vinetur

La patronal del whiskey de Estados Unidos pide eliminar trabas en 17 mercados internacionales

El sector reclama menos aranceles y reglas previsibles para un negocio que aporta el 54% de las ventas exteriores

miércoles 11 de noviembre de 2026



La American Whiskey Association ha pedido a la Oficina del Representante de Comercio de Estados Unidos, la USTR, que actúe para eliminar barreras comerciales que, a juicio del sector, limitan las exportaciones de whiskey estadounidense en 17 mercados internacionales. La organización presentó sus observaciones este martes, 10 de

noviembre, dentro del proceso de preparación del National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers de 2027, el informe con el que Washington revisa los obstáculos comerciales que sus empresas encuentran en el exterior.

La asociación reclama cambios en aranceles, normas y políticas de acceso al mercado que afectan al bourbon, al Tennessee whiskey, al whiskey americano de centeno y al single malt estadounidense. Su presidente y consejero delegado, Michael Bilello, sostiene que estos productos necesitan reglas previsibles y un acceso en condiciones equitativas para poder venderse fuera de Estados Unidos sin cargas adicionales ni trato discriminatorio.

El peso económico de esa petición es elevado dentro del negocio de los espirituosos estadounidenses. Según el Distilled Spirits Council of the United States, el whiskey americano representó el 54% del valor total de las exportaciones de bebidas espirituosas de Estados Unidos en 2024, con unos ingresos cercanos a 1.300 millones de dólares. Esa cifra sitúa a esta categoría como la principal por valor dentro de las ventas exteriores del sector.

La ofensiva de la asociación tiene además una lectura más amplia para el conjunto de las bebidas alcohólicas. Las barreras que denuncia no afectan solo al precio final del whiskey, sino también al surtido disponible, a la planificación comercial de destilerías, importadores y distribuidores y al ritmo con el que una marca puede entrar o ampliar presencia en otro país. Si se modifican aranceles, exigencias de etiquetado o certificaciones, el efecto puede extenderse a otras categorías sujetas a marcos regulatorios parecidos.

En la Unión Europea y en Reino Unido, la American Whiskey Association pide que se mantenga el acceso sin aranceles y que se eviten medidas comerciales de represalia. La entidad también cita restricciones en publicidad y marketing, políticas sobre impuestos especiales y otras reglas que, en su opinión, perjudican la posición de los productores estadounidenses en esos mercados. Para las destilerías, la preocupación no se limita al tipo arancelario, sino a la posibilidad de que un cambio político o comercial altere de nuevo las condiciones de entrada.

En India, la organización reclama una rebaja de aranceles y una mejora del acceso para el whiskey estadounidense, incluidas las exportaciones a granel. También alude a incertidumbre regulatoria y a un tratamiento que considera discriminatorio. India es uno de los mercados más observados por los productores internacionales de bebidas alcohólicas por su tamaño y por la complejidad de sus normas, de modo que cualquier ajuste en ese país puede tener consecuencias directas sobre precios, márgenes y volumen exportado.

En Canadá, la asociación solicita la restitución del acceso a los mercados minoristas provinciales donde, según afirma, los espirituosos de Estados Unidos soportan restricciones. El sistema canadiense, basado en monopolios o controles públicos en varias provincias, da una importancia especial a las decisiones de compra, surtido y distribución de las autoridades locales, lo que convierte ese punto en una prioridad comercial para las empresas estadounidenses.

La lista de peticiones se extiende también a mercados de Asia y América Latina. Allí, la American Whiskey Association busca un mayor reconocimiento y protección para las categorías de whiskey de Estados Unidos, además de cambios en requisitos de etiquetado, certificación, aduanas y otras obligaciones regulatorias. La entidad entiende que esas exigencias pueden retrasar operaciones, elevar gastos administrativos y complicar la entrada de nuevos productos.

Bilello sostiene que el éxito exterior del whiskey estadounidense está muy ligado a la estabilidad del comercio internacional. En su valoración, cada barrica exportada sostiene una cadena que va desde los agricultores que producen cereal hasta las tonelerías, las destilerías, los fabricantes y las empresas logísticas. Con ese argumento, la asociación intenta situar el debate más allá de las destilerías y vincularlo al empleo industrial y agrario en Estados Unidos.

La organización también reclama una mayor transparencia y una aplicación más uniforme de las reglas comerciales en el exterior. No se limita a pedir menos aranceles, sino un marco más claro para operar en distintos países, con menos cambios inesperados en la interpretación de normas aduaneras, técnicas o fiscales.

En ese trabajo, la American Whiskey Association señala que coordina esfuerzos con otras entidades del sector, entre ellas el Distilled Spirits Council of the United States y la American Distilled Spirits Alliance. Bilello afirma que los productores de whiskey americano están preparados para vender en cualquier mercado y que la labor de la asociación pasa por abrir esas oportunidades en mejores condiciones para las empresas y para las comunidades ligadas a esta industria.