vinetur

El vino europeo planta batalla en Washington ante el arancel del 10%

El sector de Estados Unidos avisa de que la tarifa dañaría empleo, distribución y bodegas del país

miércoles 15 de julio de 2026



La U.S. Wine Trade Alliance (USWTA) ha pedido en Washington que el vino quede fuera de un posible arancel adicional del 10% a productos de la Unión Europea y ha advertido de que esa medida perjudicaría a empresas y trabajadores de Estados Unidos. La

asociación trasladó ese mensaje ante la Office of the United States Trade Representative (USTR), dentro de la investigación de la Section 301 sobre políticas vinculadas al trabajo forzoso.

La comparecencia se produjo este martes, 14 de julio, en una audiencia organizada por la USTR en la Court of International Trade. En ese foro, el organismo pidió a los participantes que expusieran también las posibles consecuencias económicas de las tarifas sobre los productos importados.

La USWTA sostiene que el vino europeo y el vino estadounidense no compiten entre sí como categorías opuestas, sino que forman parte del mismo sistema comercial. Su argumento es que ambos pasan con frecuencia por los mismos importadores, distribuidores, agentes comerciales, restaurantes, tiendas especializadas y cadenas de venta, por lo que un golpe a una parte del negocio termina afectando al conjunto.

Para defender esa posición, la asociación coordinó los testimonios de Neal Rosenthal, fundador de Rosenthal Wine Merchant; Tim Mondavi, productor californiano y fundador de Continuum; y Kevin Parks, representante comercial a comisión de Grassroots Wine Wholesalers, en Carolina del Sur.

Rosenthal recordó el papel de los empresarios estadounidenses en la construcción del mercado moderno del vino en el país y en el desarrollo de la red de distribución que sostiene tanto las etiquetas importadas como las producidas en Estados Unidos. Parks afirmó durante la audiencia que fueron los estadounidenses quienes levantaron ese mercado y quienes se benefician de él, y añadió que los vinos importados y los nacionales son complementarios.

Mondavi centró su intervención en el efecto que unos aranceles al vino importado tendrían también sobre las bodegas estadounidenses. A su juicio, cuando los distribuidores pierden fortaleza económica cuentan con menos recursos para contratar personal, ampliar mercado e incorporar nuevas bodegas a sus catálogos. Mondavi sostuvo que, si esas empresas operan bajo presión, todo el sistema se reduce.

La tesis defendida por la USWTA es que debilitar a importadores y distribuidores no traslada de forma automática ventas o cuota a los productores estadounidenses. Al contrario, reduce la capacidad comercial de una red que vende ambas categorías. Parks resumió esa idea con una frase directa: no puede vender vino americano sin una cartera sólida de vinos importados.

La asociación sitúa ahí uno de los puntos centrales del debate. En el sistema estadounidense de tres niveles, una contracción del surtido importado puede reducir facturación, comisiones, empleo y capacidad de inversión en toda la estructura comercial. Para el sector de bebidas, eso puede traducirse en menos importaciones y una rotación más lenta del inventario en Estados Unidos, con presión sobre márgenes y planificación comercial para exportadores europeos.

A la movilización se han sumado WineAmerica y Wine Institute, que han solicitado formalmente a la USTR que excluya de los aranceles tanto al vino como a algunos materiales esenciales para la producción vinícola. Además, representantes comerciales de varios estados firmaron una carta nacional contra esas tarifas.

La USWTA presentó también observaciones detalladas sobre el efecto económico de los aranceles a lo largo de toda la cadena de suministro del vino. Junto a ello entregó una carta firmada por figuras históricas del comercio vinícola estadounidense, entre ellas Neal Rosenthal, Kermit Lynch y Leonardo LoCascio. En ese escrito se recuerda que el mercado estadounidense del vino importado fue construido por empresarios del país y sostiene cientos de miles de empleos en Estados Unidos.

La delegación de la USWTA mantuvo además reuniones con funcionarios de la administración estadounidense para exponer el impacto económico que tendrían las tarifas sobre empresas y trabajadores. De esos encuentros surgieron nuevas peticiones de datos. La asociación asegura que, en menos de 24 horas, más de 100 empresas vinícolas estadounidenses respondieron a una encuesta impulsada por la propia organización, lo que permitió preparar con rapidez un informe sobre las consecuencias negativas de los aranceles para negocios del país.

Ben Aneff, presidente de la USWTA, agradeció la participación de quienes testificaron, firmaron cartas y aportaron información para esa recopilación. Aneff considera que esta movilización puede aumentar las opciones de evitar una subida arancelaria o lograr exclusiones específicas para el vino.