vinetur

# El vino importado se moviliza en Estados Unidos ante nuevos aranceles de Trump

El sector avisa de que gravar referencias europeas dañaría empleo, precios y ventas de vino estadounidense

martes 30 de junio de 2026



La Us Wine Trade Alliance (USWTA), que agrupa a operadores del comercio del vino en Estados Unidos, ha lanzado un nuevo llamamiento contra la posible imposición de aranceles adicionales del 10% a productos de varias zonas del mundo, entre ellas la

Unión Europea. La medida, que por ahora no incluye de forma expresa al vino, está siendo estudiada por la Administración de Donald Trump a través de la Oficina del Representante de Comercio de Estados Unidos (USTR), dentro de una investigación basada en la Section 301 sobre medidas adoptadas por gobiernos extranjeros contra el trabajo forzoso.

La organización ha pedido a importadores, distribuidores y otros profesionales del sector que firmen una carta antes del próximo 3 de julio para remitirla al USTR antes del próximo 6 de julio, fecha límite fijada para presentar valoraciones. En ese escrito, la USWTA sostiene que el vino importado representa entre el 60% y el 70% del negocio de muchos comerciantes estadounidenses y que su peso es básico para el funcionamiento del mercado interior del vino en el país.

Según el texto difundido por la alianza, muchos vendedores no pueden comercializar vino estadounidense sin una cartera sólida de referencias extranjeras. La organización afirma que una parte muy amplia de sus ingresos procede de esas ventas por la fuerte demanda de etiquetas internacionales y por una oferta más amplia que la disponible solo con producción nacional. También sostiene que esa variedad ayuda a ordenar la oferta en tiendas y cartas de restaurantes y facilita la venta posterior de vinos elaborados en Estados Unidos.

La carta añade que los vinos importados sirven como referencia para compradores y consumidores. Según los firmantes, contar con regiones y productores conocidos permite presentar después vinos estadounidenses dentro de una conversación más amplia sobre estilo, tradición y origen. Sin esa base, argumentan, resulta más difícil posicionar los vinos nacionales en el lineal o en la restauración.

La movilización llega en un momento sensible para el comercio exterior del vino. Aunque el nuevo paquete arancelario no menciona todavía esta categoría, la USWTA teme que pueda acabar incluida. La propia organización explica que el Gobierno estadounidense ha solicitado comentarios sobre los tipos arancelarios propuestos, los productos que deberían entrar o quedar fuera de la lista y la eficacia real de aplicar gravámenes concretos para responder a las prácticas investigadas. También se pide a quienes soliciten exclusiones que expliquen si esos aranceles podrían causar

interrupciones graves en el suministro o daños más amplios a la economía del país.

Con ese argumento, la alianza insiste en que gravar el vino importado no afectaría solo a bodegas extranjeras. A su juicio, tendría efectos directos sobre empresas estadounidenses, empleo, ingresos fiscales y consumidores en los cincuenta estados. Para reforzar esa posición, la USWTA participará en la próxima audiencia pública organizada por el USTR sobre este asunto.

En esa sesión intervendrán perfiles de distintos puntos de la cadena comercial. La organización ha anunciado la participación del importador Neal Rosenthal, del productor estadounidense Tim Mondavi y de Kevin Parks, representante comercial de Grassroots Wine en Carolina del Sur. La intención es mostrar que el negocio del vino importado sostiene actividad económica en varios niveles: importación, distribución, venta minorista, hostelería y red comercial ligada al sistema estadounidense de tres escalones.

El mensaje tiene especial peso para los vinos europeos y, dentro de ellos, para países como Italia y Francia, citados por la propia alianza entre los orígenes con mayor presencia en el mercado estadounidense. Estados Unidos es uno de los principales destinos para muchas bodegas europeas y cualquier cambio arancelario puede alterar precios, márgenes comerciales y planificación logística.

Para el sector de bebidas, esta discusión va más allá del vino importado. Si se aplicaran nuevos aranceles, podrían aumentar los precios finales, reducirse surtidos en tiendas y restaurantes y complicarse las decisiones de compra de distribuidores y hosteleros. También podría haber un efecto indirecto sobre otras categorías premium ligadas al canal especializado y a la restauración, donde la amplitud de oferta forma parte del modelo de negocio.

La USWTA ya había intervenido en ocasiones anteriores contra medidas similares y vuelve a poner el foco en una idea central: el vino importado no compite solo con el estadounidense, sino que también ayuda a venderlo. Esa es la tesis que quiere trasladar al Gobierno federal antes de que termine el plazo abierto por el USTR para decidir si sigue adelante con nuevos gravámenes.