vinetur

La UE negocia con India un acuerdo que podría llevar el vino europeo a un mercado de 2.000 millones de personas

El mercado del vino en India crece un 50,3% y el nuevo acuerdo promete duplicar la cuota europea

martes 20 de enero de 2026



La presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, intervino este martes, 20 de enero, en el Foro Económico Mundial de Davos para informar sobre los avances en la política comercial de la Unión Europea. Von der Leyen calificó como un “avance histórico” el acuerdo firmado el pasado sábado en Asunción entre la UE y Mercosur, que pone fin a 25 años de negociaciones y crea una zona de libre comercio que abarca 31 países y más de 700 millones de consumidores. Según la presidenta, este acuerdo representa más del 20% del PIB mundial y está alineado con los compromisos del Acuerdo de París.

Durante su intervención, Von der Leyen explicó que la UE busca reforzar su independencia económica y adaptarse a un entorno internacional cada vez más complejo. Señaló que el pacto con Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay envía un mensaje claro a favor del comercio justo, la cooperación y la sostenibilidad. Añadió que la UE no limitará sus esfuerzos a América Latina y recordó los acuerdos recientes con México, Indonesia y Suiza, así como las negociaciones en curso con Australia, Filipinas, Tailandia, Malasia y Emiratos Árabes Unidos.

Von der Leyen puso especial atención en la India. Anunció que tras su paso por Davos viajará a ese país para avanzar en las negociaciones de un acuerdo comercial que podría firmarse durante la cumbre bilateral prevista para el próximo 27 de enero en Nueva Delhi. En esa cita participarán también el presidente del Consejo Europeo, Antonio Costa, y el primer ministro indio, Narendra Modi. El objetivo es cerrar un tratado que algunos funcionarios denominan “la madre de todos los acuerdos”, ya que crearía un mercado conjunto de unos 2.000 millones de personas y supondría casi una cuarta parte del PIB mundial.

Las negociaciones entre Bruselas y Nueva Delhi han estado marcadas por diferencias sobre el acceso al mercado indio para productos europeos como automóviles, vinos y lácteos. Por su parte, India reclama mejores condiciones para sus exportaciones textiles y agrícolas hacia Europa. La situación internacional ha dado nuevos incentivos a ambas partes: Estados Unidos impuso el año pasado aranceles punitivos de hasta el 50% a algunos productos indios debido a la compra de crudo ruso por parte de India. Además, Donald Trump ha advertido sobre posibles aranceles del 25% para países que mantengan relaciones comerciales con Irán.

En respuesta a estas presiones externas, India ha buscado diversificar sus relaciones comerciales. En los últimos meses ha firmado acuerdos con Reino Unido, Nueva Zelanda y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), formada por Islandia, Liechtenstein, Suiza y Noruega.

El posible acuerdo entre la UE e India tiene especial relevancia para el sector vitivinícola europeo. Tradicionalmente, los vinos europeos han enfrentado barreras arancelarias muy altas en India: hasta febrero de 2025 se aplicaba un arancel básico del 150% sobre el valor CIF del vino importado. Ese mes se redujo al 100% como medida previa al tratado con la UE. Se espera que el nuevo acuerdo incluya una reducción escalonada adicional para igualar las condiciones ofrecidas a Australia bajo su propio tratado comercial (ECTA), vigente desde finales de 2022.

El mercado indio es complejo debido a su estructura federal: cada uno de los 28 estados regula impuestos especiales y licencias sobre bebidas alcohólicas. Maharashtra es el estado más relevante para el consumo y producción local de vino. En junio de 2025 aprobó una reforma fiscal que aumentó los impuestos sobre licores fuertes pero eximió al vino y la cerveza. Esta medida ha reducido la diferencia de precio entre whisky premium nacional e importaciones europeas de gama media-alta.

En Delhi se han mantenido las cuotas para importación libre de impuestos en nichos específicos como el vino sacramental. Sin embargo, las tarifas administrativas siguen siendo elevadas para grandes volúmenes, lo que favorece a grandes empresas frente a bodegas pequeñas.

En cuanto a normativa alimentaria, la Autoridad India de Seguridad Alimentaria (FSSAI) ha introducido nuevas reglas sobre etiquetado obligatorio del número de “bebidas estándar” por botella y ha ajustado los límites técnicos para facilitar la importación de espumosos europeos como Champagne o Cava.

El perfil del consumidor indio está cambiando rápidamente. La población joven es numerosa: cada año unos 20 millones alcanzan la edad legal para consumir alcohol. Los jóvenes urbanos muestran preferencia por experiencias sociales asociadas al vino frente al consumo tradicional de licores fuertes. El vino también está ganando aceptación entre mujeres urbanas.

El mercado muestra una tendencia clara hacia productos premium: según datos recientes, en la primera mitad de 2025 las importaciones crecieron un 50,3% en volumen y un 20,9% en valor interanual. El formato Bag-in-Box ha experimentado un crecimiento notable (1.391%), lo que indica demanda por opciones prácticas para consumo doméstico o celebraciones.

El consumo se concentra principalmente en Mumbai (Maharashtra), Delhi NCR y Bangalore (Karnataka), aunque ciudades medianas como Pune o Chandigarh también están creciendo rápidamente como mercados emergentes.

En cuanto a competencia interna, Sula Vineyards lidera el mercado nacional con cerca del 60-65% del total gracias a su red de distribución y actividades relacionadas con visitas a viñedos (más de 300.000 visitantes anuales). Australia domina las importaciones gracias al acuerdo ECTA; representa cerca del 39% del volumen total importado con precios medios competitivos.

Europa mantiene una posición fuerte en valor añadido: Francia ocupa el segundo lugar en valor medio por litro importado (11,34 USD/litro) y domina segmentos premium en hoteles o regalos corporativos; Italia crece impulsada por la popularidad gastronómica y eventos promocionales recientes; grandes grupos como Pernod Ricard están reorientando su estrategia hacia productos premium e invirtiendo en marcas locales o joint ventures.

La logística ha mejorado notablemente gracias a inversiones internacionales en cadena de frío e infraestructuras digitales aduaneras (“Canal Verde” para vinos con Indicación Geográfica). Plataformas digitales permiten ahora entregas rápidas incluso en zonas residenciales urbanas.

Las oportunidades para productores europeos pasan por adaptar estilos al gusto local (tintos afrutados o blancos aromáticos), aprovechar formatos alternativos como Bag-in-Box e invertir en formación profesional local para sumilleres o personal hostelero. El embotellado local mediante alianzas puede ser una vía interesante para gamas medias mientras se reserva la importación directa para productos premium.

Según proyecciones sectoriales, se espera que el mercado indio supere los 1.000 millones USD antes de 2030 con tasas anuales superiores al 15%. La cuota actual del vino importado podría duplicarse hasta alcanzar el 30-35% si se mantienen las condiciones favorables tras el tratado comercial.

La firma prevista del acuerdo entre la UE e India este próximo 27 de enero podría marcar un cambio estructural para las exportaciones europeas no solo en volumen sino también en posicionamiento estratégico dentro del mercado asiático más dinámico del momento.