vinetur

Tailandia abre la importación de vino a varios operadores

El país elimina el agente exclusivo para vino y espumoso, en un giro que puede abaratar precios y ampliar la oferta

viernes 8 de mayo de 2026



Tailandia ha eliminado la obligación de contar con un único agente autorizado para importar vino y vino espumoso elaborado con uva, una medida que abre el mercado a varios importadores para una misma marca y cambia las reglas de distribución en el país. La reforma fue aprobada por el Ministerio de Finanzas mediante la regulación ministerial sobre la importación de bebidas alcohólicas número 3 de 2026, firmada el

27 de marzo, y ya ha sido aplicada por el Departamento de Impuestos Especiales con una primera notificación específica para estos dos productos.

Hasta ahora, el sistema exigía que cada marca tuviera un importador exclusivo en Tailandia. Ese operador asumía la responsabilidad de la entrada del producto, su almacenamiento, su transporte y su venta final. Con el nuevo marco, esa obligación desaparece para el vino y el vino espumoso de uva. En cambio, sigue vigente para otras bebidas alcohólicas, como la cerveza, el tequila o los destilados. En esos casos, quienes pidan una licencia de importación deberán seguir acreditando una distribución exclusiva emitida por el fabricante o por el propietario de la marca.

La decisión supone un cambio relevante para un mercado que hasta ahora funcionaba con un esquema cerrado. El Departamento de Impuestos Especiales ha explicado que el vino se ha elegido como primer producto para aplicar esta apertura porque su puesta en marcha es más sencilla que en otras categorías. También ha señalado que los precios del vino en el mercado tailandés siguen siendo altos y que la entrada de varios importadores puede presionar a la baja esos precios.

La medida busca reducir barreras de entrada, ampliar la oferta y facilitar que el consumidor tailandés acceda a más referencias. Al mismo tiempo, el Gobierno quiere reforzar la posición del país como destino turístico regional, en un momento en que el consumo ligado al ocio y a la restauración tiene peso en ciudades como Bangkok, Phuket o Chiang Mai.

El cambio también altera la cadena de control sobre la calidad del producto. Con el sistema anterior, un solo importador respondía por las condiciones de conservación desde la llegada del vino al país hasta su venta. Eso incluía aspectos como temperatura, luz y humedad, factores que influyen en la conservación del producto. Con varios importadores operando sobre una misma marca, esa responsabilidad queda repartida y ya no existe una única parte encargada de vigilar todo el recorrido comercial.

Esa nueva situación puede beneficiar al consumidor si se traduce en más oferta y mejores precios, pero también complica la gestión para las empresas que antes tenían la exclusividad de una marca. Sin un único agente responsable, resulta más difícil fijar

una cadena clara de control sobre la integridad del producto desde su origen hasta el punto de venta.

A ello se suma otro riesgo regulatorio. La ley tailandesa sobre control de bebidas alcohólicas prohíbe determinadas formas de publicidad, promoción y marketing. Si varias empresas distribuyen la misma marca y una de ellas incumple esas normas, las demás pueden sufrir daños reputacionales y quedar bajo mayor vigilancia administrativa. El problema es que una infracción ya no afecta solo a un operador, sino que puede salpicar a todos los que trabajan con esa misma etiqueta en el país.

Las autoridades consideran que será necesaria una supervisión estricta para evitar importaciones irregulares y proteger al consumidor. También recomiendan a las empresas reforzar sus sistemas de control de marca, verificar la autenticidad del producto y mejorar la trazabilidad en toda la cadena logística. Para los operadores del sector, incluidos antiguos agentes exclusivos, el nuevo escenario obliga a revisar contratos, canales de distribución y mecanismos internos de control antes de ampliar su actividad en Tailandia.