vinetur

El mercado de bebidas alcohólicas en la India crecerá un 3% cada año hasta 2034

Los cambios en la fiscalidad estatal y los nuevos acuerdos comerciales con Europa y Oceanía abren oportunidades para las marcas internacionales

jueves 5 de marzo de 2026



El mercado de bebidas alcohólicas en la India está experimentando una transformación importante, impulsada por el crecimiento económico, cambios en los hábitos de consumo y una población joven que accede cada año a la edad legal para beber. Según datos de IWSR, el volumen total de bebidas alcohólicas en la India creció a una tasa anual compuesta del 3% entre 2019 y 2024, con un aumento del 6% en 2024 y una previsión de subida del 4% en 2025. Las proyecciones indican que este ritmo se mantendrá durante la próxima década, con tasas similares tanto para espirituosos, vino y cerveza, mientras que las bebidas listas para tomar (RTDs) podrían crecer a un ritmo del 6% anual hasta 2034.

En términos de volumen, la cerveza es la categoría más grande. Sin embargo, si se analiza el número de consumiciones, el whisky representa más de la mitad de las ocasiones de consumo. Este fenómeno se explica por el contenido alcohólico: una ración estándar de cerveza requiere mucho más líquido que una ración de whisky o brandy. Así, aunque la cerveza supone casi la mitad del volumen vendido (48%), solo representa el 12% de las consumiciones. Por el contrario, el whisky, con un 32% del volumen, supera el 55% de las ocasiones de consumo.

Esta diferencia tiene consecuencias directas en la logística y los márgenes empresariales. Los productores de cerveza deben mover grandes volúmenes de producto, lo que implica costes elevados en transporte y almacenamiento. En cambio, los fabricantes de espirituosos transportan productos con mayor valor por litro y menor volumen físico, lo que reduce los costes logísticos y mejora los márgenes operativos.

El mercado indio está dominado por productos nacionales en las categorías de espirituosos y cerveza, aunque las importaciones están ganando terreno. Entre 2019 y 2024, los espirituosos importados crecieron a una tasa anual compuesta del 16%, con previsiones del 9% para 2025 y del 8% hasta 2029. Las importaciones de cerveza siguen una tendencia similar.

La regulación estatal añade complejidad al mercado. Cada estado establece sus propias normas fiscales, requisitos de etiquetado y sistemas de distribución. Por ejemplo, Maharashtra introdujo en la segunda mitad de 2025 una nueva política para impulsar inversiones locales mediante la creación de la categoría Maharashtra Made Liquor (MML), que ha captado parte del consumo tradicionalmente dirigido a marcas nacionales consolidadas. Además, los estados controlan los precios máximos y mínimos al consumidor final y suelen renegociarlos anualmente.

El consumidor indio muestra optimismo respecto a su situación financiera y prevé un aumento del ingreso disponible. El consumo social es cada vez más aceptado tanto en eventos laborales como familiares. Sin embargo, existen diferencias generacionales: los jóvenes tienden a consumir fuera del hogar y probar nuevas marcas o categorías, mientras que generaciones mayores prefieren reuniones domésticas y un consumo más moderado.

Según IWSR Bevtrac, el 26% de los consumidores mayores de edad legal no consume alcohol, cifra estable entre septiembre de 2024 y septiembre de 2025. El crecimiento en las opciones sin alcohol proviene principalmente de quienes ya beben alcohol y buscan alternar entre bebidas alcohólicas y no alcohólicas por motivos económicos o relacionados con la salud.

El mercado indio mantiene una composición influida por productos occidentales: whisky, ron y brandy son predominantes; vodka y ginebra ocupan nichos pequeños pero en expansión. Al mismo tiempo, crece el interés por productos autóctonos como los whiskies single malt indios o espirituosos blancos premium nacionales. Las marcas internacionales están adaptando sus productos a gustos locales mediante sabores como mango o chile.

La premiumización es otra tendencia relevante: tanto los whiskies indios como los escoceses blended atraen a consumidores jóvenes interesados en productos diferenciados. El tequila también está ganando popularidad como alternativa entre las bebidas blancas y oscuras; su éxito influye incluso en el consumo femenino de vino tranquilo.

La reducción progresiva del diferencial de precios entre vinos locales e importados favorece a estos últimos. La firma de acuerdos comerciales con la Unión Europea, Australia o Reino Unido podría impulsar aún más las importaciones, especialmente en categorías como whisky escocés o ginebra.

El papel de los consumidores con alto poder adquisitivo se extiende más allá de las grandes ciudades hacia urbes medianas como Chandigarh o Hyderabad. Esto abre oportunidades tanto para marcas internacionales como para lanzamientos nacionales exclusivos o ediciones limitadas.

El mercado sigue fragmentado y sujeto a cambios regulatorios que pueden modificar rápidamente el panorama comercial. La alternancia entre bebidas alcohólicas y no alcohólicas se está consolidando como hábito transversal a todas las edades debido al precio, la salud o simplemente por experimentar nuevas opciones.

Para operar con éxito en este entorno es necesario conocer bien las particularidades estatales e invertir con cautela sin concentrar todos los recursos en un solo territorio. Las empresas deben estar preparadas para adaptarse rápidamente a cambios regulatorios o fiscales que puedan afectar su actividad.

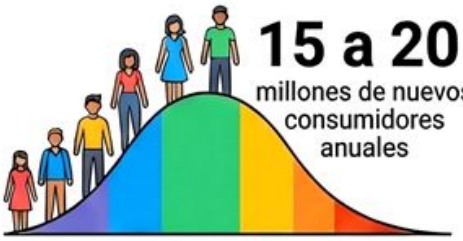
Desde el punto de vista fiscal, la estructura impositiva varía según si se grava por volumen físico o por contenido alcohólico puro. Si se grava solo por litros vendidos, la cerveza soporta una carga fiscal desproporcionada respecto al número real de consumiciones; si se grava por contenido alcohólico o botella vendida, la recaudación se ajusta mejor al patrón real de consumo dominado por espirituosos.

Analizar únicamente el volumen vendido puede llevar a conclusiones erróneas sobre el mercado indio: aunque la cerveza parece dominar en litros comercializados, son los espirituosos quienes concentran la mayoría absoluta del consumo efectivo y marcan las estrategias comerciales y fiscales del sector.

El Mercado de Alcohol en India: Un Gigante en Crecimiento

India se ha consolidado como el motor de crecimiento más importante para la industria del alcohol a nivel global. Con una población joven masiva y una tendencia hacia la premiumización, el mercado ofrece oportunidades únicas a pesar de su complejidad regulatoria estatal.

Proyecciones de Crecimiento y Demografía



15 a 20 millones de nuevos consumidores anuales

Cada año, una masa crítica de jóvenes alcanza la edad legal para consumir alcohol.



+3% CAGR proyectado hasta 2034

Se espera un crecimiento sostenido en todas las categorías durante la próxima década.

Auge de la Premiumización y el "Orgullo Indio"





Los consumidores están optando por marcas locales de alta gama y productos importados.

La Paradoja: Volumen vs. Consumo Real

La Cerveza domina el volumen, el Whisky el consumo

Volumen (Litros)



Mientras la cerveza llena los almacenes, el whisky domina las ocasiones de consumo reales.

Servicios (Copas)



Los destilados ofrecen mayores márgenes y menores costos logísticos que la cerveza. 80% de las ocasiones son para "bebidas oscuras". El whisky, el brandy y el ron representan la gran mayoría de las copas servidas.

Creado por Vinetur | Fuente IWSR

El Mercado del Vino en India: Perspectivas y Desafíos

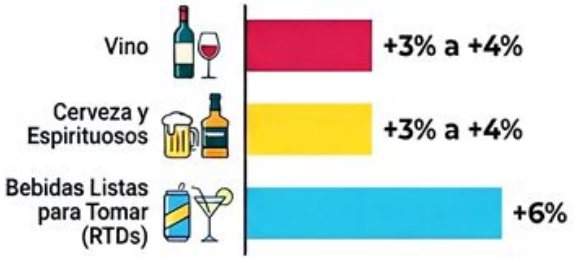
Proyecciones y Dinámicas de Mercado



+3% a +4%

Crecimiento proyectado anual del volumen de vino hasta 2034

CAGR Proyectado (2024-2034) por Categoría





Rendimiento mixto por categoría

El vino espumoso muestra un ligero crecimiento; el vino tranquilo enfrenta un declive moderado.



Impulso por Tratados de Libre Comercio

Acuerdos con la UE y Australia están reduciendo la brecha de precios entre vinos locales e importados.

El Perfil del Consumidor de Vino



48%

de consumidores son mujeres

El segmento femenino es el principal motor del consumo de vino tranquilo en áreas urbanas.





Competencia indirecta del Tequila

Las consumidoras de vino están migrando hacia el tequila y la coctelería debido a nuevas tendencias.



Premiumización y Estatus

La elección de marcas de vino de mayor calidad se ha vuelto un símbolo de estatus social.

Creado por Vinetur | Fuente IWSR