vinetur

Canadá se encamina a superar a Estados Unidos como tercer mercado de Hill-Smith

La retirada de vinos estadounidenses de las tiendas abre hueco a Australia tras un desplome del 78%

jueves 12 de noviembre de 2026



El grupo australiano Hill-Smith Family Estates prevé que Canadá pueda superar a Estados Unidos como su tercer mercado en los próximos seis meses, después del giro que ha dado la demanda de vino en el país norteamericano por la disputa comercial

entre Ottawa y Washington.

Jack Glover, director ejecutivo de marketing y ventas de la compañía, afirmó este miércoles, 11 de noviembre, que Canadá se ha convertido en uno de los mercados de exportación que más avanzan para el grupo. A su juicio, muchos consumidores canadienses están optando por vinos australianos mientras parte de la oferta estadounidense desaparece de los lineales.

Ese cambio llega después de las restricciones aplicadas por los monopolios provinciales del alcohol en Canadá en respuesta a medidas comerciales de Estados Unidos. Esas decisiones han retirado de las tiendas numerosos vinos estadounidenses y han abierto espacio para otros orígenes.

Según cifras publicadas por Wine Institute, las exportaciones de vino de Estados Unidos a Canadá cayeron un 78% entre 2024 y 2025. Ese descenso restó más de 357 millones de dólares estadounidenses a los ingresos por exportación de los productores norteamericanos.

Glover sostiene que ese hueco está beneficiando a Australia, sobre todo en categorías donde el consumidor busca Chardonnay y Cabernet Sauvignon de gama media y alta. También señaló que no solo influye la falta de producto estadounidense, sino el ánimo del comprador canadiense. En su valoración, Australia no es la única favorecida y los productores sudamericanos también están ganando terreno.

El directivo sitúa buena parte de la oportunidad en los vinos con precios superiores a 15 dólares canadienses, una franja en la que las bodegas australianas pueden ocupar el espacio que antes cubrían marcas de California presentes en las tiendas controladas por las provincias.

Este movimiento tiene efecto más allá de una sola empresa. Puede redistribuir cuota en uno de los grandes mercados importadores de vino y llevar a bodegas y distribuidores a revisar qué destinos priorizan y qué segmentos de precio consideran más atractivos. Para el sector de bebidas, esa reasignación puede alterar planes comerciales, acuerdos de distribución y campañas de promoción en Norteamérica.

Hill-Smith Family Estates mantiene, sin embargo, una visión mucho más prudente sobre China. Glover considera que la retirada de los aranceles punitivos no bastará para absorber el excedente de vino australiano. Asegura que el mercado chino ha cambiado durante la ausencia de Australia, con una demanda más débil y con preferencias de compra distintas a las de finales de la década pasada.

La empresa observa además más interés por el vino blanco y cree que hay margen para productores australianos dispuestos a invertir a largo plazo en la construcción de marca. En China, la estrategia del grupo se centra en Yalumba y da prioridad al posicionamiento premium frente a una búsqueda rápida de volumen.

Glover, que trabajó anteriormente en Accolade Wines, vincula esa forma de actuar al carácter familiar de Hill-Smith. Fundada en 1849, la compañía cuenta ya con una sexta generación implicada en la gestión y reúne marcas como Yalumba, Jansz, Pewsey Vale, Oxford Landing y Nautilus. El directivo sostiene que esa estructura permite tomar decisiones con un horizonte más largo sobre hábitos de consumo y sostenibilidad.

Pese al descenso del consumo de vino en muchos mercados internacionales, Glover mantiene una visión de continuidad para la categoría. Su tesis es que los consumidores jóvenes se incorporarán al vino de otra manera, con más atención a la calidad y a los momentos de consumo que al volumen.