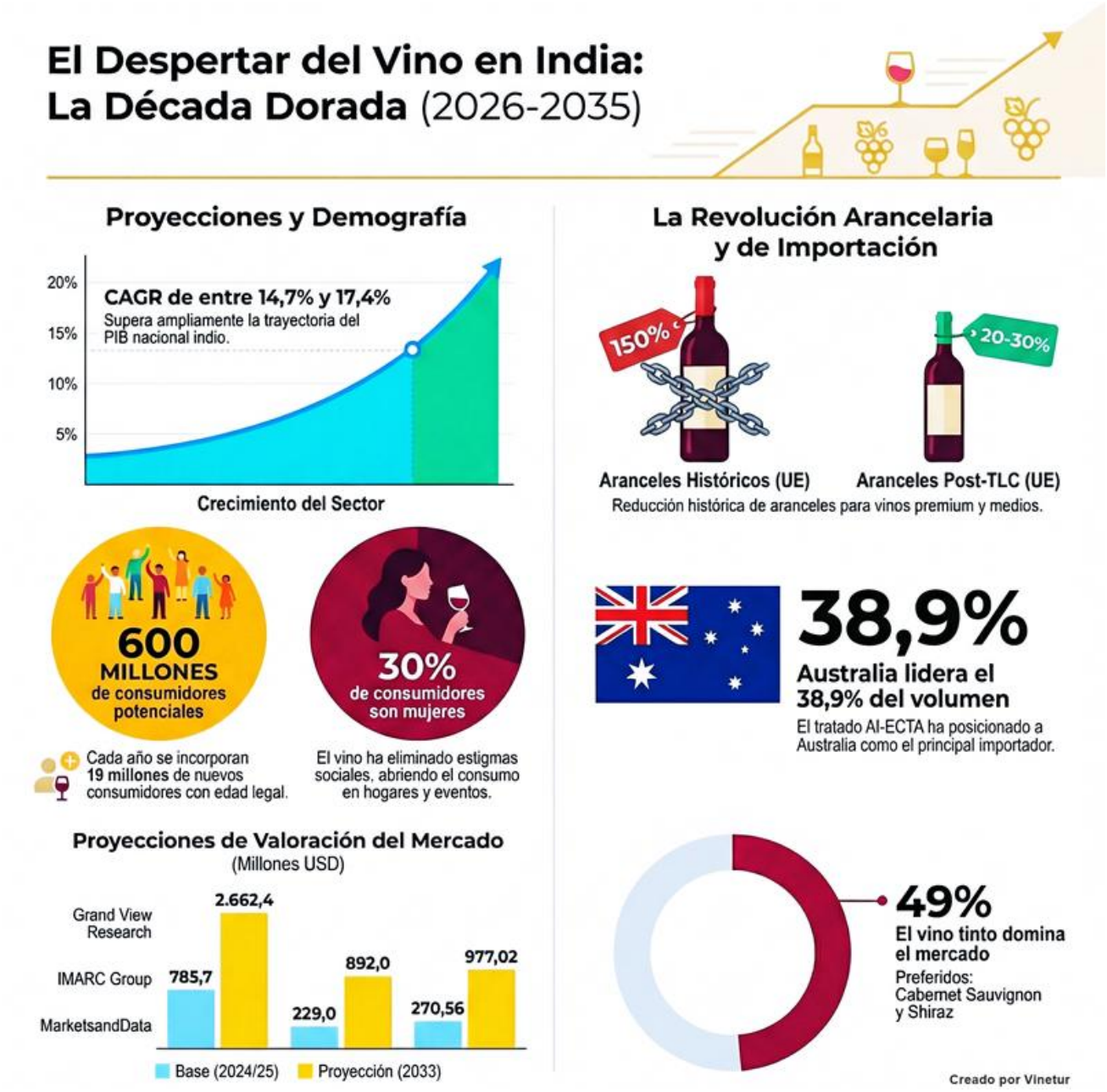
vinetur

# India emerge como el gran motor del vino con crecimientos de hasta el 17% anual

La apertura comercial de India transforma el mapa competitivo de las bodegas internacionales

martes 27 de enero de 2026




La Unión Europea e India firmaron un acuerdo de libre comercio este martes, 27 de enero, en Nueva Delhi. El pacto crea una zona de libre comercio que abarca a dos mil millones de personas y representa cerca del 25% del PIB mundial y un tercio del comercio internacional. Uno de los sectores más beneficiados será el del vino. Hasta ahora, India aplicaba un arancel básico del 150% a estos productos, lo que limitaba su presencia en el mercado local.

El mercado indio del vino se encuentra en una fase de transformación. Mientras que en Europa y Estados Unidos el consumo muestra signos de contracción, India inicia una etapa de fuerte crecimiento y apertura comercial. El acuerdo con la Unión Europea se suma al ya vigente con Australia, lo que modifica el panorama competitivo para los

productores internacionales.

Las previsiones apuntan a un crecimiento anual compuesto (CAGR) de entre el 14,7% y el 17,41% hasta 2033. Este avance está impulsado por una población joven —con una edad media de 28 años— y la incorporación de nuevos consumidores, especialmente mujeres. Se estima que más de 600 millones de personas superan la edad legal para consumir alcohol en el país. Además, la tendencia hacia productos premium gana fuerza, con consumidores dispuestos a pagar más por vinos de mayor calidad.

El mercado indio presenta particularidades regulatorias. Los impuestos estatales pueden alcanzar entre el 50% y el 70% del precio final, y existe un sector no regulado relevante. Las valoraciones del mercado varían según la fuente y la metodología empleada. Por ejemplo, Grand View Research calcula un valor de mercado de 783,7 millones de dólares en 2024 y proyecta llegar a 2.662 millones en 2033. Otras fuentes como IMARC Group sitúan la cifra actual en 229 millones, con previsión de alcanzar los 892 millones en ese mismo periodo.

En cuanto al consumo interno, los vinos nacionales dominan entre el 60% y el 70% del volumen total. Esta posición se debe principalmente a la exención histórica del arancel básico aplicado a las importaciones. El sector local está controlado por tres grandes empresas: Sula Vineyards, Fratelli Vineyards y Grover Zampa Vineyards.

Sula Vineyards es la única empresa vinícola cotizada en bolsa en India. En los primeros nueve meses del año fiscal 2025 registró unos ingresos netos cercanos a los 58 millones de dólares, aunque su beneficio neto cayó un 28%. La compañía está reorientando su estrategia hacia vinos premium y ha reducido su oferta en segmentos económicos, que han sufrido caídas notables en volumen. Además, Sula impulsa el enoturismo en sus instalaciones de Nashik, donde los ingresos por esta vía crecieron un 11,6% en el último trimestre analizado.

Fratelli Vineyards ocupa una cuota estimada del 30-35% en el segmento premium nacional y ha experimentado un crecimiento anual superior al promedio del sector. En 2024 completó una operación corporativa que le permitió cotizar indirectamente en bolsa mediante un intercambio accionario con Tinna Trade Ltd., reforzando así su posición financiera.

Grover Zampa Vineyards recibió una inyección de capital de más de diez millones de dólares a finales de 2024 para modernizar sus instalaciones y expandirse hacia el norte del país.

En cuanto a preferencias del consumidor indio, el vino tinto lidera con una cuota cercana al 49%, especialmente las variedades Cabernet Sauvignon y Shiraz, apreciadas por su maridaje con la cocina local especiada. El vino blanco mantiene una cuota estable entre el 13% y el 15%, aunque se observa un cambio desde Chenin Blanc hacia Sauvignon Blanc más seco. Los espumosos son el segmento más dinámico gracias a su creciente presencia en bodas y celebraciones urbanas; marcas internacionales como Chandon han impulsado este fenómeno. El rosado es el segmento que más crece porcentualmente, sobre todo entre mujeres jóvenes y consumidores urbanos costeros.

El mercado importador ha sido tradicionalmente reducido debido a los altos aranceles. Sin embargo, la liberalización comercial está cambiando esta situación. En la primera mitad de 2025 se importaron 2,58 millones de litros por valor de 12,55 millones de dólares, lo que supone un crecimiento robusto respecto a años anteriores.

Australia lidera las importaciones gracias al acuerdo comercial bilateral que reduce progresivamente los aranceles para sus vinos hasta niveles muy inferiores al resto de países exportadores. Francia mantiene una posición fuerte en valor gracias a su dominio en champán y vinos para hoteles de lujo; Italia destaca por su presencia en restauración; Chile y Estados Unidos completan la lista principal aunque con cuotas menores.

El nuevo acuerdo entre India y la Unión Europea reducirá los aranceles para vinos europeos desde el actual 150% hasta el 20% para productos premium (de más de diez euros) y al 30% para gamas medias (entre dos euros y medio y diez euros). La aplicación será gradual durante siete años. Esto permitirá que Francia, Italia y España compitan directamente con las marcas indias premium dentro del rango de precios más demandado por los consumidores urbanos.

A pesar del optimismo sobre las perspectivas futuras, persisten obstáculos importantes: la regulación varía según cada uno de los treinta y seis estados indios; existen problemas logísticos relacionados con la cadena de frío necesarios para

conservar correctamente los vinos importados; además, los consumidores muestran gran sensibilidad al precio final.

Se espera que las importaciones crezcan por encima del 20% anual hasta al menos 2030. Las bodegas locales deberán adaptarse a un entorno donde la protección arancelaria pierde peso frente a la competencia internacional basada en calidad e imagen. El segmento clave será aquel comprendido entre las 1.500 y las 2.500 rupias (18-30 euros), donde confluirán tanto vinos nacionales premium como importados europeos tras la rebaja arancelaria.

El año actual marca un punto decisivo para las empresas internacionales interesadas en posicionarse dentro del mercado indio del vino. La entrada en vigor del tratado con la Unión Europea iguala las condiciones frente a Australia e impulsa nuevas oportunidades comerciales tanto para productores como distribuidores europeos dispuestos a invertir en formación al consumidor e implantación dentro del canal HORECA (hoteles, restaurantes y catering).

| **Informe Completo** |
| --- |
| (PDF)Informe Estratégico Integral: El Mercado del Vino en India |