



Informe comercial elaborado por el
Consulado General y Centro de Promoción
de la República Argentina en Mumbai

15 de septiembre de 2021



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Consulado General y Centro de Promoción de
la República Argentina en Mumbai

Datos Generales de la India

Superficie 3.287.300 Km² (séptimo país más grande del mundo)

Población 1.380 millones de habitantes

Crecimiento poblacional 1%

Tasa de alfabetismo 74%

Población urbana 35%

Suscripciones a telefonía celular (cada 100 habitantes) 89,7

Fuente: Banco Mundial, 2020

Principales ciudades (por número de habitantes - millones de personas)

Mumbai	18,41	Bengaluru	8,5
Delhi	16,31	Hyderabad	7,75
Kolkata	14,11	Ahmedabad	6,35
Chennai	8,7	Pune	5,05

Fuente: Censo de población, Ministerio de Asuntos Internos, Gobierno de la India, 2011

Datos Macroeconómicos

PBI (*) 2,59 billones de dólares (2020)

PBI crecimiento esperado (*) 9,5% en 2021 y 8,5% en 2022

Tasa inflación esperada (*) 3,7% en 2021

Tipo de cambio 73 rupias por dólar

Exportaciones 18% del PBI

Importaciones 18% del PBI

Inversión Extranjera Directa 50.611 millones de dólares

Fuente: Banco Mundial, 2020. Valores en dólares corrientes

(*) Fuente: FMI, World Economic Outlook, abril 2021

1. Descripción del mercado y tendencias del consumo

Por el tamaño de su PBI la economía india es la quinta a nivel mundial y ha experimentado un crecimiento del orden del 6% anual en los últimos años. Si bien en 2020 la tasa de crecimiento se contrajo al 7,3% por impacto de la pandemia, se espera una recuperación gradual y crecimiento en la senda positiva, condicionado al buen manejo de nuevas olas de contagio y el avance de la campaña de vacunación.

La agricultura aporta 18% al PBI de la India, mientras que los servicios lo hacen en 59% y la industria en un 23%¹. Si bien la participación de la agricultura se redujo en las últimas dos décadas, aún conserva una porción importante del total del PBI.

Se espera que para el año 2030 no menos de 50 millones de familias más hayan alcanzado un nivel de vida confortable y que unos 70 millones de personas más salgan de la pobreza.

India tiene una clase media de 600 millones de personas y la edad promedio de la población es de 27/28 años. Cerca del 70% de los jóvenes vive en zonas rurales y constituye el grueso de la fuerza laboral que está migrando a las ciudades.

Se espera que el consumo sea impulsado por el continuo crecimiento de la clase media y por una mayor conciencia sobre el cuidado de la salud. La exposición al estilo de vida occidental, la urbanización y mayor conciencia de los efectos de la alimentación en la salud son los principales factores que explican el cambio en los patrones de consumo de alimentos en la India.

Especialmente entre los jóvenes se está instalando la conciencia del efecto de la alimentación en la salud, llevando a elecciones de compra y consumo de alimentos más sanos. Esto beneficia a los alimentos ricos en proteínas, frutas y verduras que están desplazando a los carbohidratos y las grasas. También está modificando las formas de cocción y los ingredientes utilizados, tendiendo al uso de endulzantes naturales y proteínas vegetales.

Otros aspectos que ganan importancia en el análisis del consumidor además de la salubridad son la trazabilidad y el aporte nutricional de los alimentos y por lo tanto sus ingredientes. Esta tendencia se profundizó desde el año 2020, con una mayor conciencia de la importancia de los alimentos para la inmunidad y las defensas contra enfermedades. En función de esto el prestigio de una marca y la garantía de salubridad de los productos seguirá aumentando en importancia en la elección del consumidor.

Las opciones digitales están ganando espacio rápidamente y son especialmente importantes en la entrega de productos de almacén y comida a domicilio. Se estima que, del total de compras "online", alrededor del 12% corresponde a alimentos. Las plataformas digitales suelen ser el medio de compra elegido por la clase media para adquirir alimentos importados envasados.

Durante los meses de aislamiento impuesto por la pandemia las ventas online de alimentos aumentaron hasta representar alrededor del 45% del total de las ventas. Si bien con la mejora de la situación sanitaria los compradores volvieron a las tiendas, el nivel de compras por canales digitales se estabilizó en un 20%, casi el doble comparado con los niveles pre-pandemia.

La mejor calidad de vida, la sensibilidad al precio y el comercio electrónico serán factores fundamentales en las elecciones del consumidor indio en el futuro próximo.

2. Producción doméstica, volumen y composición de importaciones

India es el segundo productor mundial de frutas y verduras, pero actualmente sólo procesa alrededor del 2% de la producción, quedando aún un alto margen para aumentar la industrialización y procesamiento en este rubro. El gobierno está fuertemente comprometido en su política de incentivo a la producción local, el autoabastecimiento y la seguridad alimentaria. Es por ello que el Estado indio está incentivando y ofreciendo líneas de crédito para motivar la industrialización de la

¹ Fuente: Banco Mundial, perfil de país 2020

producción agrícola ya que esto alentará no solo la exportación de alimentos sino también la reducción del desperdicio, el agregado de valor y mejora de la cadena de valor.

Estadísticas de importación y exportación

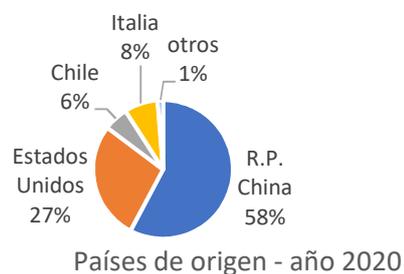
Importaciones (millones de dólares)

HS	producto	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
20.02	Tomates preparados	6,29	8,01	19,63	10,01
20.05	Hortalizas preparadas o conservadas (sin vinagre)	6,68	7,27	8,88	5,28
20.06	Hortalizas y frutas confitadas con azúcar	2,57	3,33	3,83	4,53
20.07	Mermeladas, jaleas y conservas de frutas	8,1	10,12	7,89	4,34
20.08	Otras conservas de frutas	29,97	38,43	30,68	31,51

Fuente: Departamento de Comercio, Ministerio de Comercio e Industria, Gobierno de la India. Los datos corresponden a años fiscales (abril-marzo).

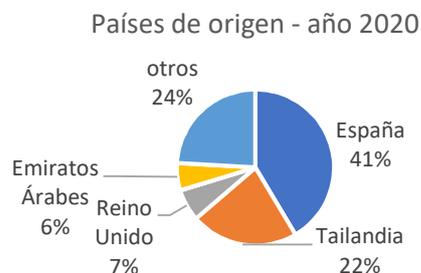
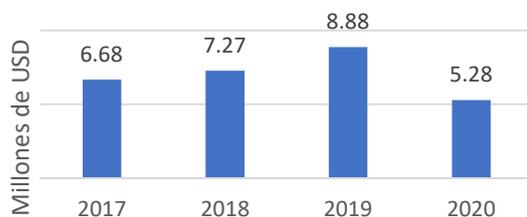
HS 20.02

Tomates enlatados

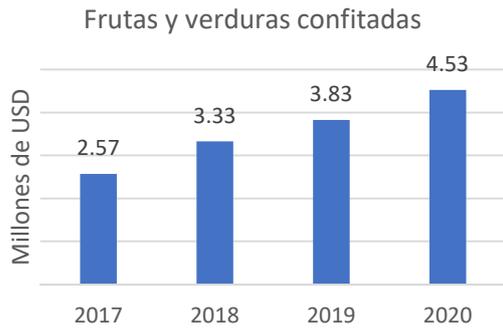


HS 20.05

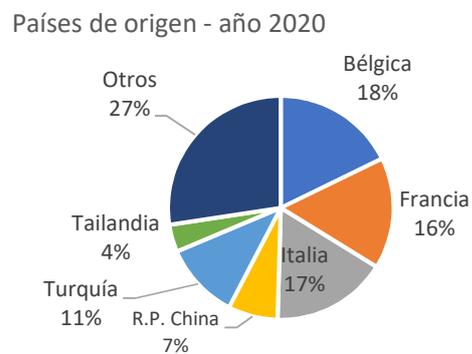
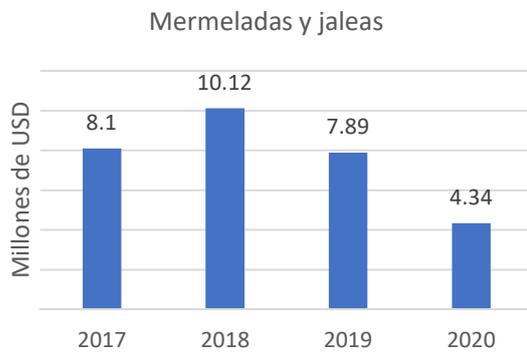
Hortalizas peparadas o preservadas sin vinagre



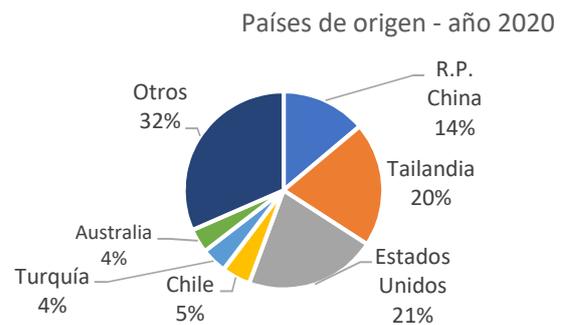
HS 20.06



HS 20.07



HS 20.08



Exportaciones (millones de dólares)

HS	producto	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
20.02	Tomates preparados	0,81	0,77	0,62	0,7
20.05	Hortalizas preparadas o conservadas (sin vinagre)	38,76	45,06	47,34	65,57
20.06	Hortalizas y frutas confitadas con azúcar	2,63	3,23	3,39	3,56
20.07	Mermeladas, jaleas y conservas de frutas	150,71	153,06	160,75	149,8
20.08	Otras conservas de frutas	163,75	141,77	163,38	184,5

Aranceles

HS	Arancel básico	Social Welfare Surcharge (a)
20.02	30%	10%
20.05	30%	10%
20.06	30%	10%
20.07	30%	10%
20.08 (*)	30%	10%

(a) Aplicado sobre el valor de exportación más el arancel básico

(*) excepto las nueces de cajú tostadas y/o saladas (HS 20.08.19) que están gravadas con un arancel básico del 45%

3. Impuestos internos y permisos

Además de los aranceles, los productos del capítulo 20 están gravados internamente con el impuesto sobre bienes y servicios (GST) en una alícuota del 12%.

El Reglamento de Seguridad Alimentaria y Normas (Importación) de 2017 establece un procedimiento integral para el despacho de productos alimenticios importados y determina el procedimiento para la inspección y análisis efectivos de artículos alimenticios para garantizar que la salud de los consumidores no se vea comprometida. La dependencia gubernamental relevante es la Autoridad India de Seguridad y Estándares de Alimentos <https://www.fssai.gov.in/>

La disposición se aplica a los alimentos procesados importados directo para consumo. Los importadores de alimentos precisan estar licenciados por el FSSAI y son los responsables de las gestiones pertinentes para obtener la certificación de este organismo que habilita la comercialización local de alimentos importados.

La documentación que el importador debe presentar al FSSAI a través de un portal "online" incluye la lista de ingredientes, etiqueta, declaración de uso final, certificado de país de origen y conocimiento de embarque.

4. Canales de distribución

El canal informal tiene una presencia muy significativa y concentra alrededor del 65% del comercio minorista de alimentos, especialmente frutas y verduras frescas. Está constituido por ferias, vendedores ambulantes y vendedores al costado de los caminos. En el canal organizado se encuentran los supermercados, hipermercados, tiendas gourmet y digitales.

El canal organizado está ganando importancia y presencia en la venta de productos agropecuarios y en la venta minorista en general en centros urbanos, particularmente de la mano de las opciones digitales. Los super/hipermercados están posicionándose para satisfacer la demanda de productos de alta gama y saludables. Los alimentos y bebidas importadas representan alrededor del 20% de la oferta de estos establecimientos.

5. Tendencias en el mercado de mermeladas, conservas y productos similares

Con el crecimiento de la urbanización, la clase trabajadora depende de la conveniencia de los alimentos envasados, especialmente en las grandes metrópolis. La aparición de empresas importadoras especializadas en alimentos de marca, la modernización de los puntos de venta, las plataformas digitales de venta y entrega a domicilio y la influencia de los restaurantes son los principales factores que contribuyen al consumo y la importación de alimentos procesados.

Si bien el consumo total del país se ha ralentizado en los últimos años, el impacto en el mercado de alimentos envasados ha sido menor que en otros sectores. Los productos con mayor crecimiento son las frutas en conserva, pickles (estilo indio), pulpas y jugos de frutas. También crece la popularidad de las mermeladas de frutas, mantecas de maní, avellanas o almendras y los untables salados incluyendo el humus. De la mano de la popularidad de la dieta mediterránea se encuentran cada vez más en los supermercados salsas a base de tomate y pestos.

Productos y precios de referencia

Fuente: supermercados gourmet de la ciudad de Mumbai y plataformas online de las propias marcas, septiembre 2021.

Producto	Marca	Segmento	Presentación	Precio al público	
Mostaza	Urban Platter	Premium, importado	350 gr.	350 rupias (4,86 USD)	
	The Gourmet Jar	Premium	170 gr.	299 rupias (4,17 USD)	
Salsas en base a tomate	Barilla	Premium, importado	400 gr.	349 rupias (USD 4,85)	
	The Gourmet Jar	Premium	390 gr.	249 rupias (USD 3,45)	
Pesto	The Gourmet Jar	Premium	190 gr.	375 rupias (5,20 USD)	
Mermelada	Bonne Maman	Premium, importado	370 gr.	425 rupias (5,90 USD)	
	L'Exclusif	Premium	330 gr.	170 rupias (2,36 USD)	

	Bhuira	Selección	240 gr.	249 rupias (3,46 USD)	
Manteca de maní	Skippy	Importado	462 gr.	415 rupias (5,76 USD)	
	The Butter Nut co.	Premium	240 gr.	185 rupias (3,60 USD)	
Manteca de almendras	Urban Platter	Premium	250 gr.	400 rupias (5,55 USD)	
Dulce de leche	Sprig	Premium	290 gr.	449 rupias (6,24 USD)	

6. Autoridades relevantes

Ministerio de Comercio e Industria

Udyog Bhavan, Rafi Marg, New Delhi 110 011.

No.de teléfono: (11) 301-5299 or 301-6917. Fax: (11) 301-4418.

Correo electrónico: commerce@hub.nic.in

Web: <http://commin.nic.in/doc/welcome.html>

Autoridad India de Seguridad y Estándares de Alimentos

<https://www.fssai.gov.in/>

7. Ferias

Annapoorna – ANUFOOD India

<https://www.anufoodindia.com/>

Dirección – Bombay Exhibition Centre, Mumbai, India

Koelnmesse YA Tradefair Pvt. Ltd.

Sr. Ravi Verma

ravi.verma@ficci.com

Tel: +91- 11- 23487462

Federación de Cámaras de Comercio e Industria de la India (FICCI)

India Food Forum

<https://www.indiafoodforum.com/>

Dirección – Bombay Exhibition Centre, Mumbai, India

1st Floor Panchal Iron Works, Plot No. 111/3, Marol Co-Operative Industrial Estate, Marol, Andheri (East).

Tel. +91 – 22 – 28508070/71. F: +91 – 22 – 28508072.

8. Importadores

El listado de importadores puede consultarse, por posición arancelaria y sector, en el Portal Argentina Trade Net <https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet/>



Muchas gracias por su atención.

Ante cualquier duda, comuníquese con el Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina en Mumbai.

<http://cgmum.cancilleria.gob.ar>

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>