vinetur

Saltire Rare Malt acelera su mayor expansión internacional con cinco fichajes clave

La embotelladora escocesa refuerza ventas y marketing en Estados Unidos y Asia-Pacífico para ganar presencia directa

viernes 10 de julio de 2026

Saltire Rare Malt, embotelladora independiente de whisky escocés, ha incorporado a cinco profesionales para reforzar su red comercial en Norteamérica y Asia-Pacífico dentro de lo que la empresa define como su mayor expansión internacional hasta la fecha. El movimiento fue comunicado este martes, 8 de julio, y responde al aumento de la demanda de Scotch en varios mercados fuera de Reino Unido.

La compañía, fundada en 2024 en Falkland, en la región escocesa de Fife, busca ampliar su presencia entre distribuidores, importadores, coleccionistas y clientes del canal profesional. Según la información difundida por la propia firma y recogida por The Drinks Business, las nuevas incorporaciones se reparten entre ventas, desarrollo de negocio, promoción de marca y marketing de producto.

Gary Clark asumirá el puesto de director nacional de ventas para Estados Unidos. Jared Card será embajador de marca para la zona del Mid-Atlantic y George B. Summer ocupará esa misma función en Nueva York. Laura Sol se incorpora como responsable de desarrollo de negocio y Kotaro Kurihara será especialista en marketing de producto para Asia-Pacífico.

Con este equipo, Saltire Rare Malt pretende ganar presencia directa en dos áreas que concentran una parte relevante del consumo internacional de whisky premium: Estados Unidos y varios mercados asiáticos. La empresa ya había colocado sus embotellados entre coleccionistas y socios comerciales de Europa, Norteamérica, Asia y Sudáfrica, pero ahora quiere afianzar esa red con personal propio sobre el terreno.

La firma nació a partir de la relación profesional y personal entre Nigel Heywood y Keith Rennie, que compartían el objetivo de llevar el whisky escocés a más mercados internacionales. En ese proyecto también colaboran los especialistas Hans y Becky Offringa, conocidos en el sector como The Whisky Couple.

Keith Rennie explicó que la intención de la empresa desde su inicio ha sido construir una compañía internacional de whisky escocés sin apartarse de la tradición del país. En sus declaraciones, señaló que las nuevas contrataciones aportan conocimiento del mercado, experiencia comercial y relaciones con operadores del sector que pueden ayudar a ampliar el alcance de la marca.

La operación tiene interés para el negocio de las bebidas porque apunta a un mayor empuje de los embotelladores independientes de Scotch en mercados exteriores. Si esta expansión se consolida, importadores y distribuidores podrían encontrar más oferta disponible en determinadas plazas, aunque también cabe la posibilidad de que aumente la presión sobre existencias limitadas en algunas referencias muy buscadas por coleccionistas.

El paso dado por Saltire Rare Malt se produce en un momento en el que muchas empresas del whisky intentan reforzar su presencia fuera de sus mercados tradicionales mediante estructuras comerciales más próximas al cliente final y al canal especializado. En el caso del Scotch independiente, esa estrategia suele apoyarse en series limitadas, perfiles diferenciados y una relación estrecha con tiendas especializadas, clubes privados y compradores con interés por botellas singulares.

La compañía no ha detallado cifras de inversión ni objetivos concretos de ventas ligados a esta ampliación. Tampoco ha precisado qué mercados concretos de Asia-Pacífico tendrán prioridad en esta nueva fase. Sí ha dejado claro que su intención es fortalecer alianzas comerciales y llevar sus whiskies a un número mayor de

consumidores, coleccionistas y socios profesionales.

Para el mercado estadounidense, donde el whisky escocés mantiene una base sólida tanto en hostelería como en retail especializado, contar con responsables propios puede facilitar acuerdos con importadores estatales y mejorar la visibilidad ante compradores profesionales. En Asia-Pacífico, donde conviven plazas maduras con otras todavía en desarrollo para el Scotch premium, disponer de una figura centrada en marketing de producto puede ayudar a adaptar mejor el mensaje comercial a cada mercado.

Saltire Rare Malt es una empresa joven dentro del panorama del whisky escocés independiente. Su decisión de ampliar plantilla fuera de Escocia indica que quiere acelerar su implantación comercial antes que limitarse a un crecimiento gradual desde origen. Para distribuidores y operadores del sector, este tipo de movimientos suele ser una señal útil para medir qué marcas buscan ganar espacio en categorías donde la disponibilidad, la imagen de marca y la relación con el canal pesan tanto como el propio producto.