

# Explorando India:

oportunidades comerciales  
para Uruguay en el sector  
alimentos

Ignacio Bartesaghi

Natalia De María

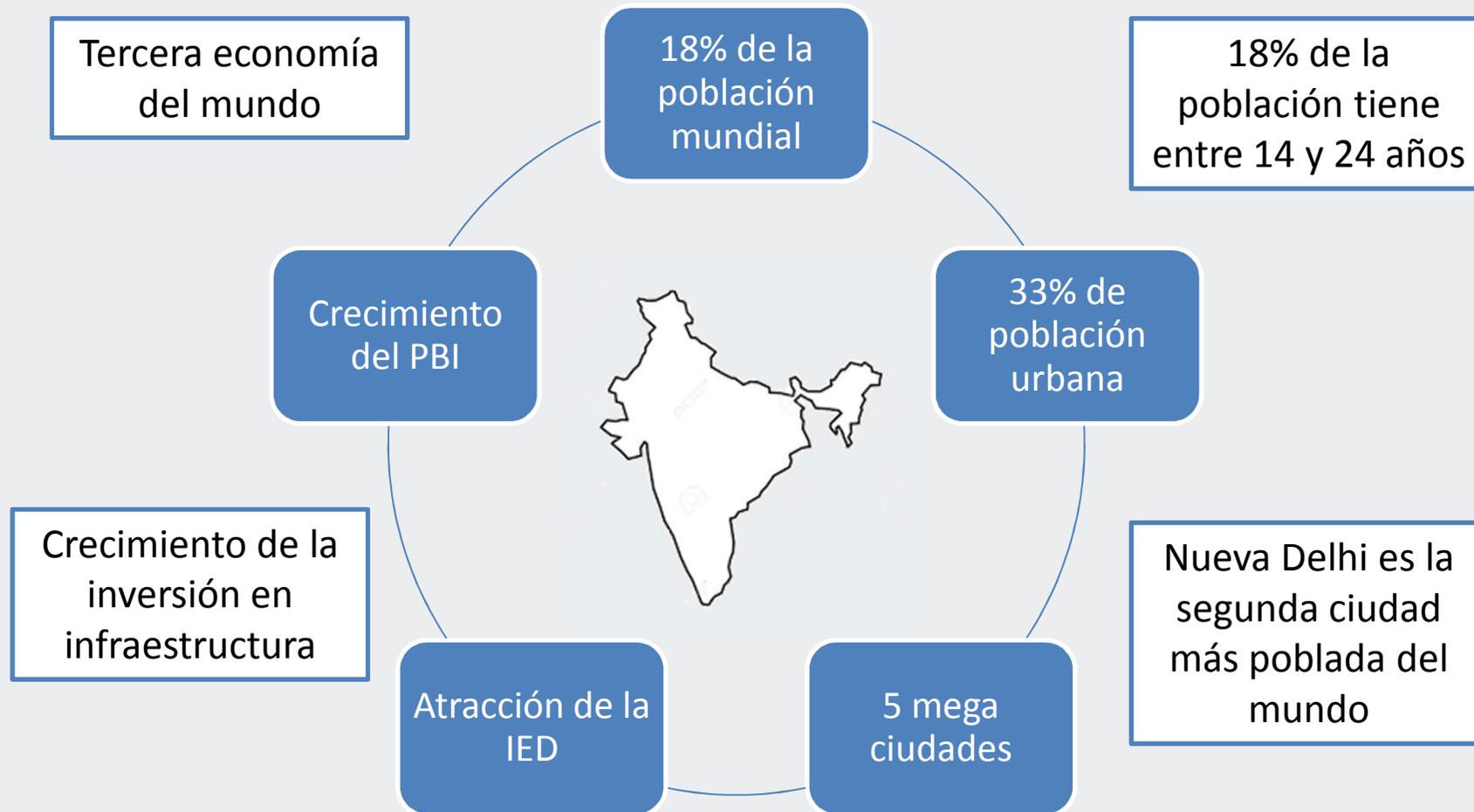
María Eugenia Pereira

Federica Barreneche



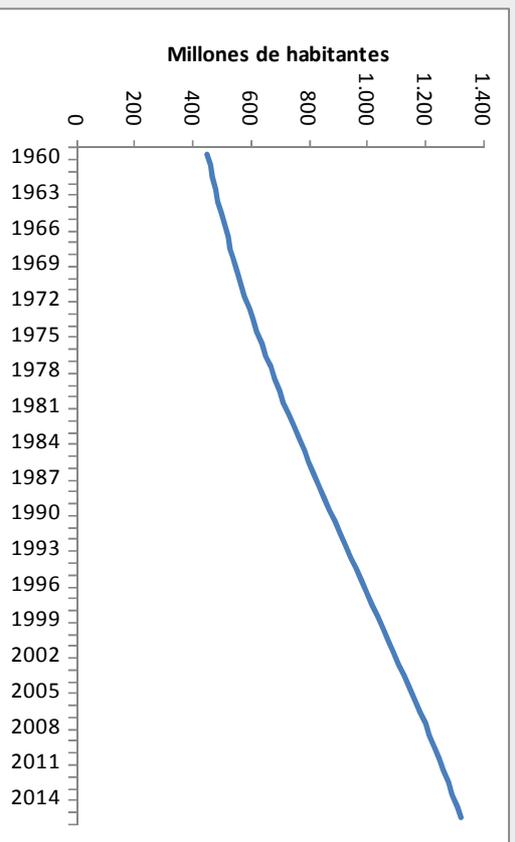
Universidad  
Católica del  
Uruguay

# India en el contexto global



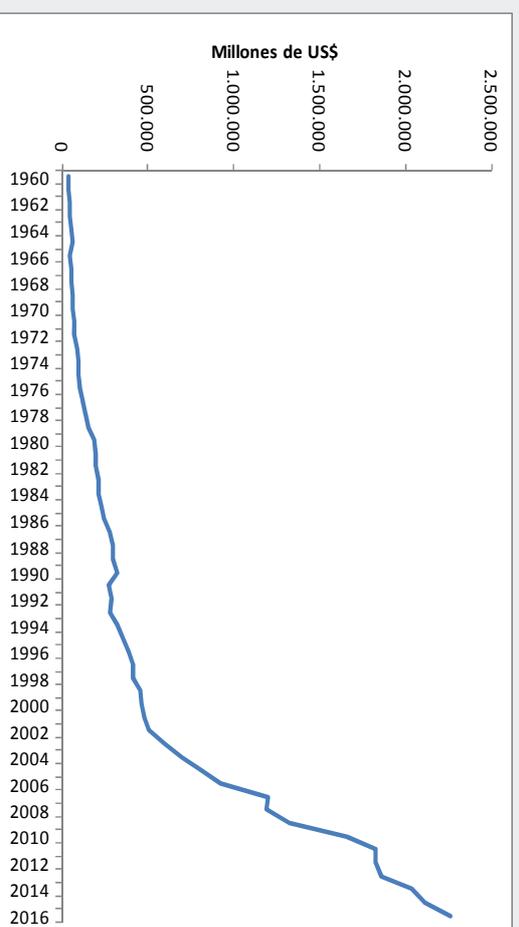
Datos al año 2016

# India como mercado

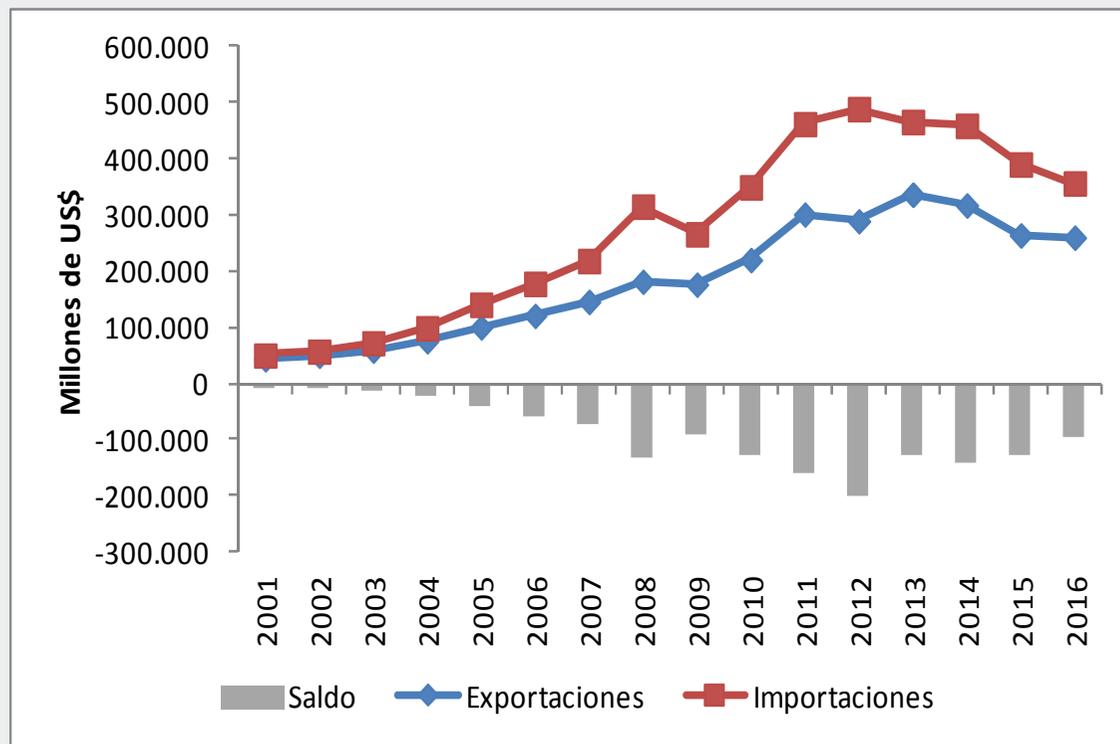


Crecimiento de la población de  
India

Crecimiento de la población de  
India



# Comercio de bienes de India



## Destino de las exportaciones:

- Estados Unidos (16%)
- Emiratos Árabes (12%)
- Hong Kong (5%)

## Origen de las importaciones:

- China (16%)
- Estados Unidos (6%)
- Emiratos Árabes (5%)

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

# Acuerdos comerciales de India

## ACR notificados a la OMC, en vigor

Acuerdo Comercial Asia-Pacífico (APTA)  
Acuerdo Comercial Asia-Pacífico (APTA) - Adhesión de China  
Acuerdo de Comercio Preferencial del Asia Meridional (SAPTA)  
Acuerdo de Libre Comercio del Asia Meridional (SAFTA)  
Acuerdo de Libre Comercio del Asia Meridional (SAFTA) - Adhesión de Afganistán  
ASEAN  
Chile  
República de Corea  
Afganistán  
Bhután  
Japón  
Malasia  
Nepal  
Singapur  
Sri Lanka  
Tailandia  
MERCOSUR  
Sistema Global de Preferencias Comerciales entre Países en Desarrollo (SGPC)

## Acuerdo MERCOSUR – INDIA

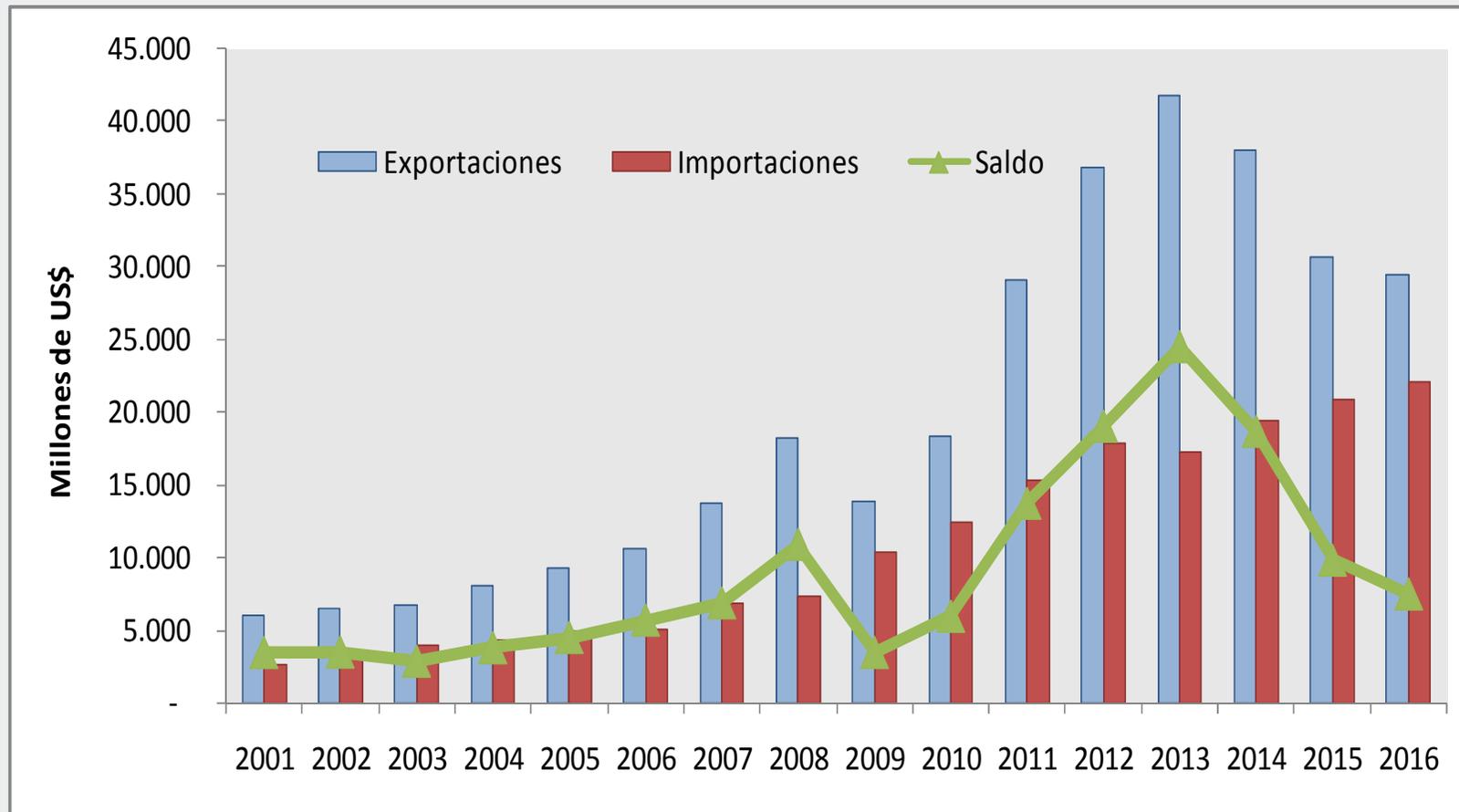
Entrada en vigor: 2009

Oferta India 450 líneas  
arancelarias.

Oferta Mercosur: 452 líneas  
arancelarias.

En negociación: Regional  
Comprehensive Economic  
Partnership (RCEP)

# Comercio exterior de alimentos de India



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

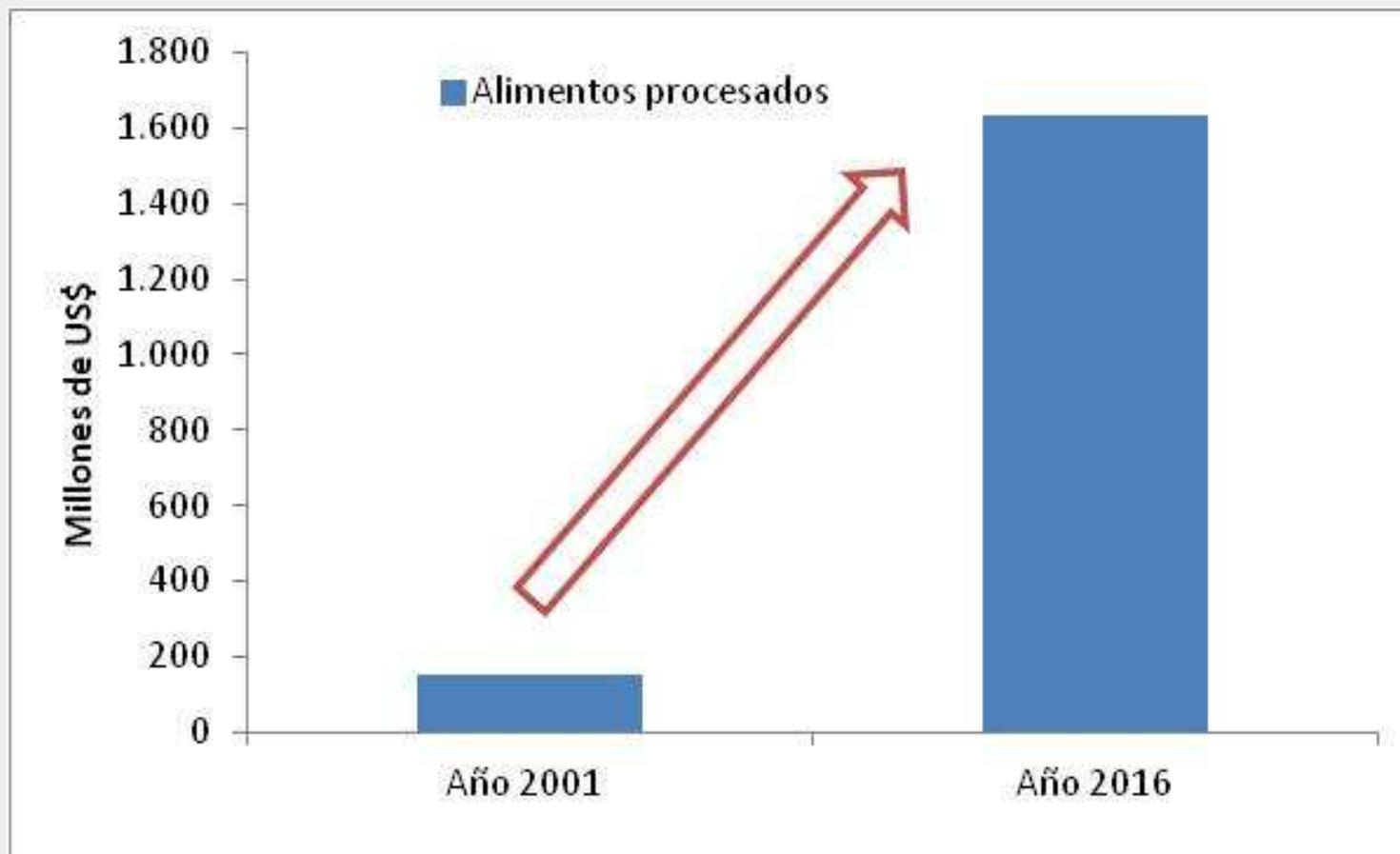
# Importaciones de alimentos de India por Capítulo del S.A.



Capítulo	Descripción del producto	Miles de US\$		Participación		Variación anualizada
		2001	2016	2001	2016	2016/2001
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias	1.499.245	10.491.259	56,1%	47,6%	14%
'07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	577.361	4.026.278	21,6%	18,3%	14%
'08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	252.005	2.802.501	9,4%	12,7%	17%
'17	Azúcares y artículos de confitería	20.399	1.003.430	0,8%	4,6%	30%
'09	Café, té, yerba mate y especias	74.236	747.444	2,8%	3,4%	17%
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	14.767	630.103	0,6%	2,9%	28%
'10	Cereales	2.168	492.166	0,1%	2,2%	44%
'23	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	40.951	482.845	1,5%	2,2%	18%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales	26.451	359.191	1,0%	1,6%	19%
'18	Cacao y sus preparaciones	10.572	232.338	0,4%	1,1%	23%
Sub		2.518.155	21.267.555	94,3%	96,5%	
Resto		152.372	774.267	5,7%	3,5%	
Total		2.670.527	22.041.822	100%	100%	15%

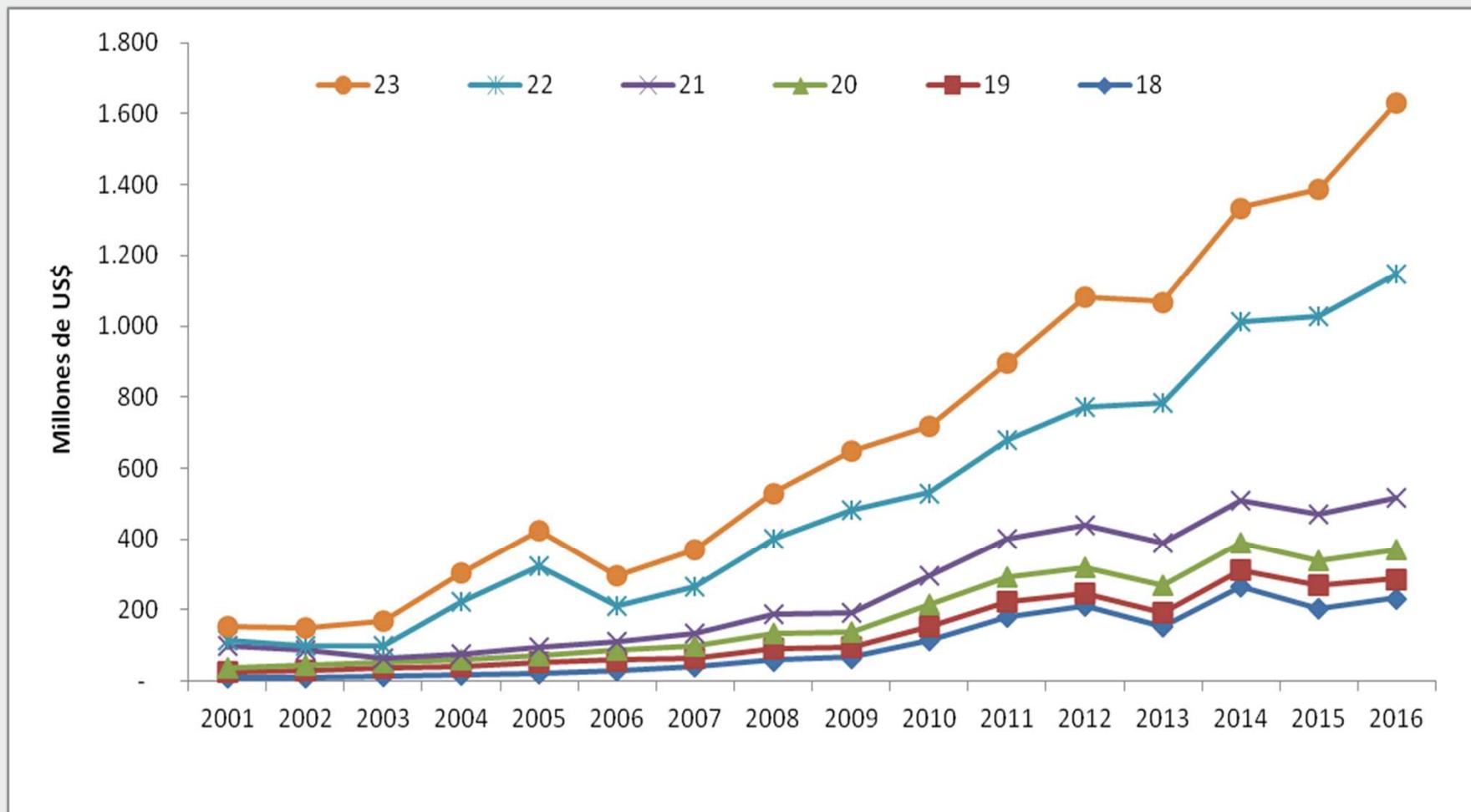
Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

# Importaciones indias de alimentos procesados



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

# Importaciones indias de alimentos procesados por Capítulo del S.A.



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

# Comercio de bienes Uruguay - India



## Montos

- El comercio bilateral con India es sumamente bajo. En el 2016, las exportaciones a India no superaron los US\$ 20 millones.
- Déficit comercial para Uruguay.

## Productos

- Concentración en pocos productos.
- Principal producto de exportación: lana.

# Exportaciones uruguayas a India por Capítulo



Capítulo	Descripción del producto	En miles de US\$								
		Uruguay exporta hacia India (sin zonas francas)			Participación		India importa desde el mundo		Uruguay exporta hacia el mundo (sin zonas francas)	
		2001	2016	Promedio 2001 - 2016	2001	2016	2001	2016	2001	2016
'TOTAL	Todos los productos	1.771	17.370	10.942	100%	100%	50.671.106	356.704.792	2.057.580	6.963.552
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	1.129	6.349	7.120	64%	37%	132.523	331.498	189.982	202.931
'88	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	0	5.133	321	0%	30%	278.482	2.944.829	1.328	5.768
'23	alimentarias	5	2.103	137	0%	12%	40.951	482.845	3.823	39.754
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	0	1.555	964	0%	9%	553.915	2.145.641	49.024	776.897
'12	Semillas y frutos oleaginosos	0	559	85	0%	3%	26.451	359.191	8.302	868.698
'76	Aluminio y sus manufacturas	0	435	107	0%	3%	286.827	3.372.451	4.473	9.831
'04	Leche y productos lácteos	0	292	378	0%	2%	6.512	42.591	138.624	573.821
'78	Plomo y sus manufacturas	0	202	52	0%	1%	45.297	563.731	61	353
'72	Fundición, hierro y acero	0	124	79	0%	1%	1.058.117	8.713.651	3.211	3.395

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

# Desempeño de los otros miembros del MERCOSUR



## Brasil

- Exportaciones totales en el 2016: US\$3.100
- Alimentos: US\$ 1.300
- Principales productos: azúcares y productos de confitería, grasas y aceites animales o vegetales, bebidas.

## Argentina

- Exportaciones totales en el 2016: US\$2.200.
- Casi la totalidad corresponde a alimentos.
- Principales productos: 91% grasas y aceites animales o vegetales.

# Oportunidades en el sector alimentos



# Oportunidades comerciales



Subpartida	Descripción del producto	Uruguay exporta hacia India	India importa desde el	Uruguay exporta hacia el	Comercio potencial indicativo	Arancel abonado por Uruguay
		2016	2016	2016	2016	2016
'100199	Trigo y morcajo (exc. las de siembra para la siembra, y el trigo duro)	0	412.573	113.194	113.194	10% y 100%
'120190	Habas de soja, incluso quebrantadas (exc. las de siembra para siembra)	559	32.835	852.820	32.276	30%
'080510	Naranjas, frescas o secas	0	31.964	31.678	31.678	30%
'100390	Cebada (exc. las de siembra para siembra)	0	29.414	12.563	12.563	0%
'040410	Lactosuero, aunque esté modificado o incluso concentrado o con adición de azúcar u otro edulcorante	292	17.757	12.583	12.291	30%
'210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazónadores, compuestos	0	11.796	9.772	9.772	30%
'230990	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales	0	270.402	8.093	8.093	30%
'051199	Productos de origen animal, n.c.o.p.; animales muertos, impropios para la alimentación humana	0	21.004	6.811	6.811	30%
'220421	Vino de uvas frescas, incl. encabezado; mosto de uva, en el que la fermentación se ha impedido	0	6.233	9.193	6.233	150%
'230400	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos	1.980	16.687	8.199	6.219	15%
'220300	Cerveza de malta	0	11.659	6.184	6.184	100%
'030389	Pescado congelado, nep	25	5.530	48.906	5.505	30%
'180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	0	29.660	5.458	5.458	30%
'110710	Malta "de cebada u otros cereales", sin tostar	0	4.574	158.273	4.574	30%
'210690	Preparaciones alimenticias	0	61.742	4.154	4.154	150%
'040690	Queso (exc. queso fresco, incl. lactosuero, curado, requesón, queso fundido, queso de pasta)	0	4.096	74.657	4.096	30%
<b>Subtotales</b>		<b>2.856</b>	<b>967.926</b>	<b>1.362.538</b>	<b>269.101</b>	<b>45% al 51%</b>

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

# Aspectos a tener en cuenta

## Barreras arancelarias

- Aranceles a la importación altos (sobre todo para los alimentos) y bajo porcentaje de aranceles consolidados.

## Barreras no arancelarias

- Gran ayuda contar con un socio local.

## Facilitación de comercio

- Publicaciones de manuales de las operaciones de comercio exterior en la Dirección General de Comercio Exterior de India.

## Correcta segmentación del mercado

- Definir la región y público objetivo: estrategia competitiva en precios, y aprovechar mecanismos del gobierno y otras asociaciones.

# Consideraciones finales



India esta aumentando las importaciones de alimentos, especialmente los procesados.



Uruguay debe aprovechar su competitividad en alimentos básicos, además de intentar vender alimentos procesados.



Nuestros socios del Mercosur cuentan con un flujo interesante de comercio, aunque existe concentración.



Profundizar el acuerdo existente para potenciar la relación.



Existen aún barreras importantes para el ingreso al mercado: arancelarias y no arancelarias.



Estrategia basada en costos. Contar con un socio local.



Mercado geográficamente distante, pero culturalmente también.



Fomentar la participación en ferias comerciales en India.



Universidad  
Católica del  
Uruguay

Muchas gracias!