vinetur

Canadá desploma sus compras de alcohol estadounidense por la guerra comercial

Las importaciones caen más de 70% tras los aranceles y el boicot provincial a vinos, cervezas y destilados de EE UU

jueves 7 de mayo de 2026



Canadá ha reducido de forma muy fuerte sus compras de vino, cerveza y destilados de Estados Unidos tras la escalada comercial entre Ottawa y Washington y la respuesta de varias provincias canadienses, que retiraron productos estadounidenses de sus tiendas

y aplicaron aranceles del 25%. El resultado ha sido una caída superior al 70% en las importaciones de alcohol estadounidense en apenas un año, según el análisis del profesor Andrew Muhammad, economista agrícola especializado en comercio.

Entre 2022 y 2024, Canadá absorbía alrededor del 35% de las exportaciones de vino de Estados Unidos, más del 15% de las de cerveza y hasta el 13% de las de destilados. Ese peso se apoyaba en la cercanía geográfica, en el consumo estable de los principales mercados provinciales y en un acceso comercial que durante años fue casi libre de aranceles gracias al antiguo Tratado de Libre Comercio de América del Norte y a su sucesor, el acuerdo entre Estados Unidos, México y Canadá.

La situación cambió en febrero de 2025, cuando Donald Trump impuso aranceles del 25% a Canadá y México alegando una emergencia de seguridad nacional. La medida fue anulada después por el Tribunal Supremo estadounidense en febrero de 2026, pero para entonces ya había provocado una respuesta canadiense con aranceles equivalentes sobre unos 30.000 millones de dólares en bienes estadounidenses y con medidas no arancelarias que afectaron de lleno al alcohol.

En varias provincias, las autoridades del sector retiraron vinos, cervezas y destilados estadounidenses de los lineales y suspendieron nuevas compras. Ocho de las diez provincias canadienses aplicaron restricciones parciales o totales a estas importaciones. En algunos casos, los productos fueron retirados también de las plataformas online y se pidió limitar la presencia de marcas procedentes de estados que habían apoyado a Trump.

El golpe fue especialmente duro para el vino. Las exportaciones estadounidenses a Canadá pasaron de 460 millones de dólares a 103 millones. La cuota del vino estadounidense en el mercado canadiense bajó del 21% al 5%. En destilados, las ventas cayeron de 238 millones a 89 millones, y en cerveza, de 47 millones a 17 millones. En conjunto, las exportaciones estadounidenses de alcohol a Canadá bajaron desde 744 millones hasta 208 millones.

Muhammad sostiene que este caso muestra cómo un mercado puede cerrarse con rapidez cuando un producto queda atrapado en una disputa política. También apunta que, una vez que los consumidores se acostumbran a otras marcas o a productos

nacionales, recuperar ese espacio resulta difícil para los exportadores afectados.

La tensión no terminó con el acuerdo parcial alcanzado en el verano de 2025, que alivió parte de los aranceles sobre bienes que cumplían con el USMCA. Las restricciones sobre el alcohol estadounidense siguieron vigentes. En abril de 2026, el representante comercial estadounidense Jamieson Greer advirtió que los gravámenes sobre bienes industriales canadienses seguirían activos e incluso podrían endurecerse si Ottawa no retiraba sus limitaciones al alcohol procedente de Estados Unidos. El primer ministro canadiense, Mark Carney, respondió con dureza a esa advertencia.

Los datos comerciales muestran además que los canadienses no han bebido menos alcohol en conjunto. Lo que ha cambiado es el origen. En vino, la cuota estadounidense dentro del total importado por Canadá pasó del 21% en 2024 al 5% en 2025. En destilados bajó del 24% al 10%, y en cerveza del 13% al 5%. Al mismo tiempo, aumentaron las compras a otros países: las importaciones canadienses de cerveza subieron un 9%, las de vino un 15% y las de destilados un 7%.

El sector privado también percibe ese cambio. Craig Peters, consejero delegado de Barnburner Whiskey, explicó a la revista VinePair que muchos bares están reorganizando sus cartas y dando más espacio a marcas canadienses o a bebidas procedentes de otros países. Según su visión, ya no se trata solo de sustituir una botella por otra, sino de rehacer parte de la oferta habitual detrás de la barra.