vinetur

La patronal del whisky de Estados Unidos pide frenar trabas comerciales en 17 mercados

India y Canadá concentran las reclamaciones más urgentes del sector por aranceles y acceso minorista

miércoles 11 de noviembre de 2026



La American Whiskey Association (AWA), la patronal del whisky estadounidense, ha pedido a la Oficina del Representante Comercial de Estados Unidos (USTR) que actúe contra barreras comerciales que, a juicio del sector, frenan las exportaciones de

bourbon, whisky de Tennessee, centeno y single malt americano. La entidad presentó este martes, 10 de noviembre, unas observaciones formales para el informe estadounidense sobre barreras comerciales de 2027 en las que identifica obstáculos en 17 mercados internacionales.

La USTR es el organismo de la Presidencia de Estados Unidos que coordina la política comercial exterior y las negociaciones con otros países. La AWA afirma que representa a productores y empresas de la cadena del whisky en los 50 estados. Su iniciativa no supone cambios inmediatos en la política comercial ni aporta una nueva estadística sobre ventas al exterior; fija las prioridades que la industria quiere trasladar a Washington para el próximo informe anual.

El peso económico del whisky en las exportaciones estadounidenses de bebidas espirituosas es uno de los argumentos centrales de la asociación. De acuerdo con datos del Distilled Spirits Council of the United States (DISCUS), en 2024 el whisky estadounidense concentró el 54% del valor total de esas exportaciones y generó unos 1.300 millones de dólares en ingresos. La AWA no puso cifra al impacto agregado de las trabas que denuncia.

Michael Bilello, presidente y consejero delegado de la organización, afirmó que el whisky estadounidense es “un símbolo duradero de la artesanía, la agricultura y la capacidad de innovación” del país, pero añadió que “ni siquiera los mejores productos estadounidenses pueden competir en los mercados internacionales sin un acceso justo y previsible”. En su mensaje, la asociación reclama la eliminación de aranceles que considera innecesarios, de normas regulatorias que juzga discriminatorias y de otras limitaciones que, a su entender, reducen el potencial exportador del sector.

Una parte relevante de la reclamación se centra en la Unión Europea y en Reino Unido. La AWA pide mantener relaciones comerciales estables, recíprocas y con acceso sin aranceles para el whisky estadounidense, además de protección frente a eventuales medidas de represalia. También reclama revisar reglas sobre publicidad, marketing y promoción, medidas sobre impuestos especiales que considera desiguales y otras políticas que, en su opinión, dificultan vender en igualdad de condiciones.

India figura entre las prioridades de la patronal. La asociación solicita reducciones arancelarias con efecto real sobre el mercado y un acceso comercial viable para el whisky estadounidense, incluidos los envíos a granel. Ese punto es relevante para un negocio en el que no toda la operativa pasa por la botella terminada, ya que el envío a granel puede influir en el embotellado y la distribución en destino. La AWA añade que persisten incertidumbres regulatorias y un trato que considera desigual.

Canadá es el otro frente que la asociación sitúa entre los asuntos más urgentes. Su petición es recuperar el acceso a mercados minoristas provinciales donde, según la entidad, las bebidas espirituosas de Estados Unidos siguen sujetas a restricciones. La importancia de este asunto radica en que el sistema canadiense de venta al por menor depende en gran medida de organismos provinciales, con capacidad para condicionar la entrada de productos, su distribución y su presencia en tienda.

Fuera de esos casos, la AWA reclama ampliar el reconocimiento y la protección de las categorías propias del whisky estadounidense en mercados de Asia y América Latina. En ese bloque incluye problemas de etiquetado, certificación, trámites aduaneros y otros requisitos regulatorios que, a su juicio, resultan gravosos. Para muchas empresas del sector, sobre todo las de menor tamaño, esos procedimientos pueden retrasar envíos, elevar gastos y limitar la llegada a nuevos compradores incluso cuando el arancel no es el principal obstáculo.

La asociación también pide a la Administración estadounidense que refuerce la aplicación de los compromisos comerciales pactados con otros países y que promueva reglas transparentes, basadas en criterios científicos y administradas de forma coherente. El objetivo, afirma, es que el acceso negociado se traduzca en beneficios comerciales reales y no se quede en concesiones formales de uso difícil para productores y distribuidores.

Bilello vinculó además el negocio exterior del whisky con una cadena de suministro más amplia. “Cada barrica que exportamos respalda una cadena de suministro estadounidense más amplia, desde agricultores de cereal y tonelerías hasta destilerías, fabricantes y operadores logísticos”, señaló. La asociación prevé seguir coordinándose con DISCUS, con la American Distilled Spirits Alliance y con sus empresas asociadas

para impulsar estas peticiones.

La AWA no presentó un recuento previo equivalente de mercados con barreras, por lo que no puede afirmarse que el número de 17 haya subido respecto a ejercicios anteriores. Lo que sí queda fijado en su agenda para el informe de 2027 es una relación concreta de obstáculos y dos peticiones inmediatas: rebajas arancelarias en India, incluidos los envíos a granel, y la recuperación del acceso al canal minorista provincial de Canadá.