vinetur

Stoli vuelve al mercado de Estados Unidos tras cerrar un acuerdo con sus acreedores

Regreso gradual del vodka en tiendas, bares y restaurantes según el estado y el canal

domingo 15 de noviembre de 2026



Stoli Group ha retomado su actividad en Estados Unidos tras cerrar un acuerdo con sus acreedores y poner en marcha un nuevo esquema de importación y distribución para su vodka. La vuelta al mercado empezó este sábado, 14 de noviembre, después de

varios meses de reestructuración ligados al proceso concursal abierto este año por los problemas financieros de la empresa.

La compañía se acogió a la quiebra en 2026 por esas dificultades económicas. El pacto alcanzado ahora le permite reanudar las operaciones en el mercado estadounidense mientras el procedimiento sigue su curso, una situación que suele condicionar el ritmo de reposición en tiendas, hostelería y otros canales de venta.

La reactivación comercial se apoya en MHW como importador y en acuerdos de distribución que deberán desplegarse de forma paulatina. Eso implica que el regreso de la marca no será inmediato ni uniforme en todo el país y que su disponibilidad puede variar según el estado y el canal.

Stoli afirma que su prioridad es recuperar cuota en Estados Unidos. Para ello, prevé apoyarse en nuevas campañas de marketing y en una oferta de producto pensada para el consumidor actual, con la intención de reconstruir su presencia tras la insolvencia.

Analistas del sector valoran el movimiento de forma positiva y creen que puede reactivar el interés del consumidor por la marca y favorecer una mejora de las ventas. Al mismo tiempo, recuerdan que el vodka es una categoría con fuerte presión comercial, donde perder presencia durante varios meses suele traducirse en menos espacio en los lineales y en las cartas de bares y restaurantes.

Para el negocio de las bebidas alcohólicas, la vuelta de Stoli va más allá de una sola marca. Reordena parte de la red de importación y distribución de un grupo internacional de destilados en Estados Unidos y puede mover posiciones entre mayoristas, distribuidores y puntos de venta en uno de los mayores mercados del mundo.

El caso también refleja la dificultad de recuperar terreno tras una insolvencia. En este sector, volver a colocar producto no depende solo de resolver la deuda: hace falta restablecer contratos, asegurar el suministro y convencer de nuevo a distribuidores y compradores de que la operativa puede mantenerse con normalidad.