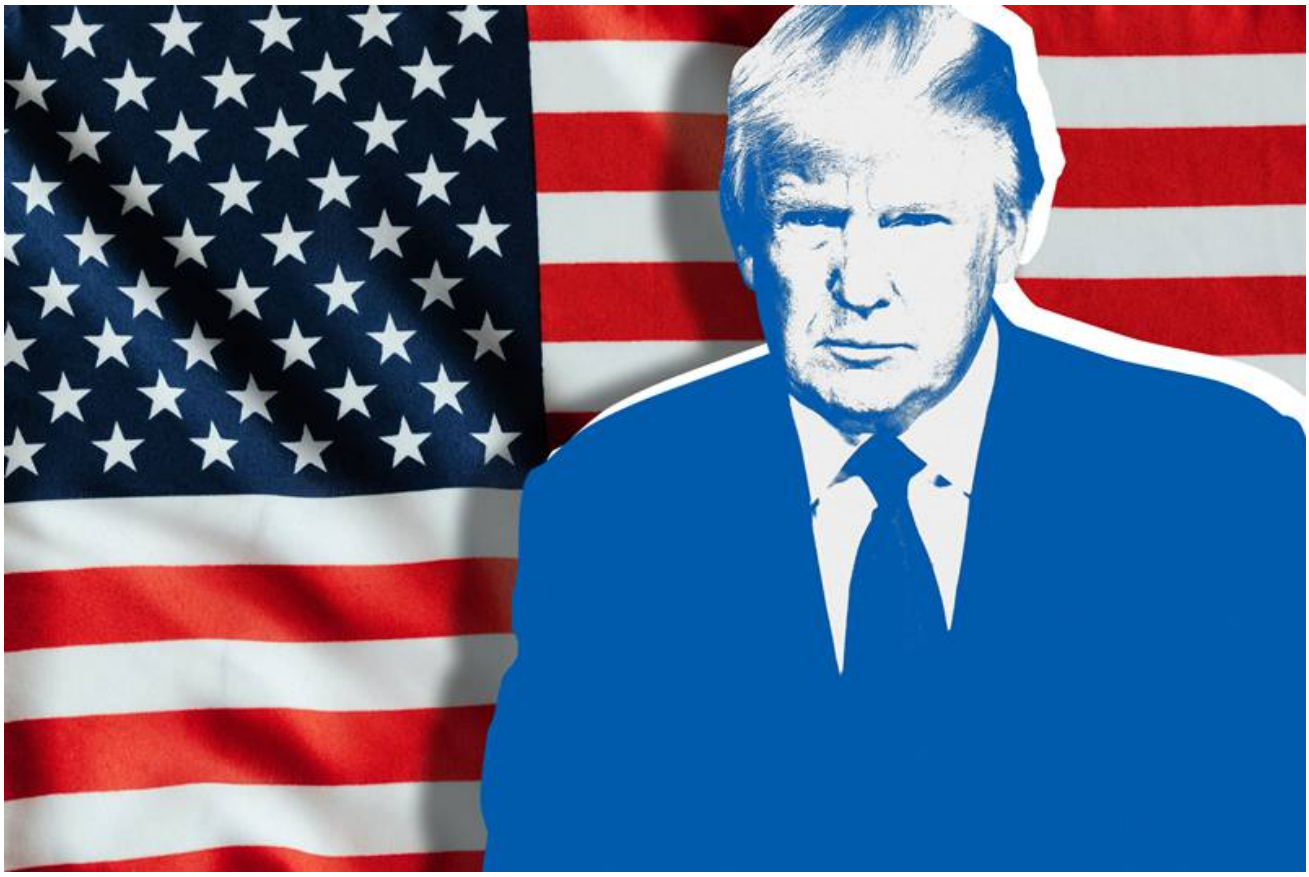
vinetur

La cara oculta de los aranceles de Trump en el mercado del vino y bebidas alcohólicas

La crisis silenciosa del vino en EE.UU. más allá de los aranceles de Trump

lunes 14 de julio de 2025



El presidente de EEUU, Donald Trump, está provocado una oleada de preguntas sobre las nuevas tasas aduaneras y sus efectos en el mercado estadounidense del vino y otras bebidas alcohólicas. Desde la introducción de estos aranceles, la situación se ha

vuelto más compleja para los productores extranjeros y para los propios actores del sector en Estados Unidos. El sistema de regulación del alcohol en este país es poco conocido fuera de sus fronteras y presenta una estructura descentralizada que amplifica el impacto de las medidas adoptadas por el gobierno federal.

En Estados Unidos, la venta y distribución de bebidas alcohólicas está regulada tanto a nivel federal como estatal. A nivel federal, dos organismos supervisan el sector: la FDA (Food and Drug Administration), que regula las bebidas con menos de 7 grados de alcohol (excepto las cervezas), y el TTB (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau), responsable del resto. El TTB concede licencias de importación y distribución, aprueba etiquetas y envases, realiza controles de calidad y recauda impuestos especiales. Además, estas agencias también supervisan la producción nacional.

Las decisiones del presidente Trump han afectado a estas agencias mediante órdenes ejecutivas que han supuesto recortes presupuestarios y despidos. La introducción de nuevos aranceles ha añadido más dificultades, ralentizando la aprobación de nuevos productos y complicando la entrada al mercado estadounidense.

A nivel estatal, cada uno de los cincuenta estados tiene su propia legislación e impuestos sobre el alcohol. Algunos estados controlan directamente la distribución y venta a través del gobierno estatal (“control states”), mientras que otros permiten la gestión privada bajo un sistema de licencias (“open states”). En muchos casos, se aplica el llamado “three-tier system”, que separa estrictamente las funciones de productor, distribuidor y minorista para evitar monopolios.

Un productor extranjero no puede vender directamente al consumidor estadounidense. Debe contar con uno o varios importadores nacionales o regionales, además de distribuidores según el estado. El minorista puede vender para consumo en el local o para llevar, dependiendo también de la normativa local. Además, existen restricciones sobre la venta entre estados, lo que limita aún más la libertad comercial incluso dentro del propio país.

Esta estructura genera una cadena con múltiples intermediarios, cada uno con su margen comercial. Los aranceles impuestos en abril supusieron un aumento del 10 % en los costes aduaneros, mientras que para agosto está prevista una subida del 30 %

sobre los vinos europeos. Estas tasas no afectan directamente a los países exportadores sino a los importadores estadounidenses, que deben pagarlas cuando los productos llegan al país. El incremento se traslada a toda la cadena hasta llegar al consumidor final, lo que eleva los precios y reduce las ventas en un momento en que ya se observa un descenso en el consumo de alcohol.

El impacto no solo es económico sino también estructural. Los importadores con mayor capacidad financiera han podido crear reservas antes de la entrada en vigor de los aranceles, mientras que los pequeños operadores no han tenido esa posibilidad. La necesidad de liquidez ante posibles nuevas subidas fiscales y la inflación general está acelerando la concentración del sector. Muchos pequeños y medianos importadores, distribuidores y minoristas están desapareciendo, lo que reduce tanto la oferta como los stocks disponibles.

La estructura fragmentada del mercado estadounidense hace que cualquier cambio fiscal tenga efectos inmediatos en toda la cadena comercial. La reciente depreciación del dólar, buscada por el presidente Trump como parte de su política económica, podría intensificar aún más estos cambios en los próximos meses.