vinetur

Ontario y Nueva Escocia abren la venta directa de alcohol entre provincias

El pacto reduce barreras internas y puede servir de modelo para extender el cambio en Canadá

jueves 23 de abril de 2026



Ontario y Nueva Escocia han firmado un acuerdo para permitir la venta directa de bebidas espirituosas entre ambas provincias, una medida que abre una vía nueva para productores y consumidores en Canadá y que puede servir de prueba para cambios más amplios en el país.

El pacto permite que destilerías, cerveceras y bodegas vendan sus productos directamente al consumidor en Ontario y Nueva Escocia. Hasta ahora, el mercado canadiense de alcohol ha funcionado con normas distintas en cada provincia, con sistemas de distribución que van desde la privatización total en Alberta y Saskatchewan hasta redes controladas por organismos públicos en otras regiones.

La firma del acuerdo se produjo el mes pasado entre Doug Ford, primer ministro de Ontario, y Tim Houston, su homólogo en Nueva Escocia. Ambos gobiernos lo presentan como parte de una estrategia para reducir barreras al comercio entre provincias y dar más opciones de compra a los clientes, además de abrir más vías de negocio para los productores locales.

Desde julio de 2025, Ontario y otras diez jurisdicciones canadienses han suscrito un memorando de entendimiento para avanzar hacia ventas directas de alcohol en todo el país antes de mayo de 2026. El objetivo es que un productor pueda vender sin tantos intermediarios a consumidores de otras provincias, algo que hasta ahora ha estado limitado por normas locales y por el peso de los monopolios provinciales.

El movimiento llega en un momento de tensión comercial con Estados Unidos. El año pasado, el presidente Donald Trump impuso aranceles a varios productos canadienses, entre ellos un 50% sobre el acero y el aluminio. Como respuesta, salvo dos provincias, Canadá retiró del mercado minorista las bebidas alcohólicas estadounidenses desde marzo de 2025. Esa decisión ha reducido las exportaciones de espirituosos estadounidenses al país hasta un 70%, según datos citados por el sector.

Cal Bricker, presidente y consejero delegado de Spirits Canada, sostiene que la presión comercial con Estados Unidos ha empujado a las provincias a cooperar más entre ellas. A su juicio, el acuerdo no solo afecta a las ventas de alcohol, sino que envía una señal sobre la voluntad de eliminar trabas internas para impulsar la economía.

Para Nueva Escocia, el pacto puede abrir acceso a Ontario, un mercado con más de 14 millones de habitantes frente al millón largo de la provincia atlántica. Para Ontario, supone ampliar la oferta disponible para sus consumidores sin pasar siempre por los canales habituales del Liquor Control Board of Ontario (LCBO), uno de los mayores monopolios públicos del sector en el mundo.

John Criswick, consejero delegado de Top Shelf Distillers, considera que se trata de un primer paso útil aunque limitado para su empresa. Cree que Canadá necesita avanzar más si quiere facilitar la actividad comercial dentro del propio país. También ve una oportunidad para dar a conocer mejor el whisky canadiense y la diversidad de estilos que producen pequeñas destilerías desde Columbia Británica hasta Nueva Escocia.

El acuerdo no elimina todas las trabas. Las normas sobre etiquetado siguen variando entre provincias. Criswick pone como ejemplo una botella destinada a Manitoba en la que hubo que retirar la frase “Bottoms up” porque las autoridades locales entendieron que podía animar al consumo.

También hay límites para algunas marcas que trabajan con destilerías ajenas. Foxglove Spirits, por ejemplo, produce su ginebra Valley of Mother of God con una planta asociada en London, Ontario. Su cofundador, Malcolm Roberts, explica que solo podrán vender directamente bajo el nuevo marco si cumplen los requisitos de licencia como productor o fabricante. En Nueva Escocia, además, la norma exige que el alcohol se haya elaborado por un fabricante autorizado en la otra jurisdicción y que el consumidor lo compre directamente a ese fabricante.

Para empezar a vender entre provincias, las empresas deben pedir autorización ante la Nova Scotia Liquor Corporation o ante el LCBO. Además, las bebidas vendidas bajo este sistema estarán sujetas a un recargo para mantener la recaudación pública y ajustar los precios a los impuestos locales ya vigentes.

Shawn Hiscott, cofundador de Red Bank Whisky junto al actor Kiefer Sutherland, cree que esta apertura puede acelerar la entrada de algunos productos en nuevos mercados. En su caso, la marca ya está presente tanto en Nueva Escocia como en Ontario, pero considera que otras firmas pequeñas pueden ganar visibilidad si se reducen los pasos administrativos y si hay más espacio para vender fuera de su provincia.

Hiscott también apunta al aumento del turismo interno en Canadá durante el último año. Según explica, más personas viajan dentro del país en lugar de ir a Estados Unidos, lo que ha dado impulso a destilerías locales y a marcas regionales.

La pregunta ahora es si este acuerdo entre Ontario y Nueva Escocia será solo una excepción o si marcará una línea común para otras provincias. Bricker cree que sí hay conversaciones en marcha en distintas partes del país para reducir burocracia y barreras internas. Por ahora, el mercado canadiense sigue muy fragmentado, pero este pacto abre una vía concreta para cambiar cómo se vende y se compra alcohol dentro del país.