

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2010

Guía de Mercado

ARGENTINA

Documento especial para PROMO



prom
perú

Guía del Mercado INDIA

Información general



India es una república federal situada en el sur de Asia, que comprende —junto a Pakistán y Bangladesh— el denominado subcontinente indio. Es el segundo país más poblado del mundo (después de China) y el séptimo más extenso. Desde el punto de vista geográfico está formado por toda la península india y partes del continente asiático. Limita al norte con Afganistán, Tíbet, Nepal y Bután; al sur con el estrecho de Palk y el golfo de Mannâ, que lo separa de Sri Lanka y el océano Índico; al oeste con el mar Arábigo y Pakistán; al este con Myanmar (Birmania), el golfo de Bengala y Bangladesh, que casi separa por completo el noreste de la India del resto del país. Oficialmente denominada Bharat Ganarajiyâ (República de la India, en hindú), es miembro de la Commonwealth. Junto a Jammu y

Cachemira (cuyo estatuto jurídico-territorial definitivo aún no se ha determinado), la India tiene una superficie de 3.165.596 km².

A causa de su continentalidad, su insólita topografía y su posición geográfica, la India posee condiciones climáticas muy diversificadas, tanto en el sentido estacional como regional. Esta diversidad varía desde zonas tropicales hasta áreas templadas; la temperatura más extrema está confinada en gran parte a la zona de la cordillera de los Himalayas. Excepto en las regiones más montañosas, la mayor parte de la India tiene un clima tropical. Las variaciones estacionales, resultado de los monzones suroccidentales y nororientales, influyen mucho en la temperatura, humedad y precipitaciones en todo el subcontinente. De modo general, las estaciones de la India pueden clasificarse como lluviosas y secas. La estación lluviosa, que va desde junio hasta noviembre, es la estación del monzón del suroeste, viento cargado de humedad que sopla desde el océano Índico y el mar Arábigo. El monzón comienza a principios de junio en la costa occidental de la península y afecta gradualmente a casi todo el país. Durante esta estación las lluvias pueden ser muy fuertes (a lo largo de las laderas de los Ghates Occidentales a menudo pueden llegar hasta más de 3.175 mm).

Nueva Delhi es la capital, otras ciudades de gran importancia son: Mumbai (antes Bombay), Calcuta, Chennai (Madras), Hyderâbâd, Bangalore, Ahmadâbâd, Kânpur, Poona, Nâgpur, Lucknow y Jaipur.

La población estimada actual es de 1,173 millones de habitantes y es el segundo país con mayor número de habitantes a nivel mundial. Su tasa de crecimiento es de 1.376%; Es un país con población joven al poseer en promedio 25.9 años. La edad promedio en las mujeres es de 26.6 años y el de hombres es 25.4 años. El 30.1% de la población total de India corresponde a los habitantes de entre 0 y 14 años, el 64.6% entre 15 y 64 años y el 5.3% más de 65 años.

El idioma comercial es el inglés, el cual es entendido y hablado en los negocios así como en áreas administrativas. Las personas altamente educadas a menudo hablan otros idiomas

extranjeros. Las lenguas oficiales son el Hindi, inglés, lenguas regionales reconocidas por la Constitución, de las que las más habladas son: telugu, bengalí, marathi, tamil, urdu y gujarati.

Su religión está conformada principalmente por el hindú (81%), musulmán (13%), cristiana (3%) y sikh.

La unidad monetaria es la rupia INR. Las equivalencias monetarias al 21 de julio del 2010 de la rupia en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto¹.

Fecha 2010.07.21

$1.00 \text{ INR} = 0.00211797 \text{ USD}$
India Rupees United States Dollars
 $1 \text{ INR} = 0.0211797 \text{ USD}$ $1 \text{ USD} = 47.2150 \text{ INR}$

Fecha 2010.07.21

$1.00 \text{ INR} = 0.0599322 \text{ PEN}$
India Rupees Peru Nuevos Soles
 $1 \text{ INR} = 0.0599322 \text{ PEN}$ $1 \text{ PEN} = 16.6855 \text{ INR}$

I. Tendencias económicas

La India posee una diversidad económica que abarca desde el cultivo tradicional, la agricultura moderna, un sector artesanal, un gran sector industrial moderno hasta una multitud de servicios. Más del 50% de su fuerza laboral trabaja en el sector agrícola; sin embargo, los servicios son la principal fuente generadora de ingresos al representar más de la mitad de la producción hindú, sólo con la tercera parte de la mano de obra.

La economía hindú ha registrado transformaciones estructurales importantes desde 1991. Antes de esa fecha, la India se distinguía por sus políticas de sustitución de importaciones, dominio del sector público y licencias industriales. En 1990-91 el déficit presupuestario del gobierno alcanzó el 10% del PIB mientras que la tasa anual de inflación llegó a un máximo del 17% en agosto de 1991. A principios de ese año se produjo una crisis sin precedentes de balanza de pagos, como consecuencia de un déficit por cuenta corriente que se duplicó desde 2,300 millones de dólares (1,3% del PIB) en la primera mitad de los años ochenta hasta 5,500 millones (2.2% del PIB) en la segunda mitad de ese decenio. La balanza de pagos se vio afectada por dos crisis de liquidez, la primera a mediados de enero de 1991 y la segunda a finales de junio de ese año. En ambos casos, las reservas en divisas se redujeron de manera significativa y el gobierno tuvo que recurrir a medidas de emergencia, como las de usar sus reservas de oro para obtener divisas, emplear las facilidades especiales del FMI y obtener asistencia bilateral extraordinaria de Japón y Alemania, entre otros países. Así, el gobierno consiguió evitar la suspensión de pagos, al poder financiar el servicio de la deuda externa a corto plazo y las importaciones.

Como consecuencia de la crisis, las autoridades se embarcaron en un programa de reformas ambiciosas de política económica, dirigidas a favorecer la actividad exportadora y fomentar la actividad del sector privado, lo que redundó en una notable trayectoria de crecimiento; política que ha permitido acelerar el crecimiento económico del país, obteniendo como resultado tasas de crecimiento promedio anual por encima del 7%. Al cierre del primer trimestre del 2010 tuvo un crecimiento de 8.8%, en el 2009 de 6.7%, en el 2008 de 7.5% y alcanzó incluso un máximo

¹ Para mayor información: www.xe.com

de 9,6% en el 2007. Durante el 2008 y 2009 el crecimiento se desaceleró ligeramente, como consecuencia de la alta inflación internacional (especialmente notable en los precios del petróleo) y de la desaceleración de la economía mundial debida a las turbulencias en los mercados financieros registradas desde julio de 2007.

La India se ubica como la segunda mayor economía del mundo, en términos de PIB en dólares corrientes. En paridad de poder adquisitivo ocupó la cuarta posición mundial, tras EEUU, China y Japón y por delante de Alemania.

El crecimiento de la India se explica por razones como las condiciones demográficas propicias, el alto potencial para desarrollar sectores de alta tecnología, la existencia de una población cualificada y entre la que está muy extendido el idioma inglés, la creciente apertura a las inversiones extranjeras, la mejora en curso de las infraestructuras y la estabilidad política y jurídica.

Cabe citar que la India sobrevivió a la crisis financiera global debido a una política prudente de sus actividades bancarias y a una baja dependencia de las exportaciones. Un rol importante cumplió la demanda doméstica, conducida por las compras en bienes durables y automóviles, el cual se constituyó como la clave del crecimiento hindú. En particular, el crecimiento del mercado interno se estima favorable; según informe de la consultora McKinsey, entre 2005 y 2025 el número de personas pertenecientes a hogares con ingresos anuales superiores a los US\$ 23,500 en paridad de poder adquisitivo pasará de 54 millones a nada menos que 607 millones, de manera que el consumo agregado se cuadruplicará en este periodo.

La India presenta aún rastros de políticas autárquicas existentes en el pasado. Existen ciertos controles al comercio exterior y la inversión, pese a que el país inició un proceso de liberalización económica a principios de los 90.

Las tendencias principales han sido un crecimiento sobresaliente del sector servicios, una expansión moderadamente satisfactoria de la industria y una evolución decepcionante de la agricultura. Esas tendencias se han reflejado en un fuerte aumento del sector servicios en la economía, desde 50% en 2001 al 57% en el 2009. La parte del sector primario se redujo apreciablemente del 26% del PIB en 2001 al 17% en 2009. Por su parte, el sector industrial registró sólo un ligero incremento del 26% en 2001 al 27% en 2009.

La agricultura de la India está en plena desaceleración, con una tasa de crecimiento que ha bajado al 2,4% al 2009. Esa tendencia a la baja se debe al bajo nivel de inversión en el sector, de apenas el 2% del PIB en los últimos quince años. Tal cosa ha impedido, entre otras cosas, cualquier progreso significativo en los rendimientos de la tierra. Otro factor ha sido el mal estado de la infraestructura rural (energía, carreteras, transporte, redes de comercialización, etc.). Pese a su proporción descendente en el PIB, la agricultura sigue siendo un sector importante en la economía de la India, a causa de su peso todavía alto en la creación de empleo y el sostenimiento de la población.

La industria presenta tasas de crecimiento de diferentes segmentos de la industria. El sector manufacturero y la construcción se desenvuelven notablemente bien, mientras que la minería y la electricidad lo hacen moderadamente. El conjunto del sector industrial ha alcanzado una tasa de crecimiento de más del 10% en 2009. Todos los segmentos de la industria registraron una desaceleración en 2007-08. Tal cosa indica que la fase de crecimiento del sector industrial se está moderando en cierta medida.

El sector servicios está creciendo de manera muy significativa. Destaca el crecimiento en el subsector "Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones". El notable progreso de las instalaciones de telecomunicaciones y el mayor crecimiento en el tráfico ferroviario, por carretera y marítimo son las manifestaciones más destacadas del crecimiento de los servicios. Además, los "servicios financieros", que abarcan los servicios bancarios, de seguros y empresariales, también han registrado un crecimiento destacado.

La rupia se apreció el 9,0% con respecto al dólar en 2008. Sin embargo, se depreció con respecto al euro entre abril de 2007 y marzo de 2008. Además, desde abril de 2008, como

consecuencia de la crisis financiera internacional, la rupia se ha depreciado sustancialmente con respecto al dólar y el yen, pero sólo ligeramente con respecto al euro.

Cuadro N° 1
India: Indicadores económicos

Indicadores económicos	2008	2009	2010*	2011*
PBI (US\$ miles de millones)	1,206.7	1,236.0	1,367.2	1,496.5
Crecimiento real del PBI (precios constantes) (%)	7.4%	5.7%	8.8%	8.4%
PBI per cápita (US\$)	1,020.7	1,030.7	1,124.4	1,214.0
Tasa de inflación (%)	9.7%	15.0%	8.1%	4.6%

* Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional
Fuente: FMI – World Economic Outlook Database

El sector de componentes de automoción es uno de los de mayor crecimiento del país. En 2008 su volumen de ventas fue de 15.000 millones de dólares, con un coeficiente de exportación del 20%, esto es, unas ventas al exterior de 2.900 millones de dólares. El crecimiento anual medio del sector ha sido del 30% en los últimos cuatro años, mientras que las exportaciones han aumentado al 40%. Las ventas a Europa y a América del Norte suponen 36% y 26%, respectivamente, de las exportaciones totales..

El sector de IT/ITES (Information Technology / Information Technology-Enabled Services) es uno de los más dinamizadores de la economía india, tanto en términos de producción como de exportaciones. Con un volumen de ventas de 40.000 millones de dólares en 2008, supuso el 5,4% del PIB. El sector exportó el 79% de sus ventas y es de destacar el crecimiento de las exportaciones en los últimos años.

El sector de turismo y viajes ha crecido de manera significativa en años recientes. Posee un gran potencial, ya que el país es un crisol de culturas antiguas y modernas, tiene un buen número de monumentos protegidos y una gran diversidad étnica y dispone de un buen sistema de ferrocarriles y de una base creciente de hoteles de primera categoría. Además, la mano de obra disponible en el sector está bien formada y tiene amplios conocimientos de inglés y de otros idiomas internacionales. Por añadidura, el turismo médico ha aumentado mucho en los últimos años, dado que el coste de los tratamientos, en instalaciones y con médicos de primer nivel, no llega al 20% del existente en los países occidentales.

Hay tres razones principales que hacen de la India un país muy prometedor en el sector de alimentos elaborados. En primer lugar, la India posee diversas condiciones agro-climáticas y una amplia y variada base de materias primas, adecuada para la elaboración de alimentos. En segundo término, el mercado interno de alimentos elaborados está creciendo mucho, como consecuencia de la expansión de la clase media, la rápida urbanización, la alta tasa de alfabetización en las ciudades, los cambios en la forma de vida, el incremento de la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo y el todavía alto peso de la alimentación en el gasto familiar. En tercer lugar, el gobierno indio está potenciando las inversiones en infraestructuras, empaquetamiento y comercialización.

El crecimiento del sector de bienes de consumo duraderos ha sido muy importante en años recientes, como consecuencia del auge de las ventas al por menor, el rápido crecimiento de la renta disponible en un segmento significativo de la población y el incremento de la demanda de viviendas. Además, se trata de un sector cada vez más moderno y competitivo.

En energía y medio ambiente, las perspectivas son también favorables. Dado el rápido crecimiento del PIB en los últimos años, la demanda de energía ha aumentado de manera apreciable. El petróleo y el gas suponen el 40% del consumo de energía primaria y son además sectores que suministran insumos a actividades como la petroquímica y los fertilizantes. En el sector de servicios medioambientales, el gobierno se ha esforzado por hacer frente a los principales desafíos ecológicos del país, que son la contaminación del agua y del aire y la conservación de recursos naturales. Esas áreas son interesantes no sólo para grandes

empresas de ingeniería que suministren equipos o tecnología sino también para empresas pequeñas y medianas especializadas en análisis de servicios medioambientales, gestión, auditoría, evaluación de impacto ambiental, desarrollo de normas medioambientales, etc. Además, también ofrece oportunidades la colaboración con empresas indias para la I+D en tratamiento de aguas residuales.

El rápido crecimiento del sector servicios de salud en la India y la aparición de empresas privadas con alta reputación internacional en esa actividad han creado numerosas oportunidades de comercio, inversión y cooperación con empresas extranjeras. Existe un creciente interés, por parte de esas últimas, por ingresar al mercado indio en productos como aparatos médicos, investigación y pruebas clínicas, y productos farmacéuticos, entre otros segmentos del mercado.

El volumen de ventas del sector de biotecnología mostró un crecimiento favorable. Con 1,200 millones de dólares en exportaciones, el sector de biotecnología destina más de la mitad de sus ventas al mercado internacional, en el que la India ocupa la tercera posición en Asia, detrás de Japón y Corea del Sur. El elevado crecimiento de los últimos años de alrededor del 30% de tasa anual media, indica que el sector tiene un enorme potencial, relacionado sobre todo con la amplia base de personal cualificado y los bajos costes en infraestructuras y mano de obra. Se estima que el tamaño del sector alcanzará los 5,000 millones de dólares en 2010 (y los 25,000 millones en 2025), fecha en la que habrá 400 empresas, generando empleo a 50.000 científicos.

En servicios financieros, destacan las oportunidades en seguros, pensiones e intermediación bancaria. El sector de seguros fue abierto a la entrada de agentes privados en 1999. En la actualidad, la mayor parte de las empresas registradas cuenta con participación extranjera. En cuanto a las pensiones, cabe destacar que sólo el 12% de la mano de obra tiene algún tipo de pensión de jubilación.

El sector de alimentos elaborados es uno de los mayores de India en términos de producción, consumo y exportaciones. India es el primer productor mundial de leche, legumbres, azúcar de caña y té y el segundo de trigo, arroz, frutas y vegetales. De los 200.000 millones anuales de gasto en alimentación, el 53% corresponde a alimentos elaborados. El porcentaje de elaboración es relativamente bajo en muchos productos: 2% en frutas y vegetales, 26% en productos del mar, 35% en leche, 6% en pollería o 2% en carne de búfalo. Además, la cuota de la India en el mercado mundial de alimentos elaborados es de apenas el 1,5%. Por tanto, hay un enorme potencial de inversión en el sector.

Hay tres razones principales que hacen de la India un país muy prometedor en ese sector. En primer lugar, la India posee muy diversas condiciones agro-climáticas y una amplia y variada base de materias primas, adecuada para la elaboración de alimentos. En segundo término, el mercado interno de alimentos elaborados está creciendo mucho, como consecuencia de la expansión de la clase media, la rápida urbanización, la alta tasa de alfabetización en las ciudades, los cambios en la forma de vida, el incremento de la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo y el todavía alto peso de la alimentación en el gasto familiar (alrededor del 50%). En tercer lugar, el gobierno indio está potenciando las inversiones en infraestructuras, empaquetamiento y comercialización.

Las perspectivas de inversión son especialmente favorables en frutas y vegetales, cuyo porcentaje de elaboración es muy bajo, carne de ave, búfalo, oveja y cordero (la India exporta medio millón de toneladas de carnes, del que la mitad corresponde a carne de búfalo), productos lácteos (la producción es de 91 millones de toneladas y crece el 4% al año), pescado (la India tiene una costa de 8.000 km, una plataforma continental de 50.600 km² y unas zonas exclusivas de 2,2 millones de km²) y varios otros productos de consumo, como cereales, pastas, pan, galletas, bebidas no alcohólicas, cerveza y otros productos alcohólicos, agua mineral, etc.

El crecimiento del sector de bienes de consumo duradero ha sido muy elevado en años recientes, como consecuencia del auge de las ventas al por menor, el rápido crecimiento de la renta disponible en un segmento significativo de la población y el incremento de la demanda de viviendas. Además, se trata de un sector cada vez más moderno y competitivo. En productos

electrónicos de consumo, destaca que dos tercios de las ventas de televisores corresponden ya a aparatos de pantalla plana. Las ventas de televisores de última generación (pantallas de cristal líquido y de plasma) crecieron el 400% y el 150%, respectivamente.

En teléfonos móviles, la producción de aparatos pasará de 31 millones en 2006 a 107 millones en 2011, con una tasa anual media de crecimiento del 28,4%. El volumen de ventas es de aproximadamente 4.900 millones de dólares y está creciendo a una tasa anual media del 26,6%. Las ventas crecen en 6 millones de unidades al mes, de manera que el mercado no sólo es de gran tamaño sino que además presenta un alto dinamismo. Los principales fabricantes de móviles del mundo, como Nokia o Motorola, han instalado fábricas en el país.

En suma, el fuerte crecimiento de la renta disponible y la preferencia de la clase media por productos de última generación, junto con la amplia disponibilidad de crédito, han hecho que las ventas de bienes de consumo duradero crezcan mucho. Se espera que esta tendencia se mantenga durante los próximos años, de manera que se trata de un sector muy prometedor.

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, de la "Facilidad de hacer negocios" (entre 181 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú como para India.

Cuadro Nº 2
Ranking Doing Business (2010)
Perú e India

Doing Business	Perú	India
Hacer Negocios	56	133
Apertura de un negocio	112	169
Manejo de permisos de construcción	117	175
Contrato de trabajadores	112	104
Registro de propiedades	28	93
Obtención de crédito	15	30
Protección de los inversores	20	41
Pago de impuestos	86	169
Comercio transfronterizo	91	94
Cumplimiento de contratos	114	182
Cierre de una empresa	99	138

Fuente: Doing Business

El Perú se encuentra ubicado en la posición cincuenta y seis en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que la India se ubica en la posición centésima trigésima tercera.

En India, en cuanto a la apertura de negocio, un nuevo empresario deberá llevar a cabo trece procedimientos y estos duran un total de 30 días.

II. Regulaciones a las importaciones y aranceles

Los importadores deben estar registrados en la Dirección General de Comercio Exterior, el cual establece la Política de Exportación e Importación. Existen todavía algunas barreras no arancelarias, especialmente un sistema de licencia concerniente al 40% de las importaciones y abarca todas las normas aduaneras. Existen dos listas: la "lista negra" (para cerca de 3000 artículos incluyendo textiles), la cual comprende desde una simple licencia hasta la prohibición definitiva del producto (por ejemplo maquinarias de segunda mano) y una segunda lista, la "Licencia Pública General" concerniente al resto de los productos que no se encuentren sujetos a licencia. Asimismo, más de 44 productos pueden ser importados solo por el Estado y se

encuentran sujetos a una licencia preliminar del Gobierno (alcohol, por ejemplo). Otro sistema de licencia establecido a fin de desarrollar las exportaciones es la “Licencia Especial de Importación” (SIL).

Asimismo, es difícil exportar textiles y vestimenta, así como un número de artículos de consumo (por ejemplo, productos agrícolas) hacia India debido a las numerosas restricciones administrativas a pesar de las diversas liberalizaciones.

Existen ciertas zonas especiales (zonas francas, zonas de procesamiento de exportaciones, zonas tecnológicas, zonas de joyerías). Dentro de estas zonas, las empresas se benefician de exenciones de aranceles e impuestos locales bajo ciertas condiciones (en proporción al porcentaje de sus exportaciones).

India aplica el Sistema Armonizado de Aduanas. Los derechos arancelarios son ad Valorem y se calculan sobre el valor CIF de las mercaderías. La Administración de Aduanas e Impuestos especiales es el responsable de fijar los aranceles de importación.

A pesar de una disminución general de los aranceles dentro del marco de su participación en la OMC, India continúa siendo uno de los países con los más altos aranceles. Existen 4 tasas básicas: 5%, 15%, 25% y 35%. Sin embargo, algunos productos tales como vino o bebidas espirituosas tienen aranceles de 245% y petróleo de 100%.

A estas tasas básicas, se les debe añadir un 10% de recargo. India también aplica algunos “derechos compensatorios” a fin de compensar la pérdida de impuestos especiales; por ejemplo, materias primas, componentes e ingredientes en caso han sido elaborados en la India.

A fin de conocer la suma exacta de los aranceles aplicados a un producto, es necesario añadir: un recargo de los aranceles básicos + derechos compensatorios. Asimismo, es necesario señalar que un arancel adicional de 4% de la suma de los 3 primeros impuestos se cargan inclusive a un cierto número de productos importados.

Los documentos requeridos para la importación al mercado indio

- Certificado de Origen: Acredita el origen del producto y es exigido por la Aduana de India.
- Certificado de Calidad y Peso: Exigido por el importador indio para garantizar que la mercadería corresponde a lo acordado en el contrato de compraventa.
- Cuaderno ATA: Carné ATA facilita mediante trámites simplificados la admisión y salida temporal de mercancías para exhibiciones, muestras, etc.
- Certificado Fitosanitario: Instrumento de control y lucha contra las plagas.
- Certificado de Inspección: Documento que permite la prevención de cualquier fraude o proteger al importador ante el posible recibo de mercadería no deseada.

Los documentos comerciales son:

- Factura Pro Forma
- Factura Comercial Definitiva
- Lista de contenidos (Packing List)

Las importaciones de productos al mercado hindú ingresan bajo una de las cuatro categorías:

- Artículos cuya importación está liberado del pago de aranceles. La mayoría de los bienes de capital se incluyen en esta categoría. Los elementos de esta categoría no requieren licencias de importación y puede ser importado libremente por cualquier persona o entidad.
- Importaciones bajo licencia. Ciertos artículos se pueden importar sólo con las licencias y sólo por usuarios reales. En esta categoría se incluyen productos clasificados como bienes de consumo, piedras preciosas y semi-preciosas, productos relacionados con la

seguridad; semillas, plantas y animales, algunos insecticidas, productos farmacéuticos y productos químicos; algunos artículos electrónicos, varios artículos reservados para la producción por el sector de pequeña escala, y 17 artículos diversos o de categoría especial. En abril de 1993 el gobierno puso fin a los requisitos de licencias para varios productos agrícolas, incluidas las gambas, camarones y aves de corral.

- Artículos que se pueden importar sólo por las agencias del sector público. Éstos incluyen los productos derivados del petróleo (lo importa sólo la Indian Oil Corporation); fosfatados nitrogenados, fertilizantes químicos potásicos y complejos (por la Minerals and Metals Co), drogas vitamina A (por State Trading Corporation), aceites y semillas (por State Trading Corporation and Hindustan Vegetable Oils), y los cereales (por la Food Corporation of India).
- Artículos cuya importación está prohibida en la India: grasa de sebo, cuajo de animales y productos de marfil sin elaborar.

Los procedimientos de controles no solo consisten en verificar la correspondencia de productos importados con los documentos presentados, sino también en constatar que los productos cumplan con las reglas del país (estándares, reglas fitosanitarias y/o fumigaciones).

Existen ciertos controles establecidos por India Department of Food Processing Industries para el ingreso de productos, los cuales son necesarios de considerar a la hora de exportar a la India. Uno de ellos es el relativo al Etiquetado (The Prevention of Food Adulteration Act - PFA).

El etiquetado exige considerar el peso neto o volumen del producto en unidades estándar, el mes y año de empaquetado, la fecha de expiración del producto, lista detallada de los ingredientes, nombre y descripción del producto, declaración si el producto se encuentra designado a un grupo específico (ejemplo: niños, adultos, diabéticos, entre otros), marca indicando si el producto tiene contenido vegetariano o no vegetariano. Los productos vegetarianos deben contener un círculo verde dentro del delineado de un cuadrado verde. Los productos no vegetarianos (incluyendo los huevos y subproductos de gelatina animal), la marca deberá ser un círculo café rojizo dentro del delineado de un cuadrado café rojizo.

Además deberá detallar el MRP o precio máximo del minorista, incluyendo impuestos, costos de transporte, comisiones y todos los cargos relacionados con publicidad, distribución, empaque, etc.

Asimismo, en el etiquetado se debe señalar la razón social de la empresa (nombre y dirección completa) además si es productor. Una clara indicación de si el producto contiene colores o sabores artificiales, colores no permitidos, agentes químicos, etc.; país de origen, número distintivo de producción, lote o código. Las etiquetas deben colocarse antes de la Declaración de Aduanas y aparecer en cualquiera de los siguientes formatos: impresa en una etiqueta adherida al producto, impresa en un empaque que contenga al producto, impresa en el empaque mismo, impresa en una tarjeta o cinta firmemente adherida al producto. Actualmente, no hay requerimientos específicos de que aparezca la información nutricional en el etiquetado.

Impuestos

La promulgación principal del impuesto en la India es Acto del impuesto sobre la renta de 1961 pasado por el Parlamento. El acto de 1961 impone impuesto de forma del siguiente:

- Impuesto sobre la renta
- Impuesto de sociedades
- Impuesto de ganancias sobre el capital
- Impuesto de los beneficios complementarios
- Impuesto de herencia

Las promulgaciones principales de los impuestos pasaron por Legislaturas de Estado:

- Las sisas en tabaco, alcohol y narcótico;

- Impuesto de ventas, en la venta de mercancías dentro del estado;
- Deberes de estampilla, en la venta de la característica situada dentro del estado;
- Impuestos de hospitalidad

El impuesto a las sociedades

La ley del impuesto de sociedades data de 1961. Una empresa extranjera debe pagar un máximo del 42,23% en caso de que su base imponible supere los 10 millones de rupias y un máximo del 41,2% en caso de que sea inferior.

El gobierno central exime de impuestos durante 10 años a las empresas que inicien actividades con alto contenido en conocimiento. Muchos gobiernos ofrecen concesiones impositivas adicionales. Con la pretensión de ayudar al mundo de los negocios, el gobierno está procediendo a una simplificación de los impuestos, a la reducción de los tipos, al aumento de las exenciones, y a un incremento de la transparencia en la administración tributaria.

Por ejemplo, la ley permite a las empresas extranjeras la importación sin impuestos de productos intermedios y bienes de capital, la exención del impuesto al consumo en los bienes de capital, maquinaria textil, componentes y materias primas y la exención del impuesto sobre las ventas tanto a escala federal como estatal. En el sector servicios se pueden importar consumibles, equipo profesional y componentes hasta el 10% de los ingresos en divisas de los tres años precedentes.

Hay deducciones impositivas para los sectores prioritarios. Las empresas instaladas en la Zona Especial Económica (SEZ) no pagan impuesto de sociedades durante 5 años y sólo el 50% del mismo en los siguientes 5 años. Para las empresas de infraestructuras, es posible deducir al 100% los beneficios durante 10 años. Los ingresos en forma de dividendos, intereses o beneficios del capital a largo plazo están exentos de impuestos en dichas empresas.

De los 28 estados de la India, ocho no introducen el IVA. Haryana ya lo aprobó el 1 de abril de 2004. Debido a la naturaleza federal de la Constitución de la India, los estados tienen la facultad de fijar sus propios tipos del IVA.

III. Distribución y transporte de mercaderías

Distribución de mercaderías

La mejora del estándar de vida en los últimos años aunado a la emergencia de la clase media ha generado una expansión considerable de la demanda interna. Las costumbres y los estilos de vida se orientaron a lo occidental, especialmente en las nuevas generaciones quienes han cambiado sus hábitos de consumo. Los hindúes sienten un mayor atractivo por marcas extranjeras, sean éstos importados o fabricados directamente en India.

Es importante tomar en consideración las propias peculiaridades del país en lo concerniente a las redes de distribución y las técnicas de promoción de ventas. Numerosos intermediarios intervienen en la cadena de distribución que incrementan considerablemente los precios finales. La mayoría de las importaciones se llevan a cabo por los intermediarios comerciales tanto como agentes o compañías comerciales.

Una de las principales debilidades del mercado hindú es la falta de organización, con un claro predominio de pequeños comerciantes. Existen más de 5 millones de minoristas, de los cuales un gran número son negocios familiares.

Cuenta con el mayor número de puntos de venta a nivel mundial (12 millones); con mayor participación de "kirana stores", locales que no exceden los 50 m² y que se constituyen como un elemento fundamental en la organización de los barrios y las ciudades, adaptado a la vida social de India.

Ausencia de supermercados en el sentido occidental, estos son más bien establecimientos de conveniencia situados en y alrededor de las principales ciudades del país. Estos

supermercados son de 3,000 a 6,000 m² y ofrecen una amplia gama de productos nacionales e importados. Se estima que un 20% de la población compra en estos supermercados y el porcentaje va en aumento.

Sin embargo, ciertas reformas iniciadas en 1991, modificaron los hábitos del consumidor, quiénes actualmente buscan productos diversificados, sofisticados y de marca. Algunas tiendas por departamento como Ebony o Shoppersstop han surgido en India, inspiradas en modelos modernos. Las franquicias han aparecido porque permite una red de distribución amplia con menores costos en un país con fuertes diferencias regionales.

Las ventas de prendas de vestir masculina generan el 49,7% del valor del mercado minorista de confecciones de India; mientras que las ventas de prendas de vestir femenina representaron el 44,5% del valor del mercado. Además, representa cerca del 9,3% del valor del mercado de confecciones de Asia-Pacífico, en comparación con China que representa cerca del 32% del mercado.

Las tiendas especializadas en alimentos dominan el sector minorista de alimentos en India con el 28,8% de los ingresos siendo generados a través de este segmento. Por su parte las tiendas de descuento generan un 4,1% de las ventas. India genera el 19,8% del valor minorista del sector alimentos en la región Asia-Pacífico; mientras que China es la principal industria de Asia-Pacífico y genera el 42,5% de los ingresos de la región.

Transporte de mercaderías

La infraestructura de la India está lejos de ser satisfactoria, razón por la que el gobierno hindú ha puesto en ejecución un plan de inversión en carreteras y puentes; sólo ocho estados cuentan con una infraestructura adecuada, entre ellas Delhi, Haryana, Maharashtra y Karnataka.

El transporte marítimo representa el 95% del transporte internacional de mercaderías desde y hacia la India. Existen 12 puertos importantes a lo largo de 5560 km de la costa de India y 187 secundarios, transportando cerca de 519 millones de TM anual. Los principales puertos son Bombay, Calcuta, Chennai y Kupi. El transporte fluvial es también importante, en particular el río Ganges, Brahmaputra, Narmada y Godavari.

Los principales aeropuertos del país son Delhi, Calcuta, Bombay y Madras. El aeropuerto de Bombay ocupa la posición 64° a nivel mundial. La principal aerolínea es Air India para vuelos internacionales. Empresas como Sahara Airline y Jet Airways se dedican a vuelos nacionales.

IV. Tendencias del consumidor

En la última década existe un cambio en su patrón de vida y de consumo orientado al bienestar. Presenta elevado nivel de calidad de vida lo que ha generado que los pobladores presenten un mayor bienestar social. Ello ha ocasionado que los estratos de nivel alto y medio alto cambien sus patrones de consumo hacia productos de mayor calidad con una incidencia sobre el costo de adquisición. Existe un mayor consumo por productos suntuosos o lujosos con mayor preferencia hacia las marcas internacionales.

La palabra bienestar se extiende a la adquisición de productos; además de la posición de una mejor vivienda en términos de infraestructura y mejores condiciones de salud. Los hindúes buscan conservar una vida saludable, que gozan de muy buena salud. Esta situación los lleva a comer saludablemente adquiriendo productos orgánicos, dejando de lado el consumo del tabaco y el alcohol.

Existe además un consumo de productos ecológicos, naturales y dietéticos con su debida certificación. Los productos que son modificados genéticamente deben considerar en el empaque respectivo el sello de autorización sanitaria.

V. Relaciones bilaterales de India

La evolución de una región determinada está inextricablemente vinculada a realidades geopolíticas más amplias. La globalización de las economías y la cooperación estratégica entre países han acelerado los procesos de integración global y regional.

La situación geo-estratégica en la región de Asia-Pacífico ha registrado cambios de gran calado en los últimos años. India ha emergido como una potencia económica en la región, de manera que tiene una situación única en la estructura geo-estratégica de la región. La India ha mantenido y mantiene relaciones políticas estrechas con China, EEUU, Rusia, Japón, Nepal, Bután, Afganistán y otros países influyentes en Asia-Pacífico. También han mejorado las relaciones bilaterales con Pakistán. Así, el entorno externo para la seguridad nacional y el desarrollo económico de la India puede considerarse estable. Además de ser una potencia económica cada vez más importante, la India es también una gran civilización, con una herencia histórica y con instituciones civiles que datan de siglos.

Por añadidura, India tiene una tradición de relaciones amigables de intercambio e interacción con sus vecinos. En años recientes, la India ha perseguido con ahínco alcanzar acuerdos bilaterales y regionales con el fin de promover los negocios y sus intereses de seguridad.

La India es miembro de la Asociación de Asia Meridional para la Cooperación Regional (South Asian Association for Regional Cooperation, SAARC), creada en 1985 con el fin de servir de plataforma para acelerar el proceso de desarrollo económico y social en Asia meridional. La India desempeñó una función esencial en la creación de la SAARC y ha cooperado de manera muy activa con las actividades de la Asociación, promoviendo el comercio y otras formas de cooperación económica, social y técnica entre los países miembros. La India también apoya las iniciativas de cooperación entre sociedades civiles, encaminadas a fortalecer la comprensión mutua y la buena voluntad en la región.

India es Socio de Diálogo (Dialogue Partner) con la Asociación de Naciones de Asia Sudoriental (ASEAN) desde 1995, lo que permite una colaboración activa entre India y los países de la ASEAN en los campos no sólo de la cooperación funcional sino también en aspectos políticos y de seguridad. La India participa en varios encuentros consultivos de la ASEAN, como el Foro Regional de la ASEAN (ARF) y las Conferencias Post-Ministeriales (PMC). Esos son procesos valiosos para promover relaciones estables entre las potencias principales y constituyen un complemento eficaz a las alianzas y los diálogos bilaterales entre la India y los países miembros de la ASEAN, que son el núcleo que la arquitectura regional de seguridad. India y la ASEAN ha terminado recientemente (septiembre de 2008) las negociaciones para firmar un acuerdo de libre comercio, que se firmará, como tratado, en la Cumbre ASEAN-India de Bangkok en diciembre de 2008 y que entrará en vigor el 1 de enero de 2009.

India también forma parte de la BIMSTEC (Bay of Bengal Initiative for Multi Sectoral Technical and Economic Cooperation), una organización que reúne a países de Asia meridional y de Asia sudoriental. Los miembros de la BIMSTEC son Bangladesh, India, Myanmar, Sri Lanka, Tailandia, Bután y Nepal.

Si se adopta una perspectiva estratégica, la India constituye un vínculo esencial entre los países de Asia meridional y entre éstos y los de Asia oriental. India es el único país de la SAARC que tiene fronteras terrestres con cuatro de sus miembros (Bangladesh, Bután, Nepal y Pakistán) y fronteras marítimas con otros dos (Maldivas y Sri Lanka). La India dispone de una carretera en uso y de ferrocarriles que une Pakistán, en el oeste, con Bangladesh, en el este. También dispone de una red de carreteras que se conecta con Asia sudoriental a través de Myanmar. Además, el país ofrece vías de transporte a sus vecinos, sin salida al mar, Nepal y Bután, países con los que ha mantenido una relación política y económica cordial.

En suma, la India es un destino geo-estratégico bien posicionado y que ofrece diversos incentivos, lo que hace del país un mercado atractivo para los inversores extranjeros. A modo de síntesis, citamos los siguientes acuerdos:

- Acuerdo de Bangkok
- Sistema Global de Preferencias Comerciales (GSTP)
- SAARC Acuerdo de Comercio Preferencial (SAPTA)
- TLC India – Sri Lanka
- TLC India – Tailandia
- India – Singapur Tratado de Cooperación Económica (CECA)
- Tratado Comercial India-Nepal
- Acuerdo Preferencial de Comercio India-Mauritania
- Acuerdo Preferencial de Comercio India-Chile
- India – ASEAN CECA
- TLC con Asia del Sur (SAFTA)
- Iniciativa para la Cooperación Multisectorial, Técnica y Económica de la Bahía de Bengala (BIMSTEC)
- Acuerdo Preferencial de Comercio India-MERCOSUR

En evaluación:

- Consejo de Cooperación del Golfo (GCC)
- China
- Corea del Sur
- Japón
- Malasia
- Pakistán
- Unión Aduanera de África del Sur (SACU)
- Egipto
- Israel
- Rusia
- Australia

VI. Intercambio comercial India con el mundo

La participación de India en el comercio global es de 1.7% y en América Latina de 3.3%. Las recientes medidas adoptadas por el gobierno hindú han contribuido a minimizar ciertos obstáculos al comercio como una infraestructura inadecuada, burocracia, corrupción, falta de flexibilidad en el mercado laboral y reserva de productos claves para la industria a pequeña escala.

Los tres principales países de destino de las exportaciones indias son: Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos y China. Los principales commodities exportados son joyería (cerca del 80% de los diamantes vendidos en el mundo son cortados en India), combustible, telas y vestimenta, y químicos orgánicos.

Los tres principales países proveedores de India son: China, Estados Unidos y Suiza e importa básicamente combustible, minerales, piedras preciosas, equipos eléctricos y electrónicos, equipos de computación, hierro y acero.

Cuadro N° 3
Intercambio comercial India – Mundo
(Cifras en millones US\$)

Comercio Exterior	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	99,650.6	103,091	126,414	163,132	185,295
Importaciones	138,370.1	129,692	185,735	251,654	303,696
Balanza Comercial	-38,719.5	-26,601	-59,321	-88,522	-118,401
Intercambio Comercial	238,020.8	232,782	312,149	414,786	488,992

Fuente: Ministerio de Comercio de la India

El comercio de mercancías creció de US\$ 238.0 billones en el 2005 a US\$ 489.0 billones en el 2009. Las exportaciones se incrementaron más de dos veces de US\$ 99.7 billones a US\$ 185 billones mientras que las importaciones crecieron alrededor de tres veces de US\$ 138.4 billones a US\$ 303.7 billones.

Los resultados de las exportaciones han sido muy favorables en los últimos años aunque el volumen de las importaciones ha presentado una tendencia al alza desde 2001. El crecimiento se debió a un incremento de las importaciones de maquinaria y equipo de transporte para la actividad industrial y el desarrollo de las infraestructuras y también a la importación de alimentos, en particular cereales, ante las escaseces internas de la oferta.

Los tres países de destino de las exportaciones hindúes lo constituyen Emiratos Árabes Unidos (13.2%), Estados Unidos (11.4%) y China (5.0%). Las exportaciones consisten principalmente de diamantes, diesel y aceites.

En cuanto a las importaciones, el 10.7% del total de productos importados por India provienen de China. Asimismo, Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudita participan con el 7.8% y 6.6% respectivamente del total de importaciones hindúes.

VII. Intercambio comercial Perú – India

Durante el 2009, India ocupó la 27° posición en el ranking de las exportaciones peruanas y la 16° en el ranking de las importaciones peruanas.

El intercambio comercial peruano con India ascendió a US\$ 398.8 millones en 2009, lo que representó una disminución de 45.5%, con respecto al nivel alcanzado en 2008. La balanza comercial es deficitaria, sin embargo ha mejorado en 6.1% al pasar de US\$ 194.6 millones a la cifra de US\$ 182.8 millones.

Cuadro N° 4
Intercambio comercial Perú – India
(Cifras en millones de US\$)

Comercio Exterior	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	79.0	101.8	211.6	268.5	108.0
Importaciones	114.0	135.5	232.8	463.1	290.8
Balanza Comercial	-35.0	-33.7	-21.2	-194.6	-182.8
Intercambio comercial	193.1	237.3	444.4	731.5	398.8

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

Las exportaciones peruanas a la India disminuyeron de US\$ 268.5 millones a US\$ 108.0 millones, es decir cayó a tasa de 59.8% con respecto al año 2008. Actualmente, la mayor parte de las exportaciones peruanas a dicho país se concentra en el sector minero, el cual representa el 87.6% del total exportado, concentrados en minerales como cobre y zinc.

Las importaciones procedentes de India disminuyeron en 37.2% con respecto al año anterior al pasar de US\$ 463.1 millones a US\$ 290.8 millones. Los principales productos importados por Perú son motocicletas a motor, productos laminados de hierro, hilado de fibras textiles, entre otros.

Las exportaciones tradicionales peruanas a India representan el 97,2% del total de las exportaciones, destacando el envío de minerales como el cobre por US\$ 191 millones y zinc por US\$ 11 millones.

En cuanto al sector no tradicional, sólo representa el 2,8% del total de las exportaciones. Los principales productos peruanos exportados hacia India son: discos de cinc y las demás chapas de cinc por US\$ 3 millones y óxido de cinc por US\$ 569, 095.

En el rubro no tradicional los principales sectores fueron el sidero metalúrgico, pieles y cueros y agropecuario con ventas por US\$ 2.3 millones, US\$ 1.4 millones y US\$ 1.3 millones, respectivamente en el periodo enero-diciembre 2009.

Cuadro N° 5
Perú: Exportaciones a la India por sectores económicos no tradicionales
(Cifras en millones de US\$)

SECTOR	2008	2009	Var. % 09 /08
Agropecuario	0.3	1.3	367.6
Textil	0.2	1.1	617.9
Pesquero	0.0	0.1	529.5
Químico	0.7	1.0	29.4
Metal – Mecánico	0.2	0.5	239.2
Sidero - Metalúrgico	1.7	2.3	37.0
Minería no metálica	0.0	0.0	2,656.4
Maderas y papeles	0.0	0.0	70.7
Pieles y cueros	1.2	1.4	14.9
Varios (Inc. Joyería)	0.0	0.0	73.5
TOTAL	4.3	7.8	81.2

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

El principal producto no tradicional exportado a la India fueron las pieles curtidas perteneciente al sector pieles y cueros, con un valor de US\$ 1.4 millones, seguido de las chapas y tiras de cinc por US\$ 1.4 millones. En tercer lugar, se situó los envíos de cable de fibras acrílicas por US\$ 0.8 millones y en cuarto lugar se ubica ácido ortobórico por US\$ 0.5 millones.

Cuadro N° 6
Perú: Principales productos de exportación no tradicionales a la India
(Cifras en millones de US\$)

Partida	Descripción	2005	2006	2007	2008	2009	Var. % 09/08
4105100000	Pieles curtidas, depiladas de ovino	0.7	0.3	0.5	1.0	1.4	34.4%
7905000099	Chapas, hojas y tiras de cinc	1.5	2.2	2.8	1.2	1.4	10.4%
5501309000	Cable de fibra acrílica	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	-
2810001000	Acido ortobórico	0.3	0.2	0.1	0.2	0.5	127.1%
713399200	Frijol castilla	0.0	0.5	0.1	0.0	0.4	-
8429510000	Cargadoras y palas	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	-
7602000000	Desperdicios de aluminio	0.1	0.3	0.0	0.0	0.4	-
1404902000	Tara en polvo	0.0	0.0	0.2	0.1	0.3	176.3%
713399900	Frijol zarandaja y loctao	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	-
806100000	Uvas frescas	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2	111.4%
2817001000	Oxido de cinc	0.1	0.2	0.6	0.3	0.2	-31.6%
8107900000	Manufacturas de cadmio	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	-
3202909000	Productos curtientes inorgánicos	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	42.3%
7204300000	Desperdicios de hierro o acero	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	77.4%
5505100000	Desperdicios de fibras sintéticas	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	423.3%
	Resto	3.2	2.6	1.1	1.0	0.9	-13.3%
	TOTAL	6.0	6.5	5.8	4.3	7.8	81.2%

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

A nivel de partidas, se exportaron un total de 71 partidas en el 2009. Destacaron los minerales de cobre por US\$ 91.0 millones, entre otros.

Cuadro N° 7
Perú: Ranking de productos exportados a la India (2009)
(Cifras en millones de US\$)

Partida	Descripción	TM	FOB USD	PART. (%)
2603000000	Minerales de cobre y sus concentrados	69.5	91.0	84.3%
2301201100	Harina de pescado con un contenido de grasa > 2% en peso	5.5	5.3	4.9%
2608000000	Minerales de cinc y sus concentrados	8.3	3.1	2.9%
4105100000	Pieles curtidas de ovino	0.4	1.4	1.3%
7905000099	Las demás chapas, hojas y tiras de cinc	0.7	1.4	1.3%
5501309000	Cable de fibra acrílica	0.8	0.8	0.8%
2810001000	Acido ortobórico	0.6	0.5	0.4%
0713399200	Frijol castilla	0.5	0.4	0.4%
8429510000	Cargadoras y palas	0.0	0.4	0.4%
7602000000	Desperdicios de aluminio	0.3	0.4	0.3%
1404902000	Tara en polvo	0.3	0.3	0.3%
0713399900	Frijol zarandaja y loctao	0.3	0.3	0.3%
0806100000	Uvas frescas	0.1	0.2	0.2%
7404000000	Desperdicios de cobre	0.0	0.2	0.2%
2817001000	Oxido de cinc	0.1	0.2	0.2%
	Resto	2.3	2.2	2.0%
	TOTAL	89.8	108.0	100.0%

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

VIII. Comunicación Intercultural

En tiempos de globalización la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. La capacidad intercultural es la habilidad de comunicarse de forma óptima con personas de otras culturas teniendo en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entendimiento del comportamiento de los otros así como su forma de pensar.

Consejos para negociar en India:

Es importante conocer la cultura de la India antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

La conducta en los negocios implica que el saludo es corto y mediante el estrecho de mano, este no debe de ser firme. En el caso de las mujeres ellas deben de iniciar el saludo. En India por lo general el saludo es mediante la unión de sus palmas como rezo, se colocan debajo de su barbilla y la palabra "Namaste". El uso de tarjetas de presentación es necesario y estas deben de ser intercambiadas al inicio de la negociación. El idioma en la negociación es en inglés.

Si se dan regalos estos no deben ser envueltos de color negro o blanco, se tiene la creencia que trae mala suerte. En caso de recibir un regalo, este no debe de abrirse en presencia de la persona. En caso de llevar un regalo, evite dar botellas de alcohol o que contengan algún producto de piel.

El mejor tiempo para visitar India es entre octubre y marzo. Nunca se realicen juntas en días festivos. Los hindúes no son muy puntuales en sus visitas, son flexibles en este aspecto.

El trato con los potenciales compradores requiere un mayor contacto directo. Debe tenerse en cuenta la presentación de catálogos, muestras y listas de precios.

Hay que tener presente que la distancia ha causado que nuestro país y los productos sean poco conocidos en este mercado. Sin embargo, existe una creciente preferencia por productos "occidentalizados" entre los más jóvenes. A raíz de esto surgen oportunidades que requieren que el exportador se informe de los gustos y tendencias en los consumidores.

Se recomienda a los exportadores que sean pacientes, pues el mercado es volátil y se compone, en su mayoría de pequeños importadores. Estos negocios pueden no ser constantes y privilegian la relación a corto plazo, pudiendo cambiar de proveedores con mucha frecuencia. Los empresarios hindúes son hábiles negociadores que buscarán a toda costa un menor precio. Les cuesta mucho comprometerse con un proveedor, por lo que un trato puede tardar bastante en materializarse.

IX. Oportunidades Comerciales

En la India existen oportunidades estratégicas al disponer de un mercado enorme y con perspectivas muy positivas de expansión, a la vista del rápido crecimiento económico, de las favorables condiciones demográficas y de la mejora de la calidad media de los productos. Es un centro de suministro de productos y una base de fabricación a bajo coste. Tiene un alto potencial para desarrollar sectores de alta tecnología, como los servicios de tecnologías de la información (STI) y la industria farmacéutica; cuenta con una población joven, cualificada y entre la que está muy extendido el idioma inglés.

Es una economía en claro proceso de liberalización y de apertura e incentivo a las inversiones extranjeras, al tiempo que está mejorando rápidamente sus infraestructuras. Puede ser una puerta de entrada a otras regiones en desarrollo, como África oriental y Oriente Medio, e incluso una plataforma de acceso a Asia oriental. Disfruta de estabilidad política y jurídica, al tener un régimen democrático y un sistema judicial independiente.

En cuanto a los sectores de inversión se destacan la industria química, la fabricación de minerales no metálicos (cerámico-sanitarios, fundamentalmente), la fabricación de productos metálicos y de vehículos a motor y sus componentes, así como los productos alimenticios y bebidas.

La industria de procesado de alimentos presenta oportunidades excelentes, como consecuencia del aumento previsto de la demanda y de la voluntad del gobierno por incrementar la renta de los agricultores. Adicionalmente a ello el porcentaje de alimentos procesados, es todavía muy bajo: 2% en frutas y vegetales, 21% en carne y 35% en leche.

En el sector farmacéutico, la India no sólo es un mercado creciente, a la vista del aumento de la clase media, del incremento previsto en la cobertura de los seguros sanitarios (hasta ahora únicamente el 1% de la población tiene seguro) y del "turismo médico" que recibe el país.

Contactos

- Central Bank of India <https://www.centralbankofindia.co.in>
- Reserve Bank of India <http://www.rbi.org.in>
- Indian Export Import Trade <http://exim.indiamart.com/>
- Centro Nacional de Información Comercial (NCTI): www.nic.in
- Government of India, Ministry of Commerce & Industry - Department of Commerce <http://commerce.nic.in/>
- Government of India, Ministry of Finance <http://indiabudget.nic.in/>
- Confederación de Industrias India: www.indiaindustry.com
- Federación de Organizaciones de Exportación Indias (FIEO): www.fieo.com
- Census of India: www.censusindia.net
- Ministry of Statistics and Programme Implementation: www.mospi.nic.in
- Ministerio de Comercio e Industria: www.ind.min.nic.in
- The Federation of International Trade Associations <http://fita.org>
- Cia The World Factbook www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html
- Datamonitor www.datamonitor.com
- Special Economic Zone in India <http://www.sezindia.nic.in>
- India Trade Promotion Organisation <http://www.indiatradefair.com>
- India Customs:
http://www.infodriveindia.com/exim/INDIAN_CUSTOMS/Default.aspx
- India Finance & Investment Guide
http://finance.indiamart.com/exports_imports/importing_india/tariff_schedule.html