vinetur

Karnataka recauda un 13,3% más por destilados indios con ventas casi planas

La subida del impuesto especial elevó el ingreso por caja en torno al 12%

miércoles 7 de octubre de 2026



Las ventas de destilados de fabricación india en Karnataka apenas avanzaron en el primer semestre del ejercicio 2026/27, pero la recaudación fiscal de esa categoría subió con mucha más fuerza tras la reforma del impuesto especial aplicada en mayo. Entre

abril y septiembre, los comercios vendieron 347 lakh de cajas de IML o IMFL, equivalentes a 34,7 millones de cajas, frente a 343 lakh en el mismo tramo del año anterior. Son 400.000 cajas más, un aumento próximo al 1,2%.

En ese mismo periodo, los ingresos fiscales del Estado por esta categoría pasaron de 15.376,22 crore de rupias a 17.424,57 crore, un alza de 2.048,35 crore y del 13,3%. En la contabilidad india, un crore equivale a 10 millones de rupias. La diferencia entre el ritmo de ventas y el de la recaudación refleja que Karnataka ingresó más por cada caja vendida, aun con un mercado casi plano en volumen.

Si se relacionan ambas magnitudes, la recaudación implícita por caja aumentó en torno al 12%. Ese dato no implica por sí solo que el precio pagado por el consumidor subiera en la misma proporción. También recoge el efecto de los tipos impositivos, de la distribución de las marcas entre distintos tramos fiscales y de un posible desplazamiento de la demanda hacia referencias con mayor carga tributaria o de precio más alto.

El cambio normativo entró en vigor el 11 de mayo y reorganizó la fiscalidad del alcohol en función del contenido alcohólico de la bebida. La reforma redujo a ocho los tramos del IML y rebajó el precio máximo de algunas referencias de gama alta, entre ellas determinadas marcas de whisky escocés. Al mismo tiempo, los mayores tipos adicionales en los cinco primeros escalones empujaron la recaudación, de acuerdo con Arun Kumar Parasa, presidente de la Karnataka Brewers & Distillers Association.

Parasa atribuye buena parte del avance de los ingresos al aumento del impuesto especial adicional en esos primeros tramos. También recuerda que, pese al modesto crecimiento del volumen, el IML sigue siendo la principal fuente de ingresos para la hacienda estatal dentro del negocio del alcohol. La asociación cifra esa aportación anual en unas 35.000 crore de rupias, frente a alrededor de 7.000 crore en el caso de la cerveza.

La comparación con la cerveza ayuda a entender el giro del mercado. Entre abril y septiembre, las ventas de cerveza subieron un 41% en Karnataka y alcanzaron 276 lakh de cajas, unos 27,6 millones, tras sumar cerca de 81 lakh de cajas más que un año antes. La recaudación por cerveza llegó a 3.378 crore de rupias, 541 crore más que en

el mismo semestre del ejercicio anterior, lo que supone un incremento del 19%.

Con ambos segmentos juntos, cerveza e IML, Karnataka recaudó 22.192 crore de rupias en los seis primeros meses del ejercicio, un 13% más interanual. La cifra muestra que el Estado logró elevar sus ingresos con claridad, aunque el impulso del volumen procedió sobre todo de la cerveza y no de los destilados.

La revisión de la política fiscal incluyó además la desregulación del sistema de precios administrados, lo que permitió a los productores decidir en qué tramo situar sus productos en función de criterios de mercado. El Gobierno de Karnataka defendió esa modificación con el argumento de que mejoraría la disponibilidad de bebidas más baratas y acercaría los precios a los de estados vecinos como Tamil Nadu, Andhra Pradesh, Telangana, Maharashtra y Kerala.

Antes de la entrada en vigor del nuevo esquema, parte de la industria local de destilados había pedido al Ejecutivo que revisara la propuesta. Varias empresas sostenían que la nueva estructura favorecía a marcas multinacionales de gama alta y que no reflejaba bien los patrones de consumo del mercado interior. Algunos directivos también habían advertido de que la reforma podía desviar una parte de la demanda hacia la cerveza, una evolución que ya aparece en las cifras del primer semestre.