

Cerveza en Tailandia

A. CIFRAS CLAVE

Tailandia ha experimentado un crecimiento del 4,26 % en el volumen de venta de cerveza en los últimos seis años, dominado fundamentalmente por la producción local de cerveza lager. En 2023 el volumen total vendido ha recuperado el nivel prepandemia con un total de 2.177 millones de litros vendidos y un incremento interanual del 9,9 %. Siendo la cerveza la bebida alcohólica más consumida en el país ([Statista, 2024](#)), en los últimos años se han observado importantes cambios en el sector, con la introducción de marcas extranjeras y de nuevos sabores, así como un rápido crecimiento del consumo de cerveza artesanal ([Krungsri, 2022](#)). Por todo ello, unido a la progresiva flexibilidad de las políticas gubernamentales para impulsar el turismo, así como las iniciativas llevadas a cabo por las distintas asociaciones, el sector presenta unas perspectivas de desarrollo favorables, así como oportunidades para las cerveceras extranjeras que deseen impulsar sus productos en el país en los próximos años.



Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Variación 2018-2023
Volumen total vendido (millones de litros) (A)	2.088	2.160	1.889	1.836	2.017	2.177	4,26 %
Exportaciones totales (miles EUR)	102.801	102.053	74.689	84.560	100.852	108.151	5,20 %
Exportaciones de THA a ESP (miles EUR)	225	198	100	189	193	272	20,89 %
Importaciones totales (miles EUR)	14.509	13.609	13.188	15.941	35.304	40.237	117,32 %
Exportaciones de ESP a THA (miles EUR)	43	52	39	42	125	239	455,81 %
Población (millones habs.) (B)	71,12	71,3	71,47	71,6	71,69	71,69	0,80 %
Consumo per cápita (A/B)	29,36	30,29	26,43	25,64	28,14	30,37	3,43 %

Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor, Thai Customs y Banco Mundial, 2024¹.

¹ Cambio de divisa actualizado a 17 de febrero de 2024 (1 EUR = 38,70 THB).

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

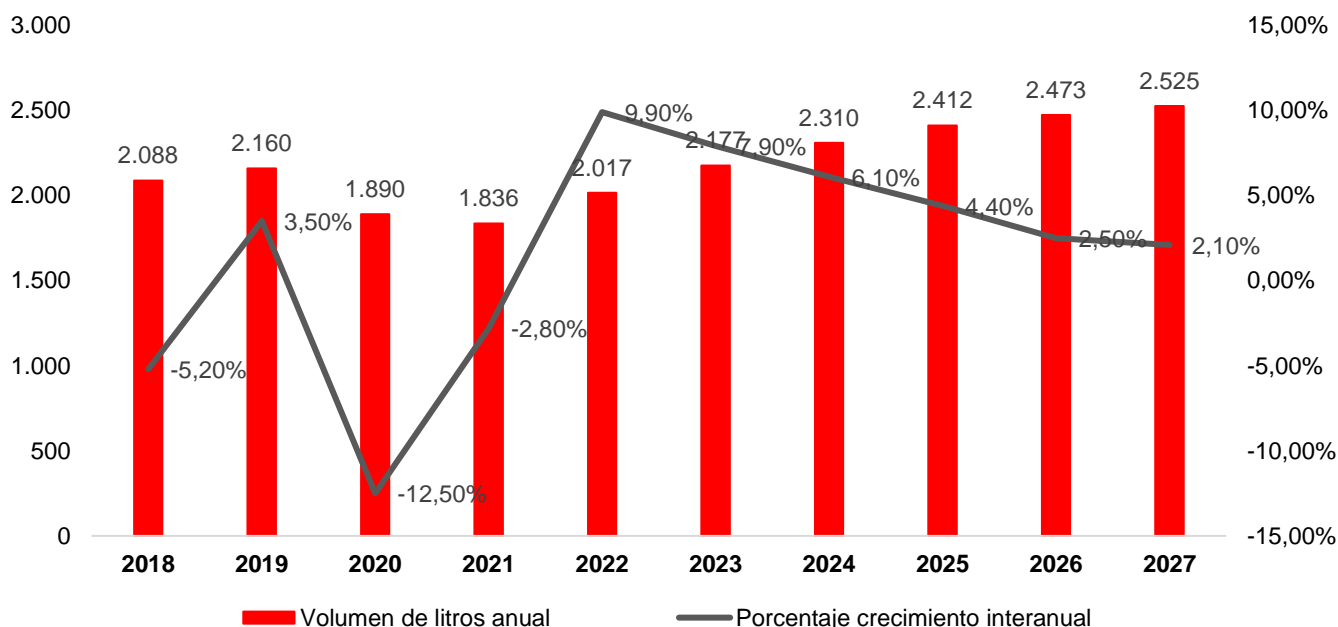
El sector de la cerveza en Tailandia se concentra en la “cerveza hecha con malta”, la cual representa el 97,9 % del mercado y queda recogida bajo el código arancelario 22.0300. Este subsector sigue siendo el de preferencia de los consumidores tailandeses, aunque es cierto que su crecimiento se ha ralentizado, y experimentará un incremento de la demanda más moderado en los próximos años.

Sin embargo, a pesar de su volumen residual, en el último periodo (2017-2022) se ha ido consolidando la presencia de otros tipos de cerveza que se espera tengan una creciente importancia en el mercado en los próximos años. Por un lado, la **cerveza sin alcohol** ($\leq 0,5$ % vol. alcohol) que ocupa la partida arancelaria 22.0291, ha aumentado en un 21 % desde 2017, ya que se ha introducido como una opción más saludable entre la población tailandesa. Al mismo tiempo, la **cerveza tostada**, que en 2022 no llegaba ni al 1 % de la cuota de mercado, se ha beneficiado de un fuerte auge y popularidad que se espera siga creciendo a un ritmo del 6 % hasta 2027, al igual que la cerveza con maíz.

B.2. Tamaño del mercado

En 2023 en Tailandia se vendieron 2.177 millones de litros de cerveza, un 9,9 % más que el año anterior. La cerveza es la bebida alcohólica más consumida en el país: 72,6 % del total de ventas de bebidas alcohólicas en 2022 ([Pub & Bar Asia, 2024](#)) y cuenta con una importante producción nacional. Además, la reactivación del turismo en Tailandia ha contribuido significativamente a este incremento, con optimistas perspectivas de crecimiento, debido tanto a los planes gubernamentales destinados al impulso del sector HORECA y hotelero, como al levantamiento de las restricciones de la COVID-19.

LITROS ANUALES VENDIDOS Y VARIACIÓN INTERANUAL



Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor, 2024.

Dentro del mercado, más del 90 % de la cerveza que se consume es lager, aunque existen grandes diferencias en función de la segmentación por precio, con un 83 % de consumo de la gama baja, pero con indudables perspectivas de crecimiento del consumo de las gamas media y *premium* en los próximos cinco años.

SEGMENTACIÓN DE LA CERVEZA POR CATEGORÍA EN TAILANDIA

Categoría	Rango precio/litro	Volumen 2022 (millones de litros)	Crecimiento anual 2022-2027	Principales marcas
Premium	> 115 THB	52,2	5,4 %	Heineken, marcas extranjeras
Gama media	80-115 THB	228,1	6,6 %	Singha, San Miguel, Tiger
Gama baja	< 80 THB	1.716,8	4,3 %	Chang, Leo

Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor, 2024.

La cerveza extranjera representa un mercado de nicho en Tailandia, con una cuota del 1,2 % en 2023 que se ha mantenido los últimos seis años, debido tanto a una menor asociación de este producto con la gastronomía, lo cual le ha impedido beneficiarse del auge de la cocina internacional del país en la última década, como a la histórica dominación de las marcas locales en el mercado y su gran prestigio nacional. Por ello, las importaciones de cerveza se han concentrado principalmente en países de la región.

IMPORTACIONES DE CERVEZA DE TAILANDIA POR PAÍSES DE ORIGEN

En miles de euros

País	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Variación 6 años
Mundo	14.509,25	13.609,49	13.188,09	15.941,45	35.303,91	40.236,81	177 %
Vietnam	2.591,93	3.828,53	6.060,77	8.048,56	20.745,66	24.118,40	831 %
Singapur	682,97	390,24	266,61	914,88	2.478,89	5.374,67	687 %
China	206,01	469,51	414,69	1.395,44	2.898,70	3.980,03	1.832 %
Indonesia	160,13	73,16	762,89	2.256,02	2.481,04	2.285,66	1.327 %
Alemania	1.129,07	1.014,82	714,60	697,99	1.231,94	1.097,68	-3 %
Laos	423,30	491,00	364,67	201,97	557,19	660,40	56 %
Irlanda	239,95	165,39	117,95	106,75	212,51	440,93	84 %
Bélgica	3.591,95	2.953,71	1.841,60	577,88	1.372,36	301,61	-92 %
España	43,11	52,12	39,24	41,95	124,77	239,37	455 %

Fuente: Elaboración propia a partir de Thai Customs, 2024².

Asimismo, la proporción de cerveza europea importada en Tailandia ha ido incrementando su presencia de forma muy residual, con una disminución de su cuota global, pasando de un 30 % en 2018 a un 13 % en 2023. Esto se debe al auge de las importaciones de los grandes productores vecinos, como Vietnam, que en 2023 llegó a consolidarse como el primer socio comercial del país en materia de cerveza, seguido por Singapur, con una cuota de importación del 67 %. Esto explica la fuerte disminución de importaciones de países como México, dado el establecimiento de manufactureras de marcas extranjeras en países vecinos. A ello, hay que sumarle el menor precio de importación en comparación con aquellos países que no se benefician de la exención de aranceles, los cuales suponen un 60 %.

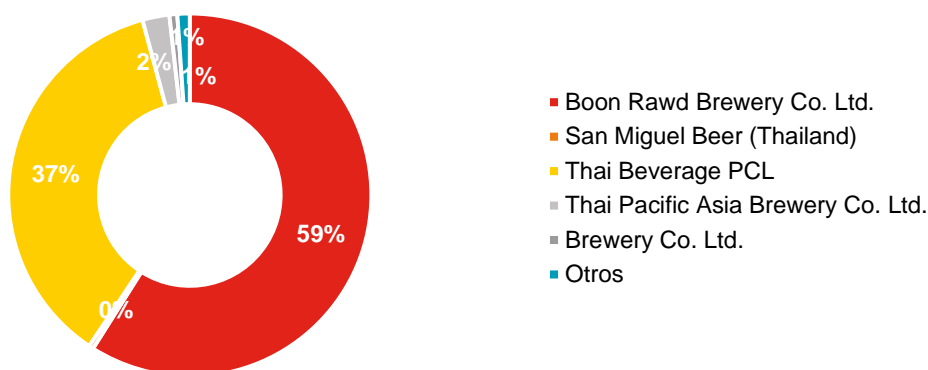
² Cambio de divisa actualizado a 17 de febrero de 2024 (1 EUR = 38,70 THB).

B.3. Principales actores

El sector se encuentra dividido entre dos industrias cerveceras principales que dominan el 96 % del mercado. Por un lado, la empresa **Boon Rawd Brewery Co. Ltd.**, productora de las marcas de cerveza líderes Singha y Leo e importadora de marcas internacionales como Corona, producida en Vietnam. Por otro lado, se encuentra **Thai Beverage PCL**, sociedad financiera productora de las marcas locales Chang, Archa, Tapper y Black Dragon, así como otras destinadas a la exportación (Bia Saigon Gold, Special, Lager y Export; 333), las cuales fueron adquiridas tras la compra de la empresa vietnamita Sabeco. Con una cuota muy residual, el mercado tailandés cuenta con otras empresas como **Thai Pacific Asia Brewery Co. Ltd.**, manufacturera de la marca Heineken; **Brewery Co. Ltd.** y **San Miguel Beer (Thailand)**.

CUOTA DE MERCADO DE LAS EMPRESAS CERVECERAS EN TAILANDIA

En porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor, 2024.

Además, y dada la importancia de la restauración en el país, en el mercado hay diferentes organizaciones y asociaciones destinadas a defender los derechos de los productores, como las que se listan a continuación:

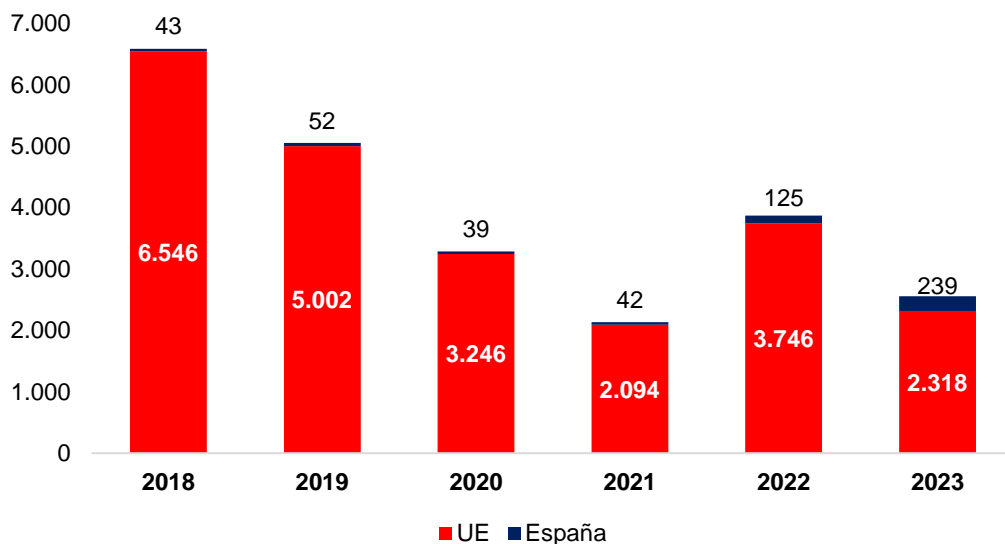
- [Food and Beverage Management Association](#): Asociación que promueve la defensa de los derechos del sector HORECA, así como la formación y gestión hotelera.
- [Restaurant Business Association](#): Organización que trabaja para impulsar la defensa de los restaurantes en Tailandia en una gran variedad de temáticas como la salud alimentaria, legislación nacional, organización de eventos, entre otras.
- [Asociación Tailandesa de Empresas de Alcohol \(TABBA\)](#): Asociación que agrupa a los principales operadores de bebidas alcohólicas de Tailandia para promover el conocimiento, la colaboración gubernamental y empresarial en la industria.
- [Asociación de cerveceros tailandeses](#): Es una organización no gubernamental que tiene como objetivo proveer conocimiento y apoyar la certificación y la legalidad de los productores de cerveza tailandeses
- [Asociación de Comercio de Cervezas Artesanales y Licores de Tailandia \(TCBA\)](#): Incluye a aquellos productores locales que fabrican tanto cervezas como licores artesanales, con el objetivo de defender sus intereses comunes.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

España es el cuarto socio europeo comercial de Tailandia en el sector después de Alemania, Bélgica e Irlanda, aunque ha realizado importantes avances en el mercado en los últimos seis años, incrementando su presencia de cerveceras y el flujo de importaciones, con un crecimiento del 433 % entre 2018 y 2022, tal y como se muestra en el gráfico a continuación:

EXPORTACIONES DE CERVEZA DE LA UNIÓN EUROPEA Y ESPAÑA A TAILANDIA

En miles de euros



Fuente: Elaboración propia a partir de Thai Customs³.

No obstante, Tailandia es el sexto país con más restaurantes españoles certificados por el programa *Restaurants from Spain* de ICEX en el mundo y el tercero de Asia, detrás de China y Singapur. Además, en los últimos años ha habido una creciente apertura de establecimientos de gastronomía española, con chefs de reconocido renombre internacional, lo que ha fomentado un posicionamiento más *premium* de la marca España dentro de la oferta gastronómica internacional en el país. Todo ello ofrece la posibilidad para las cerveceras de aprovechar el impulso de los establecimientos y la oferta de productos españoles en Tailandia para reforzar las exportaciones al país.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El mercado de la cerveza en Tailandia ofrece oportunidades para los próximos años gracias a los esfuerzos del Gobierno por situar al país como principal destino turístico en el ámbito internacional, además de promover la rápida recuperación económica a través de este. Esto ha comenzado a dar resultados, con un 50 % más de turistas sólo en los dos primeros meses de 2024 ([Nation Thailand, 2024](#)).

Además, en los próximos cinco años se espera que el consumo de cerveza siga aumentando, aunque con una desaceleración del crecimiento que irá desde el 7,9 % en el próximo año, a un 2,1 % en 2027 (Euromonitor, 2024). Como se ha podido observar, en el mercado es muy importante la presencia en el país de fábricas de producción, ya que las marcas con mayor presencia producen localmente (San Miguel, Heineken) o en países vecinos (Corona), aprovechando la estratégica posición de Tailandia en el Sudeste Asiático.

Por otro lado, el subsector de la cerveza artesanal, cuya capital se encuentra en la provincia de Nonthaburi y que en 2022 representaba alrededor del 0,5-1 % del sector, está incrementando su popularidad en el país. Entre el 2020 y el 2022 se estimó una tasa de crecimiento de la producción local artesanal del 400 % y con una importante presencia de cerveza artesanal importada ([BrandBuffet, 2023](#)).

Así, pesar de la mayoritaria presencia de cerveza local en el mercado, existen oportunidades de incremento de la cuota para las cerveceras españolas. Por un lado, a través de los establecimientos de gastronomía española en el país, lo cual representa una eficaz forma de introducción en el mercado, dada su significativa popularidad entre la población tailandesa.

³ Cambio de divisa actualizado a 17 de febrero de 2024 (1 EUR = 38,70 THB).



Por otro, mediante la apuesta por cervezas en subsectores nicho, como la sin alcohol, con maíz o artesanales, todo ello con el objetivo de llegar a un público más selecto, con un mayor poder adquisitivo o que busca productos más sanos o sabores diferentes, sobre todo orientadas a la población joven.

De cualquier manera, se aconseja la **inversión en marketing**, en consideración a la estricta regulación nacional, además de la **presencia de un agente en el mercado**, ya que los tailandeses valoran la presencia empresarial en el país y el trato directo con las propias compañías, lo que demuestra una relación de continuidad. Por ello se sugiere, o bien la manufactura de cerveza en el propio país, lo cual además facilita el comercio y la exportación a países vecinos, o la presencia de un representante comercial de la marca en Tailandia.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La distribución de cerveza se realiza de dos maneras principalmente. Por un lado, tal y como se ha explicado, se encuentran las manufactureras nacionales y extranjeras que producen localmente e importan y distribuyen otras marcas nacionalmente y a otros países de Asia.

Por otra parte, se encuentran los importadores locales que importan la cerveza manufacturada y envasada desde sus respectivos países de origen y la distribuyen dentro del país a los diferentes clientes finales. Estos acuerdos con los importadores tailandeses suelen ser en exclusiva y las empresas extranjeras los mantienen durante varios años, aunque los mismos suelen distribuir varias marcas al mismo tiempo.

La venta a los clientes finales se divide en el canal HORECA, que incluye bares, casinos y clubes (*on-trade*) y que representa casi el 30 % de las ventas de cerveza en 2023 y el *off-trade*, que acumula más del 70 %, en el que se encuentran principalmente los supermercados, hipermercados y grandes superficies. Entre estos destacan las tiendas de conveniencia **7 Eleven**, las cuales tienen horario de apertura de 24 horas/7 días a la semana y se pueden encontrar en casi cualquier esquina del país. Sin embargo, las cervezas importadas de países con una menor presencia suelen priorizar el canal HORECA, especialmente los restaurantes de comida internacional y cadenas hoteleras, debido a la elevada inversión que supone la introducción de los productos en el canal *off-trade* en Tailandia (*listing fees*), además de su popularidad entre los extranjeros residentes y visitantes en Tailandia.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

La regulación de bebidas alcohólicas en Tailandia es muy estricta e integra distintas dimensiones del sector, desde la venta hasta la publicidad. Por un lado, la **Ley de Control de Bebidas Alcohólicas de 2008** ([Alcoholic Beverage Control Act](#)) prohíbe la venta en una lista cerrada de lugares (templos, hospitales). También se restringe la venta de bebidas alcohólicas entre las 24 h y las 11 h y las 14 h y 17 h y a los menores de 20 años.

También hay otras limitaciones al *marketing* de estas bebidas, puesto que no se permite la publicidad de las marcas junto a la propia bebida, ni la difusión de imágenes de estas en las redes sociales por los propios usuarios, si las mismas contienen la insignia y pueden llegar a asociarse con el consumo de alcohol. Por ello, marcas locales como Chang han optado por el desarrollo de otras líneas de productos, como refrescos, con la marca cervecera para su promoción.

En cuanto a las **barreras comerciales arancelarias**, la cerveza está gravada con un 60 % de impuestos a la importación, lo cual afecta a todos aquellos países de origen que no cuentan con exenciones y acuerdos con Tailandia. A ello se le debe añadir un impuesto específico que resulta de la suma de dos tipos: por volumen, que es de 430 baht por litro de alcohol puro, y por precio, un 22 % sobre el valor estimado de venta. Después se le deben incluir los correspondientes impuestos municipales y el IVA. Además, hay que contar con la correspondiente licencia de importación de alcohol, que es expedida por el Ministerio de Finanzas y cuya tramitación es compleja y laboriosa.



E.3. Ferias

Las principales ferias de interés para los actores del sector de la cerveza en Tailandia son las destinadas a la industria de bebidas y alimentación:

- [THAIFEX Anuga Asia 2024](#). Es la feria del sector agroalimentario y de bebidas más importante de Tailandia, con gran participación de empresas de otros países de ASEAN. Se celebra anualmente en mayo y las fechas previstas para 2024 son del 28 de mayo al 1 de junio.
- [Pub-Bar-Asia 2024](#). Segunda edición de la feria que agrupa a proveedores de la industria y ofrece una gran oportunidad para asegurar los derechos de distribución en el país y conocer las tendencias de la industria. La edición de este año será del 11 al 14 de julio de 2024.

A pesar de no haber muchas ferias sobre este sector en concreto, en Tailandia se realizan otros eventos para impulsar el desarrollo de otros tipos de cerveza en el mercado y la introducción de nuevas marcas:

- [Beer People Festival](#): Festival de cerveza artesanal y otro tipo de licores, destinado a los productores locales principalmente, para promocionar y dar a conocer la marca. Se realiza cada año en Tailandia, normalmente durante la primera semana de marzo.
- [Semana de la cerveza artesanal tailandesa](#). Serie de eventos y actividades que se realizan en todo el país con el fin de promocionar la cerveza artesanal tailandesa y fortalecer la industria en Tailandia. La última edición tuvo lugar del 20 al 28 de octubre de 2023.



F. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Bangkok** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Tailandia**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Tailandia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Tower, 26th Floor, 159 Serm-Mit
Khwaeng Khlong Toei Nuea, Watthana
Bangkok 10110 - Tailandia
Teléfono: 00 (66) (2) 2589021
Correo electrónico: bangkok@comercio.mineco.es
<http://Tailandia.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 10 10 9 a
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Marina Güemes Rico

Oficina Económica y Comercial
de España en Bangkok
bangkok@comercio.mineco.es
Fecha: 19/04/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR TAILANDIA



ICEX España
Exportación
e Inversiones