vinetur

EE. UU. endurece el pulso con Canadá: la represalia incluye cerveza, vino y licores

El 87% del veto recae sobre alcohol, con fuerte impacto en pymes dependientes del mercado estadounidense

viernes 2 de octubre de 2026



Estados Unidos activó el 29 de septiembre, a las 00.01 hora del Este, una prohibición sobre importaciones canadienses por un valor cercano a US$1.000 millones, una nueva represalia dentro de la guerra comercial abierta entre ambos países. La medida llega

después de que la Administración de Donald Trump impusiera a finales de agosto aranceles del 50% sobre unos US$20.000 millones en bienes canadienses y de que Ottawa respondiera con gravámenes del 15%, 25% y 50%, según el Gobierno de Canadá.

El veto afecta a una parte pequeña del intercambio total entre los dos países, que ronda los US$880.000 millones al año, pero su efecto es muy distinto al de un arancel para las empresas que dependen del mercado estadounidense. Jacob Jensen, director de política comercial del laboratorio de ideas American Action Forum, calcula que la prohibición cubre US$967 millones en importaciones canadienses con datos de 2025. De esa cifra, el 87% corresponde a alcohol.

Entre los productos incluidos figuran cerveza, vino y bebidas espirituosas como whisky, vodka y ginebra. También aparecen algunas melazas, cerveza sin alcohol, ciertos productos lácteos como el suero y las motocicletas de tres ruedas Can-Am Spyder y Canyon fabricadas por BRP en Quebec.

La diferencia entre un arancel y un veto es, para muchas pymes, la diferencia entre vender con menos margen o dejar de vender. Tasos Angelopoulos, consejero delegado de StockIQ, empresa de software de planificación de cadenas de suministro, sostiene que un arancel permite absorber parte del golpe o trasladar una parte al consumidor, mientras que una prohibición elimina esa opción. Si la empresa no puede redirigir con rapidez el volumen que iba a Estados Unidos, la demanda puede quedar en cero de un día para otro, advierte.

Ese cambio obliga a rehacer inventarios, contratos y previsiones de caja. En el sector de bebidas, el golpe potencial es mayor porque la mayor parte del valor vetado se concentra precisamente en cerveza, vino y licores. Eso puede alterar flujos de importación hacia Estados Unidos y obligar a bodegas, cerveceras, destilerías e importadores a recolocar existencias, revisar precios en otros mercados y ajustar stocks si la medida se prolonga.

La afectación no se limita a las compañías que venden directamente al otro lado de la frontera. Angelopoulos avisa de que también pueden verse perjudicadas las empresas cuyos proveedores o clientes dependen mucho del comercio transfronterizo. En esos

casos, los efectos pueden aparecer en los plazos de entrega, en el precio del transporte y en la necesidad de buscar compradores alternativos. La exposición de Canadá al mercado estadounidense sigue siendo alta: el año pasado, más del 70% de las exportaciones canadienses tuvieron como destino Estados Unidos.

La presión ya ha tenido consecuencias prácticas. John Williamson, diputado federal por Nuevo Brunswick, informó de que un camión de suministros con destino a la isla de Campobello fue detenido en el paso fronterizo entre St. Stephen, en Nuevo Brunswick, y Calais, en Maine, el 29 de septiembre. El vehículo transportaba correo de Canada Post y también artículos incluidos en la lista prohibida, entre ellos bebidas espirituosas y leche. Campobello solo tiene acceso por carretera a través de un puente con el estado de Maine.

No todos los sectores notarán el efecto al mismo tiempo. BRP ha señalado que la mayor parte de la producción y de los envíos de esta temporada ya está completada, por lo que el impacto sobre sus motocicletas previsiblemente se dejará sentir el próximo año. En otras ramas afectadas, el daño puede ser más inmediato. La disputa, en cualquier caso, no parece capaz de alterar a corto plazo el crecimiento agregado de la economía canadiense, aunque sí puede golpear con fuerza a industrias concretas y a empresas medianas y pequeñas con poca capacidad para cambiar de mercado en poco tiempo.

La incógnita principal es cuánto durará la medida. El ministro de Comercio entre Canadá y Estados Unidos, Dominic LeBlanc, ha dicho que en estos momentos no hay negociaciones comerciales detalladas en marcha, aunque los funcionarios de ambos países siguen en contacto. El primer ministro, Mark Carney, ha afirmado que Canadá no prevé subir un peldaño más en la disputa, pero que está dispuesto a negociar de buena fe.

Jensen sostiene que la prohibición puede abrir la puerta a nuevas represalias por parte canadiense y añade que el conflicto complica la renovación del acuerdo entre Canadá, Estados Unidos y México, el CUSMA. Mientras tanto, Ottawa ha puesto el foco en la diversificación. Carney se ha marcado como objetivo duplicar el comercio canadiense fuera de Estados Unidos en la próxima década y ha señalado también que las conversaciones con India aspiran a cerrarse a mediados de diciembre, coincidiendo con

la cumbre del G20.

El Gobierno federal ha activado ayudas para amortiguar el golpe. Export Development Canada, la agencia pública de crédito a la exportación, recuerda que Ottawa anunció en agosto un paquete de CA$7.500 millones, que se suma a otros CA$25.000 millones ya comunicados con anterioridad por las tensiones arancelarias. Entre las medidas figuran una segunda línea de liquidez de CA$500 millones a través del programa Pivot to Grow del Business Development Bank of Canada, con el umbral de ingresos rebajado a CA$1 millón; un aplazamiento de seis meses en el pago del principal para clientes exportadores elegibles de esa entidad; CA$1.500 millones adicionales para la Regional Tariff Response Initiative; CA$2.000 millones para el nuevo Canada Strong Diversification Fund; y un refuerzo del programa Trade Impact de EDC para asumir más riesgo y llegar a más pymes.

Ottawa ha confirmado además que seguirá revisando sus instrumentos de ayuda y que estudiará ampliarlos a sectores que pasen a verse afectados por esta última prohibición. Para muchas empresas, el problema inmediato no es solo cuánto venden a Estados Unidos, sino cuánta parte de su actividad depende, directa o indirectamente, de un mercado que puede cerrarse sin margen de adaptación. Angelopoulos recomienda que las pymes midan toda su exposición, elaboren planes para tres supuestos —levantamiento del veto, mantenimiento o ampliación a más productos— y calculen cuánto tiempo pueden operar si los ingresos procedentes de Estados Unidos desaparecen durante al menos seis meses. También aconseja acudir cuanto antes a las agencias públicas de financiación y apoyo a la exportación y vigilar cada semana inventarios, plazos logísticos y gastos de transporte.