vinetur

La rebaja arancelaria entre la UE e India no basta para abrir el mercado del vino

Los impuestos locales, las licencias y la distribución por Estados mantienen las barreras de entrada

miércoles 25 de noviembre de 2026



La rebaja arancelaria pactada entre la Unión Europea y la India abre una vía de acceso más favorable para el vino europeo, pero no resuelve por sí sola las dificultades de entrada en el mercado indio. Ese es el punto de partida que manejan las bodegas italianas y otros operadores del sector este martes, 24 de noviembre, después de que

ProWine Mumbai 2026 volviera a poner el foco sobre un país con potencial comercial, aunque todavía poco accesible para buena parte de los exportadores.

El principal cambio está en el acuerdo comercial entre la UE y la India, cuyas negociaciones concluyeron el 27 de enero. Según la Comisión Europea, el pacto prevé una reducción progresiva de los aranceles aplicados a los vinos europeos, que ahora están en el 150%. Esa rebaja llevaría los gravámenes hasta el 30% en los vinos de gama media y hasta el 20% en los vinos de alta gama. Para las bodegas europeas, y en particular para las italianas, la medida puede mejorar el precio de entrada y facilitar el acceso a un mercado que hasta ahora ha estado muy condicionado por la carga fiscal en frontera.

La aplicación del acuerdo, sin embargo, no es inmediata. La entrada en vigor sigue pendiente de los trámites necesarios y las rebajas se desplegarán de forma gradual. Además, una menor carga aduanera no implica una caída equivalente del precio que paga el consumidor. A los aranceles se suman impuestos locales, gastos logísticos, márgenes de intermediación y una red de distribución que cambia de un Estado a otro dentro de la India.

Ese matiz es importante porque el mercado indio mantiene un tamaño contenido para el vino importado y su demanda se concentra en segmentos muy concretos. El consumo de referencias extranjeras se sitúa sobre todo en grandes ciudades y entre compradores con mayor capacidad de gasto. También tienen peso la restauración internacional y el sector hotelero, que aparecen como canales de interés para las bodegas que buscan presencia estable. Eso limita la idea de una apertura uniforme en todo el país y obliga a ajustar muy bien la oferta, el precio y el canal de venta.

La estructura regulatoria añade otra capa de dificultad. La normativa sobre bebidas alcohólicas no es homogénea en la India y cada Estado puede fijar sus propias condiciones en materia de fiscalidad, licencias y comercialización. Para cualquier bodega interesada, eso obliga a estudiar no solo el mercado nacional en conjunto, sino también los territorios concretos en los que quiere operar. La elección del importador pasa a ser una decisión básica, porque influye en la distribución de las botellas, en su colocación comercial y en la posibilidad real de llegar al público previsto.

ProWine Mumbai 2026, celebrada los pasados 18 y 19 de noviembre en el Jio World Convention Centre de Mumbai, reunió a productores y profesionales del vino y de los espirituosos en catas, clases magistrales y encuentros comerciales. Para las empresas europeas, este tipo de citas sirve para conocer mejor a los operadores locales y comprobar hasta qué punto sus marcas encajan en un mercado con hábitos de consumo distintos a los de Europa. En países donde la red de importación y venta pesa tanto como el arancel, la relación comercial con el socio local puede ser tan importante como el propio producto.

La bajada prevista en los derechos de aduana puede aliviar una parte del problema, pero no elimina las barreras de distribución ni garantiza precios competitivos por sí misma. El valor de una botella en origen representa solo una parte del importe final. A esa cifra se añaden impuestos estatales, gastos de importación, márgenes comerciales y costes de distribución. El resultado puede dejar fuera de mercado a vinos que, sobre el papel, mejorarían su posición con el nuevo acuerdo.

Esa lectura también interesa al conjunto del sector de bebidas, porque ayuda a medir con más precisión hasta qué punto la diversificación exportadora depende de algo más que una rebaja arancelaria. En vino, cerveza o espirituosos, una apertura comercial puede reducir la presión en frontera y aun así no traducirse en una presencia homogénea dentro del país si persisten diferencias regulatorias, fiscales y logísticas entre Estados.

El interés por la India llega, además, en un momento en el que parte del sector vinícola busca nuevos destinos para compensar la debilidad de mercados tradicionales. Nomisma Wine Monitor señala que, en los seis primeros meses de 2026, las importaciones de vino italiano en los trece mercados emergentes que analiza aumentaron un 5,9% en valor, mientras que las compras totales de vino en esos mismos países bajaron un 3,7%. Ese dato agregado incluye a la India, aunque no permite atribuir el mismo ritmo de avance a cada uno de los mercados observados.

Para las bodegas italianas, la India ocupa un lugar singular dentro de ese grupo. Su tamaño demográfico y la evolución de su economía alimentan el interés exportador, pero el acceso real depende de inversiones específicas en distribución, formación

comercial y conocimiento del consumidor. También exige un trabajo continuo de comunicación sobre denominaciones, variedades y territorios de origen, algo especialmente sensible en un país donde el vino importado sigue siendo un producto muy selectivo.

La estrategia de precios será uno de los puntos más delicados. Un posicionamiento mal ajustado entre el precio de salida de la bodega y el importe final en el punto de venta puede estrechar mucho el público potencial o deteriorar la percepción del producto. Por eso, la continuidad del suministro, la estabilidad de la relación con el importador y la elección de los Estados en los que operar pesan tanto como la reducción arancelaria prevista en el acuerdo entre Bruselas y Nueva Delhi.