vinetur

La devolución millonaria de los aranceles de Trump desata una batalla en el vino

Importadores y proveedores chocan por repartirse reembolsos sin reglas claras en una cadena comercial fragmentada

viernes 5 de junio de 2026



La anulación judicial de una parte de los aranceles aprobados por Donald Trump ha abierto en Estados Unidos un proceso de devoluciones que afecta de lleno al negocio del vino y las bebidas espirituosas. La decisión del Tribunal Supremo, conocida este

año, declaró ilegales muchos gravámenes aplicados a importaciones del Reino Unido y de la Unión Europea, y obligó a la Administración a poner en marcha un sistema para tramitar reembolsos a los importadores. El problema ahora no es solo técnico. La gran pregunta en el sector es quién debe quedarse ese dinero dentro de una cadena comercial en la que fabricantes, importadores, distribuidores y minoristas repartieron el impacto de los aranceles de formas muy distintas.

Los gravámenes anulados se habían aprobado en abril de 2025 al amparo de la Emergency Powers Act. La medida fijó un arancel del 10% para productos británicos y del 15% para mercancías procedentes de la UE, entre ellas vinos y espirituosos. El 20 de febrero, el Tribunal Supremo concluyó que esa base legal no era válida para sostener buena parte de esas tasas. Cuatro días después, los importadores dejaron de pagarlas y el Tribunal de Comercio Internacional pasó a supervisar el proceso de devolución.

La magnitud económica del expediente es muy elevada. Las estimaciones que maneja el sector sitúan el volumen total de reembolsos en unos 166.000 millones de dólares, con una parte cercana al 10% vinculada a empresas de vino y bebidas espirituosas. Para gestionar esa avalancha, la oficina de Aduanas activó una plataforma digital que permite presentar solicitudes mediante cargas masivas de datos. Los reembolsos empezaron a procesarse electrónicamente el pasado 11 de mayo y, según los datos recogidos por medios especializados estadounidenses, las peticiones pasaron de unas 55.000 en los primeros días a cerca de 85.000 al cierre de la primera semana.

La rapidez del sistema no ha evitado la confusión comercial. En muchos casos, el importador figura como receptor formal del dinero porque es quien aparece ante Aduanas como responsable del despacho. Pero eso no significa que haya soportado por sí solo el golpe económico. Durante meses, muchas empresas pactaron soluciones privadas para repartir el efecto del arancel: descuentos temporales, créditos comerciales, aplazamientos de pago o absorción parcial del sobreprecio por parte del proveedor. Buena parte de esos acuerdos se cerró sin cláusulas específicas para un supuesto como el actual, en el que un tribunal declara ilegal el gravamen tiempo después.

Esa falta de reglas previas complica cualquier reparto automático. Algunas compañías asumieron internamente la subida para no perder cuota en el mercado estadounidense. Otras trasladaron una parte al distribuidor o al comercio minorista. También hubo casos en los que el incremento llegó al consumidor final mediante precios más altos en tienda o en hostelería. Por eso, aunque la devolución salga desde la Administración hacia el importador, dentro del sector nadie da por hecho que ese dinero le corresponda íntegramente.

Alison Leavitt, directora ejecutiva de la Wine and Spirits Shippers Association, explicó a The Spirits Business que la sentencia fue recibida por muchas empresas como una victoria legal, pero añadió que resolver quién soportó realmente el perjuicio es mucho más difícil. Según su análisis, no hubo una respuesta uniforme ante los aranceles y una misma empresa pudo actuar de varias maneras según el proveedor con el que trabajara. Esa diversidad hace que cada expediente tenga un recorrido distinto y obliga a revisar contratos, facturas y descuentos aplicados durante meses.

Rob Maron, vicepresidente sénior de política comercial internacional y acceso a mercados del Distilled Spirits Council of the US (Discus), coincide en que no existe una pauta común ni instrucciones oficiales sobre cómo repartir las devoluciones dentro de la cadena. La Administración federal no ha fijado criterios para decidir si el dinero debe quedarse en manos del importador o si debe compartirse con proveedores y otros operadores que absorbieron pérdidas. En la práctica, cada empresa tendrá que negociar caso por caso.

Las grandes multinacionales parten con cierta ventaja administrativa. Grupos con estructuras integradas verticalmente pueden compensar internamente parte del daño sufrido por sus filiales y ordenar mejor sus cuentas. La situación es más delicada para pequeños importadores independientes y distribuidores medianos, que dependen de acuerdos comerciales más fragmentados y tienen menos margen financiero para absorber meses de incertidumbre. En esos casos, la devolución puede convertirse en un foco adicional de tensión con proveedores extranjeros o con clientes nacionales.

La posibilidad de que una parte del dinero llegue al consumidor parece remota. El motivo es simple: rastrear cuánto pagó cada comprador por efecto directo del arancel resulta muy difícil cuando intervienen varios escalones comerciales entre la aduana y la caja registradora. Aun así, en Estados Unidos ya se ha hablado de posibles demandas colectivas y algunos estados estudian fórmulas para devolver fondos a contribuyentes mediante rebajas fiscales u otras medidas similares. Por ahora no hay un mecanismo general aprobado y la previsión más extendida es que casi todo el dinero permanezca dentro del circuito empresarial.

La situación se ha complicado aún más porque la anulación judicial no puso fin a los aranceles sobre estos productos. Tras conocerse el fallo sobre las tasas impuestas bajo poderes de emergencia, Trump aprobó otro régimen arancelario al amparo de la sección 122 de la Trade Act de 1974. Esa nueva tanda entró en vigor el 24 de febrero con un tipo universal del 10%. También está siendo recurrida ante los tribunales y al menos una resolución del Tribunal de Comercio Internacional ya ha considerado ilegal uno de esos gravámenes. Si esa línea judicial prospera, podría abrirse otra ronda de devoluciones e incluso pagos con intereses.

Para las empresas del sector, eso crea una paradoja difícil de gestionar: algunas empiezan a recuperar dinero por unos aranceles anulados mientras siguen pagando otros nuevos cuya validez también está en duda. Esa combinación complica la planificación financiera, altera márgenes y obliga a revisar precios con frecuencia en un mercado muy sensible tanto para las bebidas premium europeas como para las marcas estadounidenses con actividad exterior.

El caso tiene además una lectura política y comercial más amplia. La industria recuerda que durante años funcionó un marco sin aranceles entre Estados Unidos, Reino Unido y la Unión Europea para buena parte del comercio transatlántico de bebidas alcohólicas. Ese esquema favorecía tanto a exportadores europeos como a productores estadounidenses de bourbon o Tennessee whiskey. Una parte relevante del sector confía en volver a ese modelo cuando termine esta etapa marcada por litigios y cambios regulatorios.

Al mismo tiempo, desde Discus se subraya que la Casa Blanca mantiene conversaciones con distintos socios comerciales para abrir mercado a los destilados estadounidenses mediante acuerdos bilaterales más concretos que los grandes tratados tradicionales. Entre los países citados por esa patronal figuran Argentina, Camboya, Malasia, Taiwán, Indonesia y Ecuador, donde se han producido rebajas o eliminaciones arancelarias para bebidas espirituosas procedentes de Estados Unidos.

Mientras esas negociaciones avanzan, importadores y distribuidores siguen centrados en una cuestión inmediata: ordenar miles de operaciones cerradas durante más de un año bajo reglas cambiantes y decidir cómo repartir unas devoluciones millonarias cuya titularidad económica real no siempre coincide con quien figura en los documentos aduaneros. En vinos y espirituosos, donde las cadenas comerciales suelen ser largas y los acuerdos privados abundan, ese trabajo promete alargarse durante meses.