vinetur

Las ventas de vino de Estados Unidos a Canadá se hunden cerca del 90%

La retirada de botellas estadounidenses del canal público canadiense recorta el acceso al mercado

lunes 7 de septiembre de 2026



El Wine Institute, la patronal del vino de California, ha avisado de que las ventas de vino de Estados Unidos a Canadá siguen en niveles muy bajos desde que las provincias canadienses retiraron de sus estanterías públicas el vino, los destilados y la cerveza de origen estadounidense. Julie Berge, vicepresidenta de Comunicación y Relaciones con

los Miembros de la organización, cifró el golpe en una caída cercana al 90% en las exportaciones de vino al mercado canadiense.

Berge explicó el pasado 1 de septiembre que, antes de esas restricciones, las exportaciones de vino de Estados Unidos a Canadá rondaban los 40 millones de dólares al mes, tomando como referencia los niveles comerciales de 2024. Desde marzo de 2025, esa media se ha reducido a algo más de 5 millones mensuales. La diferencia equivale a unos 35 millones de dólares menos cada mes.

La organización sitúa el origen del descenso en la escalada arancelaria abierta en 2025, cuando la Administración estadounidense impuso tarifas a Canadá. Como respuesta, varias provincias canadienses retiraron de las tiendas gestionadas por los poderes públicos los vinos, espirituosos y cervezas elaborados en Estados Unidos a partir de marzo de 2025.

El dato tiene peso para el negocio de las bebidas porque no afecta solo al vino. La retirada de referencias estadounidenses del canal público canadiense modifica de forma directa el acceso al mercado para bodegas, destilerías y cerveceras, y puede obligar a rehacer inventarios, revisar precios y renegociar acuerdos de distribución. En un sector con ventas muy ligadas a campañas comerciales, cupos de importación y espacio en lineal, perder presencia física en tienda tiene un efecto inmediato.

En Canadá, además, la venta minorista de alcohol pasa en varias provincias por redes públicas o fuertemente reguladas. Por eso, cuando una provincia saca un producto extranjero de sus estanterías, el impacto comercial suele ser rápido. No se trata solo de una menor visibilidad ante el consumidor: en muchos casos desaparece uno de los principales puntos de entrada al mercado.

La advertencia del Wine Institute llega al comienzo de septiembre, mes reconocido oficialmente como el Mes del Vino de California y etapa de máxima actividad en la vendimia del estado. Berge vinculó ese arranque de campaña con la situación que atraviesa el sector, que ya arrastraba dificultades antes del choque arancelario con Canadá.

Pese al recorte en las ventas, la directiva trasladó un mensaje de confianza sobre la capacidad de recuperación de la industria y habló de la posibilidad de una nueva etapa de normalización. No aportó fechas ni medidas concretas para ese reajuste, pero sí defendió que el sector mantiene una perspectiva de recuperación tras más de un año con el mercado canadiense muy por debajo de sus cifras habituales.

La comparación entre los datos previos a marzo de 2025 y los posteriores muestra la magnitud del frenazo. Pasar de casi 40 millones de dólares al mes a poco más de 5 millones implica que el flujo comercial actual apenas conserva una pequeña parte del volumen que se movía antes de la respuesta canadiense. Para las bodegas que dependían de ese destino, el cambio reduce ingresos, limita rotación de producto y obliga a buscar salida para parte del stock en otros mercados o en el canal interno.

El caso canadiense se ha convertido así en una referencia clara del efecto que pueden tener las medidas comerciales sobre el negocio de las bebidas alcohólicas. Cuando el conflicto arancelario va acompañado de decisiones sobre surtido y acceso a tienda, el impacto ya no se queda en la frontera o en el precio final: pasa también por la disponibilidad del producto y por la capacidad real de venderlo.