vinetur

El acuerdo entre India y la UE abre la puerta a una avalancha de vinos europeos en el mercado indio

Los productores locales se preparan para competir reforzando calidad, marketing e innovación ante la inminente llegada de marcas internacionales

martes 24 de febrero de 2026



La reciente finalización del acuerdo de libre comercio entre India y la Unión Europea prevé una reducción importante de los aranceles sobre bebidas alcohólicas importadas. Esta medida facilitará el acceso a vinos internacionales para los consumidores indios y podría modificar el panorama del sector vinícola en el país. La llegada de marcas reconocidas de Europa y otros mercados supondrá una mayor presión para los productores locales, que deberán revisar sus estrategias comerciales, mejorar la calidad de sus productos y fortalecer su presencia en el mercado.

Sumit Jaiswal, director de operaciones de Grover Vineyards, una de las principales bodegas de India, ha explicado que la entrada de empresas extranjeras puede ampliar el mercado y beneficiar a los productores nacionales. Según Jaiswal, un aumento en la cuota de mercado general también incrementará el interés por los vinos indios y elevará el nivel de conocimiento entre los consumidores. Grover Vineyards planea reforzar su inversión en marketing, mejorar el diseño de sus productos premium y potenciar las exportaciones. Además, la empresa busca participar en más certámenes internacionales para dar visibilidad a sus vinos fuera del país.

Jaiswal señala que el consumo de vino en India ha experimentado un crecimiento sostenido durante años, aunque ha sufrido interrupciones por factores externos como los atentados de Mumbai en 2008, restricciones legales a la venta de alcohol cerca de carreteras, la desmonetización y la pandemia. A pesar de estos obstáculos, el sector ha evolucionado hacia un consumo más orientado a productos premium. Durante la pandemia, muchos consumidores optaron por comprar vino para consumir en casa, lo que contribuyó a mantener las ventas.

Sin embargo, el consumo per cápita sigue siendo bajo en comparación con otros países asiáticos. Jaiswal atribuye esta situación a políticas fiscales poco favorables: salvo en Karnataka y Maharashtra, el vino se grava al mismo nivel que otras bebidas alcohólicas, lo que encarece su precio frente a alternativas como la cerveza o los licores. Además, la cultura del vino es relativamente reciente en India y requiere educación para los consumidores. El aumento de viajes al extranjero está ayudando a cambiar esta percepción y a familiarizar al público con el vino como parte habitual de la gastronomía.

Durante la pandemia, Grover Vineyards afrontó una caída drástica en las ventas tras realizar importantes inversiones para mejorar la calidad del vino y ampliar su capacidad productiva. La adquisición de nuevas instalaciones coincidió con el inicio de las restricciones sanitarias. Sin embargo, según datos facilitados por Jaiswal, la empresa logró triplicar sus ingresos tras recapitalizarse a principios del año pasado. En el ejercicio fiscal 2023 cerró con unos ingresos de 64,44 millones de rupias; tras una bajada puntual en 2024 hasta 26,13 millones, volvió a crecer hasta 64,64 millones en 2025.

Grover Vineyards ocupa actualmente el tercer puesto entre los productores nacionales y es uno de los principales exportadores indios. La bodega apuesta por vinos premium y superpremium dirigidos a un público exigente. Entre las inversiones realizadas figura una máquina óptica para seleccionar uvas que permite mejorar la calidad final del producto. El equipo técnico incluye un enólogo francés y personal formado regularmente por expertos internacionales.

Jaiswal reconoce que las bodegas indias son pequeñas si se comparan con las empresas cerveceras o destilerías del país. Esto limita su capacidad para invertir en promoción y desarrollo del mercado. En otros países existen asociaciones vinícolas fuertes apoyadas por fondos públicos; en India este apoyo es menor y muchas bodegas recurren a descuentos para competir, lo que reduce los recursos disponibles para actividades promocionales.

Para aumentar el consumo responsable de vino, Grover Vineyards impulsa iniciativas como el enoturismo y lanza productos innovadores como bebidas listas para tomar (RTD) con base de vino y menor graduación alcohólica. Estas propuestas buscan atraer a nuevos consumidores jóvenes que prefieren opciones más ligeras o no quieren preparar cócteles.

En cuanto al reconocimiento internacional, Grover Vineyards ya exporta a más de 18 países y participa regularmente en ferias comerciales y concursos internacionales. Jaiswal considera necesario que las bodegas indias actúen conjuntamente para ganar visibilidad fuera del país mediante acciones coordinadas con organismos comerciales.

Entre las novedades recientes figura la gama Misfit, una línea RTD dirigida al público joven con sabores adaptados al gusto local e internacional. El objetivo es facilitar el primer contacto con el vino y acompañar al consumidor en su transición hacia productos más sofisticados conforme aumenta su poder adquisitivo.

La estrategia actual combina innovación en producto, formación continua del equipo técnico e inversión en imagen para consolidar la posición de Grover Vineyards tanto dentro como fuera del mercado indio ante la inminente llegada masiva de vinos importados tras la entrada en vigor del acuerdo comercial con la Unión Europea.