vinetur

El lobby cervecero de Estados Unidos pone el cáñamo psicoactivo en el centro de su agenda

El alto precio del aluminio amenaza costes y márgenes de las bebidas en lata

martes 17 de noviembre de 2026



El Beer Institute, una de las principales patronales de la cerveza en Estados Unidos, ha colocado el cáñamo psicoactivo y el alto precio del aluminio entre sus prioridades para los próximos meses. Su presidente y consejero delegado, Brian Crawford, presentó esa agenda el pasado 12 de noviembre durante la reunión anual de socios celebrada en Washington.

Crawford situó esos dos asuntos en el centro de la acción de la organización para el año próximo. Con ese mensaje, la entidad deja claro qué cuestiones quiere llevar a la primera línea del debate político y regulatorio en la capital estadounidense.

El primero de esos frentes es el de los productos de cáñamo con efectos psicoactivos. Aunque el Beer Institute no difundió en la información disponible un detalle de medidas concretas, el hecho de colocar este asunto entre sus prioridades apunta a una mayor presión del sector cervecero sobre las reglas que afectan a esa categoría. En Estados Unidos, la expansión de productos derivados del cáñamo ha abierto un debate sobre su encaje legal, su venta y los controles aplicables.

Para las empresas de bebidas, esa discusión tiene un alcance que va más allá del cannabis. Cuando dos categorías que pueden coincidir en puntos de venta o momentos de consumo operan con marcos regulatorios distintos, el reparto de ventas puede alterarse. También cambian las condiciones en materias como etiquetado, fiscalidad, edad mínima de compra o canales de distribución, asuntos con efecto directo sobre la actividad comercial.

El segundo asunto que el Beer Institute ha colocado entre sus prioridades es el precio del aluminio. La cuestión es especialmente sensible para la cerveza, una categoría muy ligada a la lata en el mercado estadounidense. Cualquier aumento del precio de ese metal repercute en el envase y, por tanto, en una de las partidas básicas de fabricación y comercialización.

Ese factor no afecta solo a la cerveza. El aluminio también es un material muy usado en refrescos, bebidas energéticas, agua con gas y combinados listos para beber. Por eso, una presión prolongada sobre el precio de las latas puede reducir márgenes, obligar a revisar tarifas y alterar promociones en una parte amplia del negocio de bebidas.

La intervención de Crawford en Washington sirve además como señal para fabricantes, distribuidores y responsables públicos sobre las prioridades que la patronal quiere impulsar en el próximo ciclo político. En el caso del cáñamo psicoactivo, la preocupación gira en torno a cómo se regula una categoría que puede competir por espacio comercial y consumo. En el aluminio, el foco está en un insumo básico cuya factura pesa en toda la cadena.

La combinación de ambos asuntos dibuja una agenda con dos ejes claros: regulación y costes. Para las cerveceras, eso supone dedicar recursos a la interlocución política al mismo tiempo que vigilan la presión sobre el envase. Para el conjunto del sector de bebidas, el movimiento del Beer Institute anticipa más debate en torno a las reglas del THC derivado del cáñamo y al precio de un material clave para buena parte de los productos en lata.