur

RNDC acelera su retirada del mapa del vino en Estados Unidos

Reyes compra 11 territorios y reordena el negocio de distribución en plena caída del mercado

lunes 4 de mayo de 2026



Los principales distribuidores de vino y bebidas espirituosas en Estados Unidos están ajustando sus planes en un mercado que cambia con rapidez y que, según las previsiones del sector, cerrará 2026 con una caída del 1% en los ingresos de

distribución, hasta 70.000 millones de dólares.

La reordenación más visible afecta a Republic National Distributing Co. (RNDC), que sigue reduciendo su presencia tras abandonar el año pasado California, uno de sus mercados más importantes. A esa salida se suma ahora la venta de 11 territorios a Reyes Beverage Group, entre ellos Arizona, Colorado, Florida, Hawái, Luisiana, Maryland, Oklahoma, Carolina del Sur, Texas, Virginia y Washington D. C. La operación está prevista para cerrarse a finales de este mes.

Con esa compra, Reyes entrará por primera vez en varios de esos mercados en el negocio de vino y espirituosos. La compañía podría acercarse este año a unos ingresos de 7.000 millones de dólares en esa división, según la estimación publicada por Shanken News Daily.

RNDC también ha cerrado acuerdos amplios para vender sus territorios de control estatal a Martignetti Companies y su negocio del noroeste del Pacífico a Columbia Distributing. En las llanuras centrales mantiene conversaciones avanzadas con un posible comprador no identificado. Además, en Nueva York, la sociedad conjunta RNDC-Opici ha acordado vender sus derechos de distribución a Manhattan Beer & Beverage. La empresa negocia también con sus socios en Illinois, Kentucky, Indiana y Michigan para definir el futuro de esas filiales.

El movimiento de activos está alterando el reparto entre los grandes distribuidores del país. Southern Glazer’s sigue como primer operador del sector y aspira a facturar 25.500 millones de dólares este año. Breakthru, ya en segunda posición tras los últimos cambios internos del mercado, prevé acercarse a 8.700 millones. Johnson Brothers, cuarto grupo por tamaño, calcula que llegará a 4.000 millones gracias a nuevos proveedores que antes trabajaban con RNDC y a la compra de Maverick Beverage el año pasado.

Wayne Chaplin, consejero delegado de Southern Glazer’s, explicó al medio especializado que tanto el canal hostelero como el de venta fuera del local atraviesan un periodo complicado. Según dijo, el principal factor es la presión económica sobre el consumidor medio y sobre su renta disponible. Añadió que el sector debe cuidar el precio de una copa o una botella para que siga siendo accesible para quien sale a

cenar.

Pese a ese escenario, algunas categorías mantienen un mejor comportamiento. Chaplin señaló que los vinos entre 10 y 20 dólares registran un buen avance, impulsados en buena parte por Josh Cellars. También ve recorrido en los vinos premium y en los espumosos, tanto Champagne como Prosecco. En espirituosos, mencionó el tequila en la franja de precio popular y las botellas pequeñas de 375 ml y 200 ml como líneas con salida comercial. También citó los licores y aperitivos como Campari y Aperol, las bebidas con menor graduación alcohólica y los vinos sin alcohol o con bajo contenido alcohólico.

Michael Johnson, presidente de Johnson Brothers, afirmó por su parte que la empresa mantiene una visión favorable para este año. Recordó que crecieron el ejercicio pasado y que siguen haciéndolo este año, pese a la caída leve del negocio del vino. Añadió que el sector sigue ofreciendo oportunidades para quienes logren adaptarse al nuevo reparto territorial y a la presión sobre el consumo.

Impact Databank publicará un informe completo sobre los principales mayoristas del país en su edición del 1 y 15 de abril.