

# Explorando India: oportunidades comerciales para Uruguay en el sector alimentos<sup>1</sup>

## 1. Introducción

El rol de los países emergentes en la evolución de la economía y el comercio mundial es uno de los fenómenos de mayor importancia de los últimos años. Junto con China, India es uno de los países de Asia Pacífico que ha jugado un rol clave en la nueva posición que ocupan los países emergentes, no solo por el crecimiento de su economía y población, sino también por las transformaciones productivas y la internacionalización de algunos de sus sectores productivos.

De todas formas, India sigue mostrando una baja participación en el comercio mundial, lo que también se observa en sus relaciones con América Latina. En los últimos años y a partir de las reformas impulsadas por el país asiático, así como también por el espacio perdido en relación a China, parece darse un nuevo contexto en las relaciones con este país, el que debería ser aprovechado por el Mercosur y por Uruguay.

Uruguay posee un flujo comercial muy bajo con India, pero especialmente en las colocaciones, las que además están muy concentradas como ocurre en el caso de los otros socios del Mercosur. Debido a las oportunidades identificadas en el artículo, así como por los impactos esperados por las transformaciones que muestra el país asiático, se destacan enormes oportunidades comerciales en ese mercado para Uruguay, si bien se es consciente de las dificultades que se enfrentan a la hora de realizar negocios con India.

Para contar con un mejor entorno de negocios y beneficiosas condiciones de acceso para Uruguay, es cada vez más relevante avanzar en el cierre de acuerdos comerciales, hoy una deuda pendiente en Uruguay.

---

<sup>1</sup> Federica Barreneche, Ignacio Bartesaghi, Natalia De María, María Eugenia Pereira.

## 2. India en el contexto global

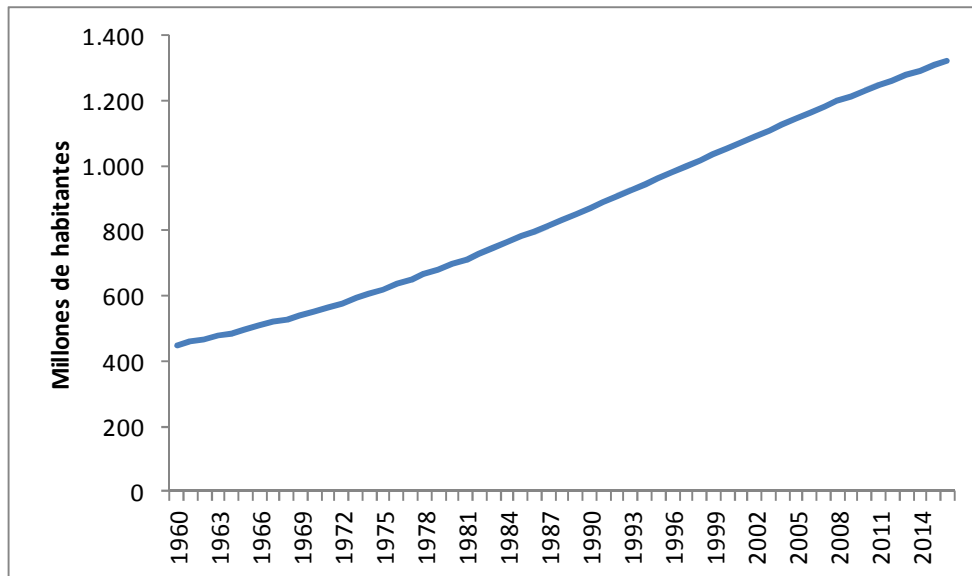
India es un país que ha presentado grandes cambios en las últimas décadas, implementando importantes transformaciones tanto en el plano económico como en el político. Esta situación, sumada al tamaño de su economía así como al hecho de que posee una gran población ha derivado en que el país se haya convertido en un actor de peso internacional. Cabe recordar que es considerada la mayor democracia del mundo, está dividido en 29 estados bien disímiles entre sí, con realidades y problemas distintos; asimismo, posee 18 idiomas oficiales si bien el inglés es de uso generalizado (Bartesaghi, 2015).

El país ha presentado un significativo crecimiento poblacional en las últimas décadas, registrando 1.324 millones de habitantes en 2016, lo que representa el 18% de la población mundial, y esperándose que en los próximos años supere a la población de China, según Naciones Unidas (ONU, 2017). El incremento de la población trajo aparejado un desplazamiento hacia las ciudades, provocando un aumento de la urbanización, si bien hay que tener en cuenta que aún es un país con un sector agrícola importante. En 2016 India registró una población urbana de 33%.

Según el informe de Naciones Unidas *The World Cities in 2016*, de las 31 mega ciudades existentes (se consideran aquellas con más de 10 millones de habitantes) en ese año, cinco se encuentran en India, y se espera que en los próximos años, dos ciudades más de este país se conviertan en mega urbes, siendo Nueva Delhi la segunda ciudad más poblada del mundo en la actualidad, después de Tokio.

Por otra parte, la economía India también ha mostrado un aumento significativo en los últimos años y se espera siga creciendo hasta convertirse en la segunda economía a nivel mundial en 2050 (PWC, 2017). Parte del crecimiento se ha dado por el aumento de la población y el consumo interno, así como por una mejoría de la clase media, si bien aún la pobreza es un tema de relevancia en India y su PIB per cápita es aún muy bajo, situándose en US\$ 1.709 en 2016.

Gráfico 1 – Crecimiento de la población de India

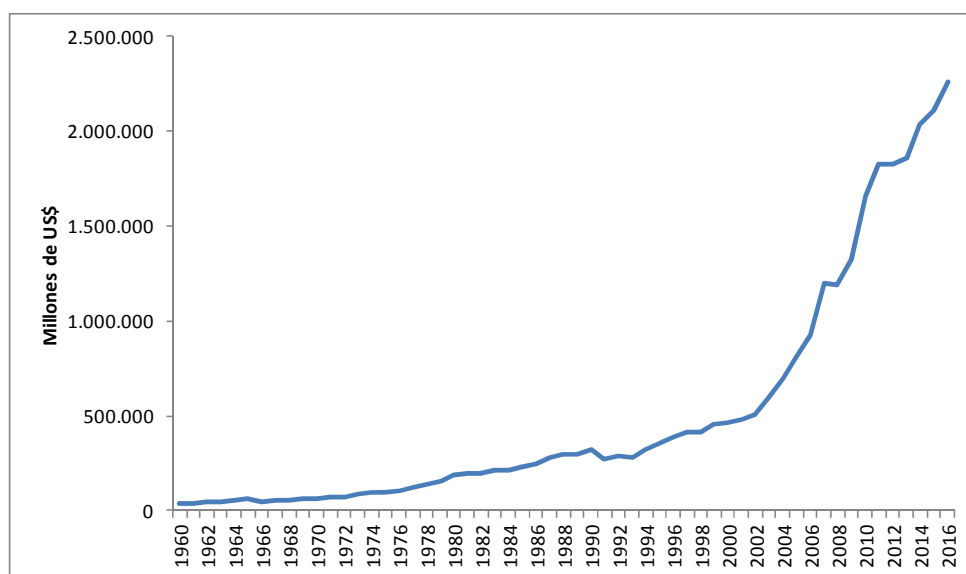


Fuente: elaboración propia en base a Banco Mundial.

India ha implementado reformas estructurales en las dos últimas décadas que le han dado satisfactorios resultados, alcanzando una tasa de crecimiento del PIB en 2016 de 7,1%, según datos del Banco Mundial, superando a la de China (6,7% en el mismo año). La economía india se ha visto reforzada, como se mencionó anteriormente, por el crecimiento poblacional y la urbanización así como por el hecho de tener una proporción muy importante de población económicamente activa y mayoritariamente de jóvenes; el 18% de la población tiene entre 15 y 24 años y el 45% entre 25 y 59 (ONU, 2017).

Asimismo, el país ha aumentado la proporción de Inversión Extranjera Directa (IED) recibida en las últimas décadas y ha afianzado su relación con sus socios de Asia Pacífico, si bien aún continúa teniendo un perfil profundamente proteccionista. La atracción de IED ha contribuido al desarrollo de la infraestructura (otro problema que presenta el país), invirtiendo importantes sumas en los sectores ferroviario, carreteras, redes de telecomunicaciones y puertos, entre otros (Bhojwani, 2014). Si bien la inversión ha contribuido a una mejora en la infraestructura, aún queda mucho por hacer, considerando, por ejemplo, que India posee la cuarta red ferroviaria más larga del mundo, la que cuenta en la actualidad con más de 1,4 millones de empleados (Deloitte, 2017).

Gráfico 2 – Evolución del PIB de India



Fuente: elaboración propia en base a Banco Mundial.

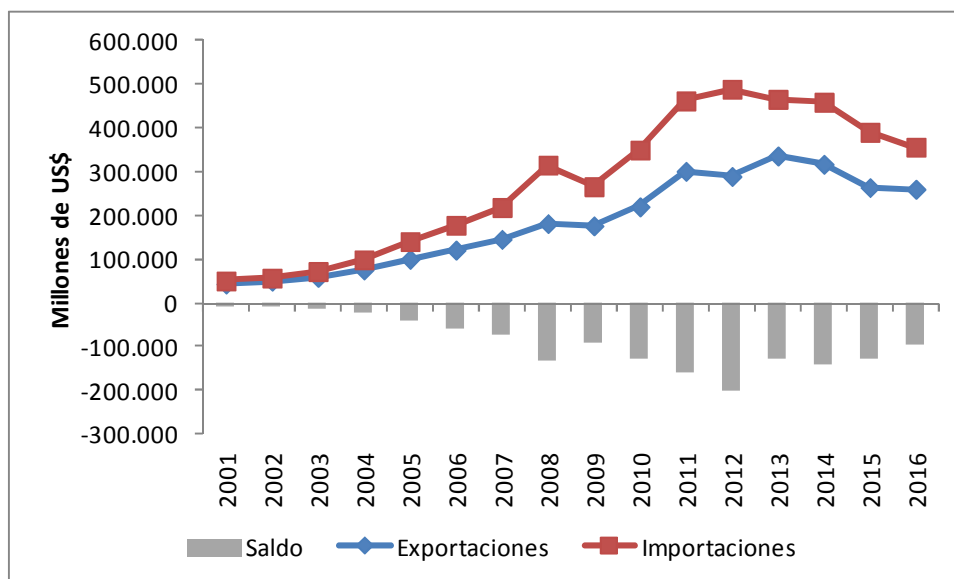
En el plano comercial, India también ha mostrado un incremento tanto de sus exportaciones como de sus importaciones, siendo las primeras de US\$ 260.327 millones en 2016 y las segundas de US\$ 356.705 millones. En el caso de las colocaciones indias al exterior se ha producido una disminución de las mismas a partir del año 2014, acompañando la desaceleración de la economía y el comercio mundial. En el caso de las importaciones, también se ha producido una caída a partir de 2012. La balanza comercial ha sido siempre deficitaria para el país entre los años 2001 y 2016.

El principal destino de las exportaciones en 2016 fue Estados Unidos, representando el 16% del total de las colocaciones indias al mundo, seguido por Emiratos Árabes con una participación de 12% y Hong Kong con un 5%. Por otra parte, las adquisiciones de India provienen principalmente de China, representando un 16% del total. Le siguen como principal origen de las importaciones Estados Unidos y Emiratos Árabes con una participación de 6% y 5% respectivamente.

En relación a los principales productos exportados por el mercado indio se destaca en primer lugar los comprendidos en el Capítulo 71 del Sistema Armonizado (S.A.) correspondiente a las perlas finas, oro y diamantes, seguido por los combustibles minerales (capítulo 27) y los vehículos automóviles

(capítulo 87). Respecto a las importaciones indias, en primer lugar se encuentran los combustibles minerales (capítulo 27), seguidas por las perlas finas, oro y diamantes (capítulo 71) y máquinas, aparatos y material eléctrico (capítulo 85).

Gráfico 3 – Comercio de bienes de India



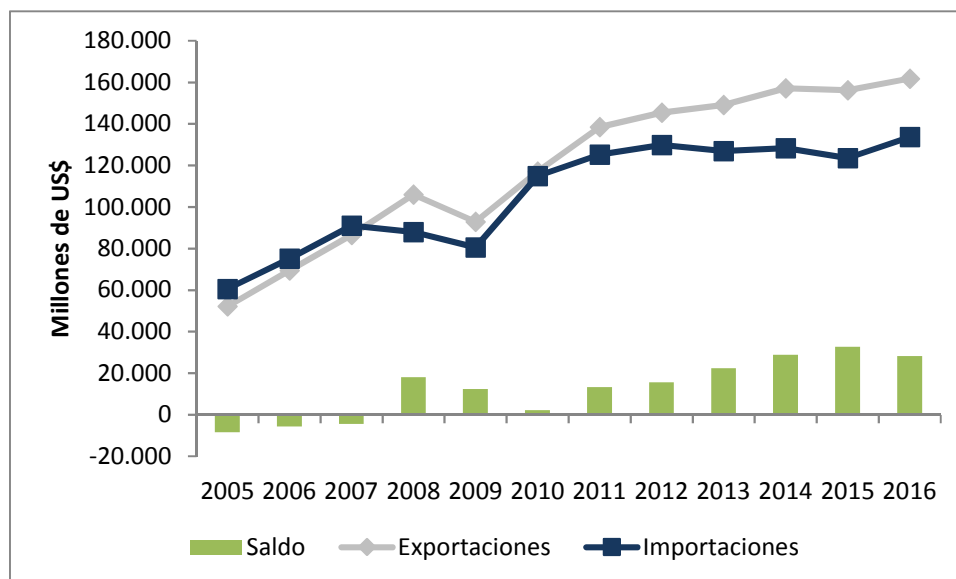
Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

El sector de los servicios también ha mostrado un crecimiento pronunciado en las últimas décadas, representando en 2016 un 53,8% del PIB, según datos del Banco Mundial. Si se analiza a partir de 1980, el sector de servicios ha crecido un 57%, pasando de ser una economía enfocada principalmente en el sector del agro a una focalizada en los servicios. Iniciativas como *Make in India* y *Digital India* han contribuido al desarrollo del mencionado sector. Tecnologías de la información (IT por su sigla en inglés) es el sector privado más importante de India, empleando a más de 3,7 millones de personas, y registrando exportaciones por un valor de US\$ 108.000 millones en 2016, siendo los principales mercados Estados Unidos, Reino Unido y otros países europeos quienes reciben el 80% de las exportaciones indias de IT (KPMG, 2016). Asimismo, servicios como los de consultoría presentan un significativo crecimiento.

Las exportaciones totales servicios también han presentado un robusto incremento, situándose en US\$ 161.845 millones y las importaciones en US\$

133.710 millones, siendo a diferencia del comercio de bienes, el saldo de la balanza comercial favorable para India.

Gráfico 4 – Comercio de servicios de India



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

El crecimiento de la economía y comercio de India también se ha visto favorecido por una mejoría de su entorno empresarial en las últimas décadas, implementando medidas para abrir su economía, si bien aún es un país que presenta un importante proteccionismo como se mencionó anteriormente. Respecto a la facilidad para hacer negocios, se encuentra en el puesto 130 a nivel mundial según el *Ranking Doing Business*. También ha presentado una mejora en el Índice de Competitividad Global, pasando del puesto 55 al 39 en el período 2016 – 2017, frente al 2015 – 2016.

En referencia a la política comercial, India cuenta con acuerdos comerciales con países de todas las regiones del mundo, no obstante, la liberalización en varios de ellos es poco profunda. En el caso de América Latina, cuenta con un acuerdo con Chile y otro con el Mercosur, el cual se encuentra en proceso de negociación de una ampliación, lo cual significaría una oportunidad para Uruguay en cuanto a una mejora en las condiciones de acceso en el mercado indio, dado que el comercio con dicho país se encuentra muy por debajo de su potencial. Asimismo, es parte de las negociaciones del *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP), mega acuerdo comercial que

en caso de cerrarse contará con economías como China e India, y sin duda generará cambios en los patrones actuales del comercio internacional.

### Cuadro 1 – Acuerdos comerciales de India en vigor

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)

Fuente: elaboración propia en base a OMC.

En su política exterior, India también ha realizado un cambio a partir de su apertura económica y política en la década de los 90, siendo hoy por hoy un activo participante en foros y organismos internacionales, mostrando un cierto pragmatismo en su participación en la arena internacional. Desde principios del siglo XXI, India es vista como una potencia ascendente que busca posicionarse como un actor clave en las relaciones internacionales. La reacción de India frente a las críticas internacionales por sus ensayos nucleares en la década de los 90 ha sido bien vista, además de que existe una cierta continuidad por los distintos gobiernos respecto a la política exterior, lo que ha contribuido a un mejor posicionamiento del país a nivel internacional siendo visto como un Estado cooperativo (Mato, 2009).

### 3. Oportunidades comerciales en alimentos

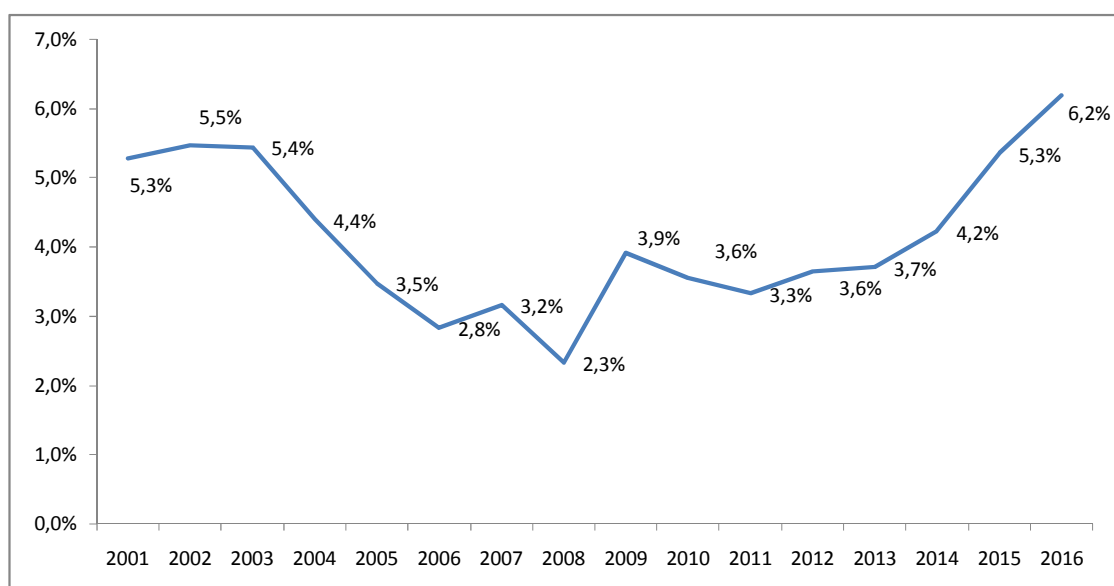
#### 3.1 Importaciones de alimentos de India

Acompañando el dinamismo registrado por India tanto en su crecimiento poblacional como en el económico ya comentado, las importaciones de alimentos muestran cada vez mayor importancia en el país. De hecho, en los últimos años el crecimiento de la participación de este tipo de bienes ha sido constante en relación al total adquirido de bienes por parte de la potencia asiática, llegando a representar el 6,2% en 2016, guarismo que alcanza más del 8% si se descuentan las importaciones de petróleo.

En 2016, las importaciones de alimentos (se consideró los capítulos 01 al 23 del S.A.) de India alcanzaron una suma superior a los US\$ 22.000 millones, lo que supera por dos las exportaciones de Uruguay en el mismo año y se asemejan a las exportaciones totales de países como Egipto o Ecuador.

Mientras que las importaciones de India aumentaron a una tasa del 14% anual entre los años 2001 y 2016, lo que implicó el ya mencionado crecimiento en la participación del comercio mundial, las adquisiciones de alimentos registraron una variación del 15% en el mismo período y ganan espacio sobre el total.

**Gráfico 5 – Participación de las exportaciones de alimentos de la India**

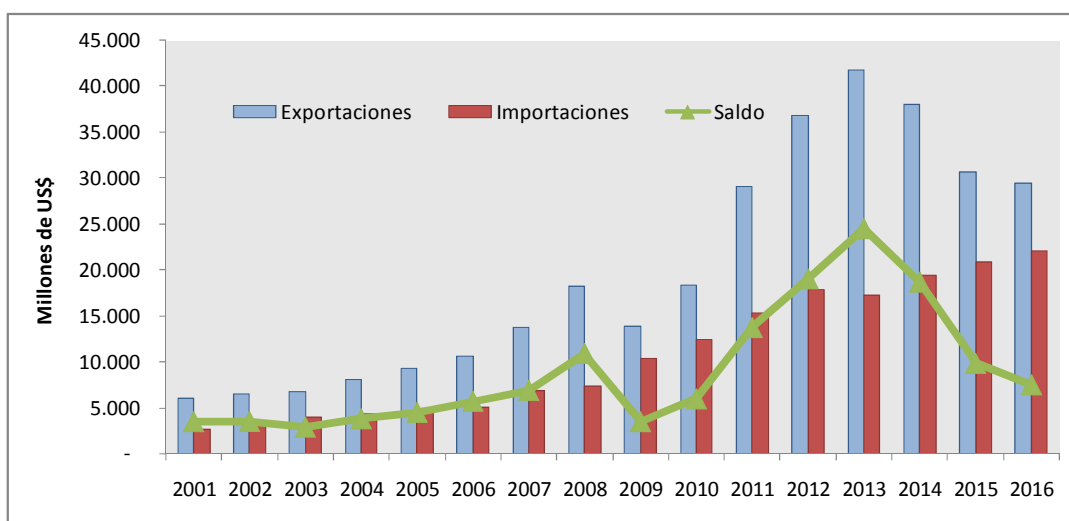


Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.



Cabe precisar que India también es un exportador muy relevante de productos alimenticios, mostrando incluso una balanza comercial superavitaria en el conjunto del universo considerado en el estudio. De cualquier forma, las exportaciones de alimentos muestran un menor dinamismo en relación al registrado por las importaciones, tendencia que continuaría en los próximos años. De hecho, India es uno de los principales exportadores mundiales de algunos productos como cereales, carne y pescados.

**Gráfico 6 – Comercio exterior de alimentos de India**



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

Como resultado de analizar las importaciones de alimentos de India entre los años 2001 – 2016, se observa que cerca del 50% está explicado por las compras de grasas y aceites animales o vegetales, si bien dicho producto perdió cerca de 8,5% de participación en ese período. En importancia le siguen las hortalizas, las frutas, azúcar y café. Del universo de los 10 principales bienes alimenticios adquiridos por India en 2016, si se atiende a los que han mostrado un mejor desempeño entre los años 2001 – 2016, se destacan los cereales con un crecimiento anualizado del 44%, los azúcares y artículos de confitería (30%) y las bebidas y líquidos (28%).

## Cuadro 2 – Importaciones de alimentos de India por Capítulo del S.A.

Capítulo	Descripción del producto	Miles de US\$		Participación		Variación anualizada 2016/2001
		2001	2016	2001	2016	
'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 total		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.

Si se replica el análisis a nivel de Partida del S.A., los principales productos alimenticios importados por India en 2016 fueron aceite de palma, hortalizas secas, aceite de soja, aceite de girasol, cocos y nueces explicando nada menos que cerca del 70% del total importado de productos alimenticios por parte del país asiático. La concentración en pocos bienes es una de las características que presenta la estructura de importación de alimentos de la India, ya que 20 productos representaron el 90% del total comprado por el país en 2016.

De las 20 partidas incluidas en el cuadro presentado a continuación, las que mostraron un mayor crecimiento en términos de participación entre los años 2001 y 2016 fueron el azúcar de caña de remolacha, el aceite de girasol y las importaciones de cocos y nueces.

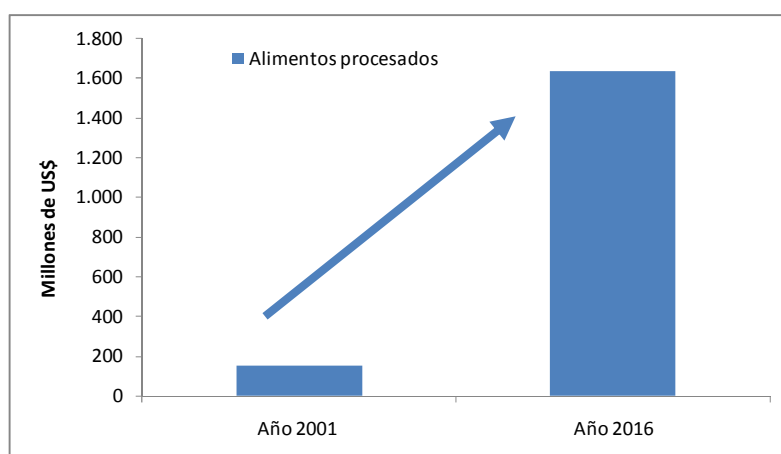
### Cuadro 3 – Importaciones de alimentos de India por Partida del S.A.

Capítulo	Descripción del producto	En miles de US\$		Participación	
		2001	2016	2001	2016
'1511	Aceite de palma y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	784.517	5.641.652	29,4%	25,6%
'0713	Hortalizas de vaina secas desvainadas, incl. "silvestres", aunque estén mondadas o partidas	559.693	4.017.363	21,0%	18,2%
'1507	Aceite de soja "soya" y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	448.284	3.013.221	16,8%	13,7%
'1512	Aceites de girasol, cártamo o algodón, y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar	111.210	1.316.276	4,2%	6,0%
'0801	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón [mery, cajuil, anacardo, "cajú"], frescos o secos, ...	99.629	1.209.483	3,7%	5,5%
'1701	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido	8.881	922.436	0,3%	4,2%
'0802	Frutos de cáscara, frescos o secos, incl. sin cáscara o mondados (exc. cocos, nueces del Brasil ...	81.428	899.137	3,0%	4,1%
'1001	Trigo y morcajo "tranquilón"	213	412.573	0,0%	1,9%
'1514	Aceites de nabo "de nabina" "de nabina", colza o mostaza, y sus fracciones, incl. refinados, ...	17.024	336.970	0,6%	1,5%
'2309	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales	25.125	294.202	0,9%	1,3%
'0804	Dátiles, higos, piñas "ananas", aguacates "paltas", guayabas, mangos y mangostanes, frescos ...	49.812	2/1.877	1,9%	1,2%
'2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico < 80% vol; aguardientes, ...	6.378	265.674	0,2%	1,2%
'0808	Manzanas, peras y membrillos, frescos	8.652	265.449	0,3%	1,2%
'2207	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico >= 80% vol; alcohol etílico ...	341	192.276	0,0%	0,9%
'0904	Pimienta del género "Piper"; frutos de los géneros "Capsicum" o "Pimenta", secos, triturados ...	12.670	186.621	0,5%	0,8%
'1301	Goma laca, así como gomas, resinas, gomorresinas, bálsamos y otras oleorresinas, naturales	18.251	146.604	0,7%	0,7%
'1207	Semillas y frutos oleaginosos, incl. quebrantados (exc. frutos de cáscara comestibles, aceitunas, ...	2.889	143.190	0,1%	0,6%
'0907	Clavo de olor, frutos, clavillos y pedúnculos	19.143	141.564	0,7%	0,6%
'2202	Agua, incl. el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, ...	979	134.629	0,0%	0,6%
'2306	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de materias grasas o aceites vegetales, incl. ...	2.931	124.321	0,1%	0,6%
Sub total		2.258.050	19.935.518	85%	90%
Resto		412.477	2.106.304	15%	10%
Total		2.670.527	22.041.822	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

Atendiendo al caso de los alimentos considerados de mayor elaboración, lo que incluye los capítulos 18 al 23 del S.A.<sup>2</sup>, se observa que India se está transformando en un gran importador de este tipo de productos, los que computados en conjunto alcanzaron sumas por más de US\$ 1.600 millones de importaciones en 2016.

### Gráfico 7 – Importaciones indias de alimentos procesados

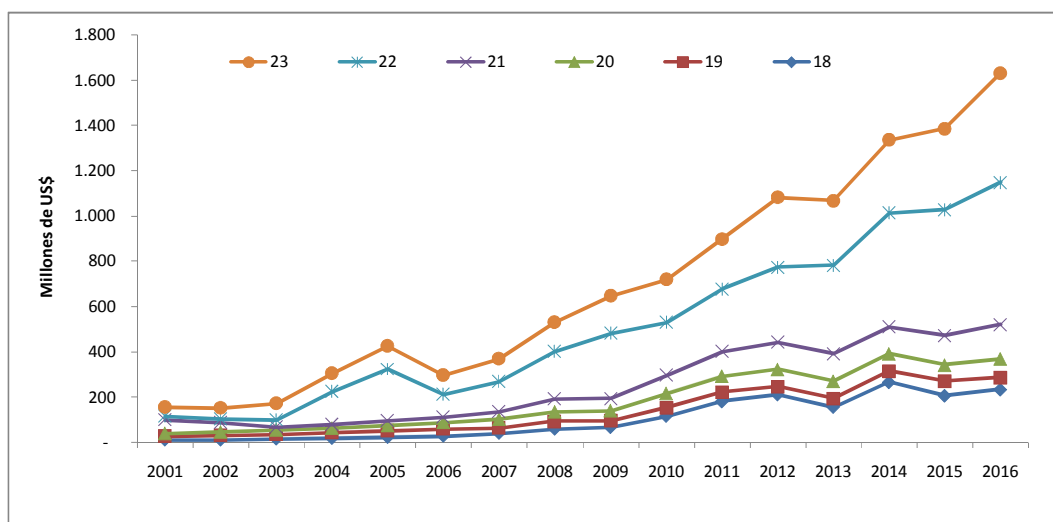


Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

<sup>2</sup> Cap 18-Cacao y sus preparaciones, Cap 19-Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, Cap 20-Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos, Cap 21-Preparaciones alimenticias diversas, Cap 22-Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, Cap 23-Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales.

Entre los capítulos mencionados dominan las importaciones de alimentos preparados para animales que crecieron a una tasa anual del 18% entre los años 2001 – 2016, seguido por las bebidas y líquidos que aumentaron a una tasa del 23% en el mismo período. Si bien aún muy por debajo en montos de importación, el cacao y los artículos de confitería muestran tasas de crecimiento de 23% anual.

**Gráfico 8 – Importaciones indias de alimentos procesados por Capítulo del S.A.**



Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

### 3.2 Exportaciones uruguayas con destino a India

En relación a los montos exportados por Uruguay a India, los mismos son insignificantes e incompresiblemente bajos si se tiene en cuenta el tamaño del mercado indio y su crecimiento en los últimos años. En 2016, las colocaciones a la potencia asiática no alcanzaron los US\$ 20 millones. Si se considera todo el período 2001 – 2016 las ventas uruguayas hacia la India computaron un promedio de US\$ 10 millones. El país presenta además una balanza comercial muy desfavorable con India, ya que en 2016 importó nada menos que cerca de US\$ 169 millones desde ese mercado.

En cuanto a los productos colocados en dicho mercado, la concentración es muy elevada ya que considerando el promedio exportado por Uruguay con

destino a India en el período 2001 – 2016, solo la lana superó el nivel de los US\$ 500 mil. Por tanto, dicho bien es el único de importancia histórica colocado por Uruguay en India, seguido pero en menor medida por los residuos de la industria alimentaria, alimentos para animales, madera y soja.

**Cuadro 4 – 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	1	1	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	1	0	132.523	331.498	189.982	202.931	
'88	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	0	5.133	321	0	0	278.482	2.944.829	1.328	5.768	
'23	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias	5	2.103	137	0	0	40.951	482.845	3.823	39.754	
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	0	1.555	964	0	0	553.915	2.145.641	49.024	776.897	
'12	Semillas y frutos oleaginosos	0	559	85	0	0	26.451	359.191	8.302	868.698	
'76	Aluminio y sus manufacturas	0	435	107	0	0	286.827	3.372.451	4.473	9.831	
'04	Leche y productos lácteos	0	292	378	0	0	6.512	42.591	138.624	573.821	
'78	Plomo y sus manufacturas	0	202	52	0	0	45.297	563.731	61	353	
'72	Fundición, hierro y acero	0	124	79	0	0	1.058.117	8.713.651	3.211	3.395	

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

La situación de los otros socios del Mercosur difiere a la de Uruguay, ya que en 2016 Brasil colocó en India más de US\$ 3.100 millones, de los cuales más de US\$ 1.300 correspondieron a alimentos. En el caso de Brasil se destacan las colocaciones de azúcares y productos de confitería, grasas y aceites animales o vegetales y en menor medida bebidas y líquidos y hortalizas. También Argentina muestra un importante caudal exportador hacia India registrando exportaciones nada menos que por US\$ 2.200 millones en 2016, de los cuales casi la totalidad corresponde a alimentos. Cabe precisar que en este caso existe una concentración aún mayor que la mostrada por Brasil, debido a que las grasas y aceites animales y vegetales explicaron el 91% del total colocado por dicho país en India en 2016. Por último, Paraguay exportó cerca de US\$ 200 millones en el mismo año, destacándose como en el caso de Argentina las grasas y aceites vegetales y animales.

Las corrientes comerciales de los países del Mercosur (se excluyó a Venezuela) muestran una elevada concentración en muy pocos productos, especialmente en aceites y azúcares. Sin embargo, India es un importador creciente de otros alimentos que son colocados por los miembros del Mercosur a nivel internacional. Como resultado de identificar a los principales proveedores de los productos alimenticios con mayor proceso adquiridos por

India (capítulos 18 al 23 del S.A.), se observa que con excepción de Estados Unidos y algunos países europeos, India concentra su proveeduría en países asiáticos, tendencia que parece acentuarse entre los años 2001 y 2016. Los dos únicos países latinoamericanos que ocuparon sitios de privilegio como proveedores de los productos considerados en el análisis fueron Brasil y Perú.

**Cuadro 5 – Principales proveedores de India de alimentos procesados**

Capítulo	Importaciones en miles de US\$, 2001	5 principales proveedores	Importaciones en miles de US\$, 2016	5 principales proveedores
18	10.572	Ghana, Malasia, Singapur, Indonesia, Estados Unidos.	232.338	Ecuador, Indonesia, Singapur, Ghana y República Dominicana.
19	15.791	Estados Unidos, Nepal, Países Bajos, Malasia e Italia.	54.287	Tailandia, Nepal, Singapur, Italia y Malasia.
20	10.646	Nepal, Brasil, Países Bajos, Estados Unidos y Australia.	81.572	China, Estados Unidos, Tailandia, España y Brasil.
21	61.117	Estados Unidos, Indonesia, Malasia, Tailandia y Reino Unido.	150.279	Estados Unidos, Indonesia, China, Vietnam y Bulgaria.
22	14.767	Reino Unido, Francia, Nepal, Bélgica y Alemania.	630.103	Reino Unido, Estados Unidos, Nepal, Brasil, Francia.
23	40.951	China, Indonesia, Perú, Pakistán y Estados Unidos.	482.845	Ucrania, Sri Lanka, Tailandia, China y Vietnam.

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

Lo comentado, junto con las particularidades de India en términos de acceso a los mercados desarrollados en el capítulo siguiente, así como la falta de preferencias de acceso en este mercado para los países del Mercosur (el acuerdo vigente con India es muy limitado y no es aprovechado por los exportadores), adelanta las dificultades que se enfrentan para la concreción de negocios. De todas formas, ciertos países sí superan dichos escollos y aprovechan el crecimiento de ese mercado en los productos señalados y en otros bienes alimenticios, incluso algunos países desarrollados algo más distantes que los proveedores regionales.

India protege especialmente su mercado interno debido a los elevados niveles de informalismo en la actividad económica del país, un camino necesario para permitir tanto el autoabastecimiento como el empleo por cuenta propia (más allá de los planes públicos para otorgar empleo en las dependencias del Estado y en la construcción pública). En contrapartida, también debe reconocerse que acompañando el aumento del consumo y con la conformación de una clase media cada vez más pudiente - a lo que hay que adicionar los efectos por el

aumento del urbanismo-, India cuida cada vez más la salubridad de sus alimentos, exigiendo de forma creciente mayores controles sanitarios y fitosanitarios, así como otras certificaciones que permitirán formalizar la producción y comercialización de alimentos. Esta realidad llevará a la necesidad de abrir de forma progresiva su mercado en bienes, los que son exportados de forma muy competitiva por los países del Mercosur.

### 3.3 Oportunidades comerciales en alimentos

Seguidamente se muestran los productos alimenticios exportados por Uruguay al mundo que presentan una oportunidad comercial en India mayor a los US\$ 4 millones en base al año 2016. De este universo de productos (un total de 16 subpartidas) Uruguay colocó en India US\$ 2,8 millones, mientras que India importó cerca de US\$ 970 millones y Uruguay exportó al mundo más de US\$ 1.300 millones en 2016.

Cabe recordar que Uruguay no posee preferencias arancelarias en India en dichos bienes por contar con un acuerdo que posee preferencias fijas y poco relevantes en un número muy bajo del universo arancelario. Por tanto, además de las otras restricciones que se enfrentan en uno de los mercados más proteccionistas a nivel internacional, se deben afrontar elevados aranceles que van del 10% al 150% con un nivel promedio del 45% al 51% para los productos identificados con potencialidad.

**Cuadro 6 – Oportunidades comerciales en alimentos procesados**

Subpartida	Descripción del producto	Uruguay exporta hacia India		India importa desde el mundo		Uruguay exporta hacia el mundo		Comercio potencial indicativo		Arancel abonado por Uruguay
		2001	2016	2001	2016	2001	2016	2001	2016	2016
*100199	Trigo y morcajo (exc. las de siembra para la siembra, y el trigo duro)	0	0	0	412.573	0	113.194	0	113.194	10% y 100%
*120190	Habas de soja, incluso quebrantadas (exc. las de siembra para siembra)	0	559	0	32.835	0	852.820	0	32.276	30%
*080510	Naranjas, frescas o secas	0	0	126	31.964	22.739	31.678	126	31.678	30%
*100390	Cebada (exc. las de siembra para siembra)	0	0	0	29.414	0	12.563	0	12.563	0%
*040410	Lactosuero, aunque esté modificado o incluso concentrado o con adición de azúcar u otro edulcorante	0	292	953	17.757	494	12.583	494	12.291	30%
*210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazadores, compuestos	0	0	473	11.796	15	9.772	15	9.772	30%
*230990	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales	0	0	24.841	270.402	929	8.093	929	8.093	30%
*051199	Productos de origen animal, n.c.o.p., animales muertos, impropios para la alimentación humana	53	0	1.623	21.004	632	6.811	579	6.811	30%
*220421	Vino de uvas frescas, incl. encabezado; mosto de uva, en el que la fermentación se ha impedido	0	0	459	6.233	6.044	9.193	459	6.233	150%
*230400	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos	0	1.980	3.401	16.687	0	8.199	0	6.219	15%
*220300	Cerveza de malta	0	0	1.962	11.659	429	6.184	429	6.184	100%
*030389	Pescado congelado, nep	0	25	0	5.530	0	48.906	0	5.505	30%
*180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	0	0	866	29.660	0	5.458	0	5.458	30%
*110710	Malta "de cebada u otros cereales", sin tostar	0	0	59	4.574	51.894	158.273	59	4.574	30%
*210690	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	0	0	4.513	61.742	1.096	4.154	1.096	4.154	150%
*040690	Queso (exc. queso fresco, incl. lactosuero, curado, requesón, queso fundido, queso de pasta)	0	0	258	4.096	45.589	74.657	258	4.096	30%
Subtotales		53	2.856	39.534	967.926	129.661	1.362.538	4.444	269.101	45% al 51%

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map.

#### **4. Aspectos a tener en cuenta para exportar a India**

A pesar de que India se destaca por cumplir un rol importante en el sistema multilateral de comercio, liderando y ejerciendo presión en muchos de los grandes temas que involucran a los países menos desarrollados como la seguridad alimentaria o el comercio de bienes agrícolas, debe reconocerse que hasta el presente continúa siendo un mercado con un elevado nivel de proteccionismo. Esta situación se refleja en la escasa cantidad de acuerdos comerciales profundos que ha firmado (Bartesaghi y Bojhwani, 2016), en el elevado promedio de sus aranceles, así como en la falta de consolidación de una buena parte de su universo arancelario en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Durante el año 2015, se realizó la sexta revisión de la política comercial de India por el organismo multilateral de comercio. En la misma se destacan los avances que ha tenido en pos de la facilitación del comercio, en la aplicación de políticas para la atracción de inversiones, la firma de leyes que regulan la propiedad intelectual y el continuo desarrollo de la industria de servicios que es motor del crecimiento indio.

Sin embargo, existen temas a los que debe prestar atención. Las diferencias entre los aranceles Nación Más Favorecida (NMF) y los consolidados son realmente altos. Además de tratarse de una medida de protección interna, genera poca previsibilidad en el comercio. El promedio simple del arancel NMF es considerablemente mayor para aquellos productos que son considerados agrícolas, según la clasificación de la OMC. En este cálculo, en el que se incluye los capítulos del 01 al 23 del S.A. (a pesar de que el capítulo 03 que refiere a pescados no puede ser considerado estrictamente como agrícola), se puede apreciar el nivel de protección que se presenta en los bienes en donde se pueden encontrar mayores oportunidades para la exportación de productos uruguayos.

El promedio simple NMF de esta categoría es similar al arancel consolidado por el Mercosur para gran parte de los productos de esta índole. Dentro de este sector se pueden encontrar picos arancelarios de 100% *Ad Valorem* para algunos productos puntuales como el ajo, despojos de pollo, nueces, té, café,



aceite de maíz, mientras que el arroz cuenta con un arancel del 80% y la miel de 60%. Por otro lado, el derecho a pagar para el ingreso de vino a este mercado es de 150%.

#### Cuadro 7 – Promedio simple de Aranceles NMF y Consolidados en India

Capítulos S.A.	Promedio NMF	Consolidado*
Capítulos 1- 24	33,75	114,83
Capítulos 25 - 99	8,7	35,8

\*Se incluyeron únicamente las líneas arancelarias que tienen arancel consolidado.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la OMC.

Los aranceles consolidados para los productos agrícolas superan ampliamente a los NAMA (productos no agrícolas). La diferencia entre el arancel NMF y el consolidado es el espacio con el que cuenta este país para modificar sus derechos arancelarios sin tener que informar al resto de los miembros de la OMC. En el caso de India, es también sabido que aún no ha consolidado el 100% de su universo arancelario, por lo que existen aranceles que aún no tienen un techo. Esto sucede, por ejemplo, en el capítulo 03 del S.A. correspondiente a pescados, crustáceos, moluscos y otros invertebrados.

Según el Informe sobre la Política Comercial de India (OMC, 2015) aún existen 700 líneas arancelarias que tienen aranceles fijos. En India los aranceles son establecidos en el presupuesto anual, aunque pueden ser modificados durante el ejercicio económico de forma tal de ajustarse a los diferentes escenarios que atraviese la economía.

Junto a las barreras arancelarias se deben considerar las no arancelarias. India se ha caracterizado por ser un país que tiene un sistema de barreras no arancelarias complejo. Algunas de las medidas que se destacan son: la aplicación de licencias a la importación, medidas sanitarias y fitosanitarias, junto con otros certificados. Estas disposiciones pueden variar según el bien en cuestión.

Algunos de los aspectos que los exportadores deben considerar a la hora de realizar negocios con el mercado indio son:

- Valoración aduanera: si bien gran parte de los países adhieren al acuerdo

de la OMC que trata sobre la valoración aduanera y en donde se especifican los diferentes criterios que se pueden utilizar para establecer si los precios de importación de un producto corresponden a precios reales. En el caso de India esto ha sido utilizado para frenar importaciones alegando que el precio informado está por debajo del valor competitivo normal.

- Licencias de importación: son requeridas para la importación de determinados productos. Si bien se debe reconocer que India ha hecho un gran esfuerzo por eliminarlas, aún siguen existiendo en algunos productos sensibles, como los automóviles.
- Certificaciones y cumplimientos de estándares: en India existe un organismo especializado en realizar las certificaciones de aquellos productos que el gobierno considera central analizar con el fin de asegurar la calidad de los mismos. Este procedimiento es dirigido por el *Bureau of Indian Standards*. En su página web se pueden encontrar las listas de todos aquellos productos que deben ser analizados previo a la importación, entre los que se sitúan varios *commodities*. Asimismo, se puede consultar información sobre etiquetado y otros requisitos para la entrada de bienes.
- Subsidios y ayudas internas: si bien este punto no es exactamente una barrera de ingreso, sí puede desestimular la exportación de ciertos productos por no contar con precios competitivos a la hora de ingresar.
- Compras públicas: las licitaciones en este país permiten definir un precio especial a las empresas locales frente a las internacionales (Sarkar & Patrick, 2015).

Para poder sortear estas dificultades es altamente recomendable contar con un socio local que conozca el sistema y pueda servir de guía para poder sortear dichos obstáculos. No obstante, se reconoce las dificultades de abordaje que representa el mercado indio, el gobierno ha estado trabajando para simplificar el proceso, tanto de importación como de exportación.

India realiza planes quinquenales en el que establece la *Foreign Trade Policy*. El último documento fue publicado en marzo de 2015 y corresponde al período 2015 - 2020. En el documento se puede identificar su estrategia comercial con el resto del mundo, en la que se destaca un claro enfoque en potenciar la capacidad exportadora. Un ejemplo de ello se refleja en el trabajo desarrollado para posicionar su marca país, esforzándose por ubicar el eslogan "*Made In India*" como sinónimo de calidad. Se debe mencionar también, que la nueva política exterior india tiene impactos positivos en los procesos aduaneros, por ejemplo, a través de la eliminación de documentos y la gestión electrónica de los trámites, de forma tal de simplificar el sistema. A su vez, India ha realizado un esfuerzo importante en publicar toda la información relativa al comercio exterior (Government of India, 2015). En el portal de la Dirección General de Comercio Exterior dependiente del Ministerio de Comercio e Industria se puede encontrar manuales con los procedimientos de todas las operaciones aduaneras.

Finalmente, para poder comercializar con India se debe considerar que es un país que por su forma de organización cuenta con 29 estados capaces cada uno de establecer sus propias reglas. Por este motivo, es aconsejable que una vez definido el área geográfica a la que se quiere apuntar, se estudien las normas de ese estado en particular. A la hora de establecer una estrategia de exportación a India, el empresario uruguayo debe considerar las diferencias culturales, realizar una segmentación adecuada que le permita identificar un público objetivo real, dimensionar la importancia de ser competitivo en precios y aprovechar los diferentes mecanismos que los gobiernos y entidades privadas ofrecen para acercar a ambas partes, como por ejemplo la asistencia a ferias comerciales.

Si bien India es un mercado complejo por todo lo que se ha mencionado anteriormente, esto no quita que es un mercado con un enorme potencial para las exportaciones de alimentos al que vale la pena prestarle la debida atención.

## 5. Conclusiones

India es un país que posee una invaluable diversidad cultural y presenta distintas realidades en cada uno de los estados que conforman el país. El crecimiento que ha experimentado la economía india en las últimas décadas y que se estima seguirá en la misma línea en los próximos años, se ha visto reflejado en un aumento de la clase media. Sin embargo, aún es cuantiosa la porción de la población que vive bajo el umbral de pobreza. Por otro lado, la población continúa creciendo a tasas elevadas y se trata de un país con un número impactante de población por debajo de los 30 años de edad.

En cuanto al comercio, tanto las exportaciones como las importaciones de India han ido en aumento en las últimas décadas y se ha visto una mejora del entorno de negocios del país asiático, promoviendo la facilidad en el comercio exterior con un esfuerzo gubernamental por publicar todos los procedimientos aduaneros. No obstante, aún continúa siendo una economía principalmente proteccionista.

Iniciativas como *Made in India* y *Digital India* han contribuido a posicionar la marca país y mostrar los bienes y servicios indios como sinónimo de buena calidad, como parte de la estrategia de inserción internacional planteada por el gobierno para potenciar su capacidad exportadora. Estos esfuerzos se han visto reflejados en el Informe de Política Comercial de la OMC que destaca los avances del país en busca de atraer mayores inversiones y promover la facilitación del comercio.

Respecto a los alimentos, las importaciones de estas mercaderías han ido en aumento. Cabe destacar que el continuo incremento de la población genera el desafío de asegurar el acceso a los alimentos, es decir la seguridad alimentaria de esos 1.324 millones de habitantes. En este sentido, se presenta una oportunidad para los países productores de alimentos, considerando como se mencionó anteriormente que solo las importaciones indias de alimentos superan por dos las exportaciones totales de Uruguay. Además, se debe señalar la importante concentración de las importaciones en pocos bienes.

En este sentido, se destaca como oportunidad para Uruguay la exportación de alimentos de mayor elaboración, considerando que las importaciones indias de este tipo de productos se encuentran en aumento. Esto sería una oportunidad de potenciar el comercio entre Uruguay e India dado que en la actualidad se encuentra muy por debajo de su potencial, no llegando a registrar US\$ 20 millones las colocaciones uruguayas en el mercado indio.

Tanto la diversidad que presenta India así como su proteccionismo se transforman en un desafío para aquellas empresas que quieran ingresar a dicho mercado, teniendo en cuenta que también cada estado puede presentar diferentes particularidades. Por este motivo, es recomendable que las empresas interesadas en India realicen una investigación de mercado, atendiendo a la forma de acceso y requisitos específicos de cada uno de los estados que conforman el país. Asimismo, deberá tenerse en cuenta que es deseable contar con un socio local.

De la misma manera, es clave que el Estado uruguayo provea el apoyo necesario para mejorar las condiciones de acceso a este mercado, avanzando en la suscripción de un acuerdo comercial más profundo con India y promueva más activamente las exportaciones. En ese sentido, al tratarse de un mercado complejo desde el punto de vista del entorno de negocios, será fundamental el involucramiento de agencias nacionales como Uruguay XXI y un papel más activo de las cámaras y asociaciones empresariales.

## **6. Bibliografía**

Banco Mundial (2017) Doing Business 2017. Equal Opportunity for All. Disponible en: [http://espanol.doingbusiness.org/~/\\_media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB17-Full-Report.pdf](http://espanol.doingbusiness.org/~/_media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB17-Full-Report.pdf)

Bartesaghi, I. (2015) India y América Latina: relaciones estratégicas en un nuevo contexto económico. Anuario de Integración 11. CRIES. Disponible en: <http://www.cries.org/wp-content/uploads/2016/02/05-Bartesaghi.pdf>

Bartesaghi, I. Bhojwani, D (2016). La negociación Mercosur – India: una aproximación a la profundización del acuerdo. Disponible en: <http://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/dnii/negociación-mercosur-india-fce.pdf>

Bhojwani, D. (2014). Latin America, The Caribbean and India: Promise and Challenge. Nueva Delhi: Pentagon Press.

Deloitte (2017) India Services Sector A Multi-trillion Dollar Opportunity for Global Symbiotic Growth. Disponible en: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/industries/in-india-services-sector-ges-2017-noexp.pdf>

Government of India (2015). Foreign Trade Policy. Disponible en: [http://dgft.gov.in/exim/2000/Updated\\_FTP\\_2015-2020.pdf](http://dgft.gov.in/exim/2000/Updated_FTP_2015-2020.pdf)

KPMG (2016) The Indian Services Sector: poised for global ascendancy. Disponible en: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/04/The-Indian-services-sector-Poised-for-global-ascendancy.pdf>

Mato, A. (2007) La política exterior india: las dimensiones global y regional. Documento de Trabajo 27/2009. Real Instituto Elcano. Disponible en: [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/dc6281804f0199aca0b0e43170baead1/DT27-2009\\_Mato\\_politica\\_exterior\\_india\\_global\\_regional.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=dc6281804f0199aca0b0e43170baead1](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/dc6281804f0199aca0b0e43170baead1/DT27-2009_Mato_politica_exterior_india_global_regional.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=dc6281804f0199aca0b0e43170baead1)

ONU (2017) World Population Prospects. The 2017 Revision. Department of Economic and Social Affairs Population Division. ESA/P/WP/248. Disponible en: [https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017\\_KeyFindings.pdf](https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf)

Organización Mundial del Comercio (2015). Examen de la Política Comercial de India. Disponible en: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tp413\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tp413_s.htm)

PWC (2017) The Long View How will the global economic order change by 2050? Disponible en: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/economia/assets/pwc-world-in-2050-final-report.pdf>

Sarkar, P. Patrick, M. (2015). India's trade barriers: an analysis with reference to tariffs and customs procedures. Disponible en: <http://www.cppr.in/wp-content/uploads/2015/01/Trade-Report.pdf>

World Bank Group (2017). India Economy Profile. Disponible en: <http://www.doingbusiness.org/~media/wbg/doingbusiness/documents/profiles/country/ind.pdf>

World Economic Forum (2016) The Global Competitiveness Report 2016–2017. Disponible en: [http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf)