

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

información

2012

Guía de Mercado

**INDIA**



*prom*  
perú

## Contenido

---

### Resumen Ejecutivo

#### 1. Información General

#### 2. Situación económica y de coyuntura

##### 2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

##### 2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

##### 2.3. Nivel de Competitividad

#### 3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

##### 3.1. Intercambio Comercial de India con el Mundo

##### 3.2. Intercambio Comercial de India con el Perú

#### 4. Acceso al Mercado

##### 4.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

##### 4.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

##### 4.3. Distribución y Transporte de Mercaderías

#### 5. Oportunidades Comerciales

##### 5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

##### 5.2. Productos con Potencial Exportador

#### 6. Tendencias del Consumidor

#### 7. Cultura de Negocios

#### 8. Contactos de Interés

#### 9. Eventos Comerciales

#### 10. Bibliografía

**Resumen Ejecutivo**

En la actualidad India se ha convertido en una de las economías con mayor crecimiento a nivel mundial debido a la apertura a las inversiones y su dinamismo. Esta ha registrado transformaciones estructurales importantes desde 1991, las cuales contribuyeron con la competitividad alcanzada hasta hoy en día. Así mismo, el crecimiento de la India se explica por el alto potencial para desarrollar sectores de alta tecnología, la existencia de una población calificada y entre la que está muy extendido el idioma inglés, así como la creciente apertura a las inversiones extranjeras, la mejora en curso de las infraestructuras y la estabilidad política y jurídica.

Según el Human Development Report 2011 del PNUD, el índice de desarrollo humano fue de 0,547, lo que la sitúa en el puesto 134, habiendo retrocedido quince posiciones desde el informe anterior. El valor del índice de Gini para la India según el PNUD es de 36,8.

Este es el desglose del PIB al coste de los factores correspondiente a 2010-2011, por sectores de actividad y por orden de importancia: Servicios (56.4%), Industria (26.4%) y Agricultura y Pesca (17.2%).

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 relacionados con una infraestructura inadecuada, burocracia, corrupción, falta de flexibilidad en el mercado laboral y reserva de productos claves para la industria a pequeña escala.

Si bien aún no existe un acuerdo comercial bilateral entre India y el Perú, es importante mencionar que este país es uno de los que se proyectan serán más importantes en intercambio comercial para nuestro país; Así mismo, cabe señalar que los principales productos demandados por el Perú desde India fueron: Motocicletas, productos laminados de hierro o acero e hilados de filamento sintético y algodón.

A través de la metodología CEPAL, se han identificado productos de la oferta peruana del sector agroindustrial y pesca que tienen potencial en este mercado. Los calificados como estrellas son: cebollas, pimientos, espárragos, maíz dulce, plátanos, naranjas, paltas, mangos fresa, calamar, pota, camarones y caballa.

## 1. Información general



India es una república federal situada al sur de Asia. Es el segundo país más poblado del mundo (después de China) y el séptimo más extenso. Oficialmente se le denomina Bharat Ganarajiyá (República de la India, en hindú) y 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 km<sup>2</sup>.

A causa de su continentalidad, su insólita topografía y su posición geográfica, la India posee condiciones climáticas muy diversas. La temperatura más extrema está confinada en gran parte a la zona de la cordillera de los Himalayas. Las variaciones estacionales, resultado de los monzones, influyen mucho

en la temperatura, humedad y precipitaciones en todo el subcontinente. La estación lluviosa, que va desde junio hasta noviembre, se caracteriza por vientos cargados de humedad que sopla desde el océano Índico y el mar Árabe.

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

La población estimada actual es de 1,205 millones de habitantes, con una tasa de crecimiento de 1.3% y una edad promedio de 25 años. El 29.7% de la población total de India corresponde a los habitantes de entre 0 y 14 años, el 64.9% entre 15 y 64 años y el 5.5% 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 como telugu, bengalí, marathi, tamil, urdu y gujarati. Su religión está conformada principalmente por el hindú (81%), musulmán (13%), cristiana (3%) y sikhy.

La unidad monetaria es la Rupia INR. Las equivalencias monetarias 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 adjunto.

Fecha 2012.11.20

<b>1.00 INR</b>	=	<b>0.0471 PEN</b>
Rupia		Perú Nuevos Soles
1 INR = 0.0471 PEN		1 PEN = 21.2259 INR

## 2. Situación Económica y de Coyuntura

### 2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

La India posee una diversidad económica que abarca desde el cultivo tradicional y un sector artesanal hasta un moderno y gran sector industrial y 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 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. 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. 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 permitió acelerar el crecimiento económico del país con tasas de crecimiento promedio anual por encima del 7%. Según el FMI se espera un crecimiento de 4.9% en el cierre de 2012 y pronostica 5.97% para 2013.

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

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. El sector servicios tuvo un crecimiento sobresaliente, mientras que la industria tuvo una expansión moderada y la agricultura está en plena desaceleración debido al bajo nivel de inversión en el sector, 2% del PIB en los últimos quince años. 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 en la creación de empleo y el sostenimiento de la población.

**Cuadro N° 1**  
**India: Indicadores Macroeconómicos**

Indicadores Económicos	2008	2009	2010	2011	2012*	Var.% Prom. (11-08)	Var % 11/08
Crecimiento real del PBI (precios constantes) (%)	6.2	6.8	10.1	6.8	4.9	7.7	--
PBI per cápita (US\$)	1081	1077	1371	1527	1646	12.22%	11.4
Tasa de inflación (%)	8.3	10.9	11.7	10.5	8.5	10.4	--
Tasa de desempleo (%)	6.8	10.7	10.8	9.8	-	9.5	--

\* Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional

Fuente: FMI – World Economic Outlook Database

## 2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

El sector de IT/ITES (Information Technology / Information Technology-Enabled Services) es uno de los más dinámicos 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 y exportaciones que representan el 79% de sus ventas. Cabe recalcar que, según estimaciones, se espera que a finales del 2012 llegue a cubrir un volumen de ventas de 100,000 millones de dólares.

### Perspectivas por Sector

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.

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 considerable. 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 así como 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 renombre 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 10,000 millones de euros en 2016 (y los 25,000 millones en 2025), fecha en la que habrá 400 empresas, generando empleo a 50.000

científicos. Cabe recalcar que en el 2011 alcanzó los 2.738 millones de euros, creciendo al 21.5 respecto a los ingresos del año anterior.

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.

Las perspectivas de inversión son especialmente favorables en frutas y vegetales, carne de ave, búfalo, oveja y cordero, productos lácteos, pescado 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 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 registren importantes crecimientos. Se espera que esta tendencia continúe durante los próximos años.

### 2.3 Nivel de Competitividad

En la siguiente tabla se presenta los datos del Ranking Doing Business, el cual evalúa la "Facilidad de hacer negocios" para 181 economías.

**Cuadro Nº 2**  
**Ranking Doing Business 2011**

<b>Criterios</b>	<b>India</b>	<b>Perú</b>	<b>Chile</b>	<b>Brasil</b>	<b>Taiwán</b>	<b>Francia</b>
<b>Facilidad de hacer negocios</b>	<b>132</b>	<b>43</b>	<b>37</b>	<b>130</b>	<b>16</b>	<b>34</b>
Apertura de un negocio	173	60	32	121	16	27
Manejo permiso de construcción	182	86	84	131	9	52
Registro de propiedades	94	19	55	109	32	146
Obtención de crédito	23	23	53	104	70	53
Protección de los inversores	49	13	32	82	32	82
Pago de impuestos	152	85	36	156	54	53
Comercio transfronterizo	127	60	48	123	23	27

Cumplimiento de contratos	184	115	70	116	90	8
Cierre de una empresa	116	106	98	143	15	43

Fuente: *Doing Business*

El Perú se encuentra ubicado en la posición cuarenta y tres en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, muy delante de India; que se ubica en el la posición 132.

Por un lado, en India la cantidad de procedimientos (12) y duración de estos (27 días) para que un nuevo empresario pueda iniciar un negocio, lo ubican como un país bajo del promedio de su región.

Por otro lado, el Perú deberá mejorar la duración (26 días) de los procedimientos (5), que nuevos empresarios deben realizar para incursionar en el mundo de los negocios.

### 3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

#### 3.1 Intercambio Comercial de India con el Mundo

Las importaciones de India en el comercio global representan el 2.6% y en América Latina el 1.2%. Por el lado de las exportaciones, globalmente estas representan el 1.7% y en América Latina el 1.5%. Las recientes medidas adoptadas por el gobierno hindú han contribuido a minimizar ciertos obstáculos al comercio relacionados con 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 hindúes son: Emiratos Árabes Unidos (12%), Estados Unidos (11%) y China (6%)<sup>1</sup>. Los principales productos exportados son, combustible, joyería (cerca del 80% de los diamantes vendidos en el mundo son cortados en India), maquinaria y productos químicos.

Los tres principales países proveedores de India son: China (12%), Emiratos Árabes Unidos (8%), Suiza (7%) y Arabia Saudita (6%) de los cuales se provee de combustible, minerales, piedras preciosas, equipos eléctricos y electrónicos, equipos de computación, hierro y acero.

El comercio de mercancías se incrementó de US\$ 294 billones en el 2007 a US\$ 551 billones en el 2011. Las exportaciones crecieron 36.8% en el año 2011 con respecto al año anterior; mientras que las importaciones crecieron alrededor de 32% en similar periodo.

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 así como combustibles y aceites minerales, joyería y aparatos eléctricos.

<sup>1</sup> Información obtenida de Trade Map



**Cuadro Nº 3**  
**Intercambio Comercial India - Mundo**

Comercio Exterior	Valor en millones US\$					Var. % Prom 2011/2007	Var % 11/10
	2007	2008	2009	2010	2011		
Exportaciones	145,898	181,861	176,765	220,408	301,483	19.9	36.8
Importaciones	218,645	315,712	266,402	350,029	462,403	20.6	32.1
Balanza Comercial	-72,747	-133,851	-89,637	-129,621	-160,920	-	-
Intercambio Comercial	294,136	365,107	516,480	422,860	551,933	17.0	30.5

Fuente: Trademap

**Cuadro Nº 4**  
**India: Ranking de Productos Importados**

RK	Art.	Descripción	Valor en millones US\$			Part. % 2011	Var % 11/10
			2009	2010	2011		
1	'27	Combustibles minerales y aceites minerales	82,662	110,841	157,356	34.0	42.0
2	'71	Perlas finas	42,614	68,630	93,597	20.2	36.4
3	'84	Reactores nucleares, calderas y máquinas	23,767	27,771	35,489	7.7	27.8
4	'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico	24,518	25,547	32,261	7.0	26.3
5	'29	Productos químicos orgánicos	8,490	12,116	14,029	3.0	15.8
6	'72	Fundición, hierro y acero	8,463	10,701	12,945	2.8	21.0
7	'15	Grasas y aceites animales o vegetales	4,943	6,441	9,228	2.0	43.3
8	'31	Abonos	6,064	6,162	8,712	1.9	41.4
9	'39	Plásticos y sus manufacturas	5,134	7,327	8,000	1.7	9.2
10	'26	Minerales, escorias y cenizas	3,439	5,541	6,449	1.4	16.4
Resto			59,748	74,494	90,785	19.6	21.9
Total			266,402	350,029	462,403	100	32.1

Fuente: Trademap

### 3.2 Intercambio Comercial de India con Perú

El intercambio comercial peruano con India ascendió a US\$ 803 millones en 2011, lo que representó un aumento considerable, con respecto al nivel alcanzado en 2010. Asimismo, en el 2011, India ocupó la 26ª posición en el ranking de las exportaciones peruanas y la 14ª en el ranking de las importaciones.

**Cuadro Nº 5**  
**Intercambio Comercial Perú – India**

Comercio Exterior	Valor en millones US\$					Var. % Prom 11/07	Var % 11/10
	2007	2008	2009	2010	2011		
Exportaciones	212	268	108	219	248	4.1	13.4
Importaciones	233	463	291	467	555	24.2	18.8
Balanza Comercial	-21	-195	-183	-248	-307	-	-
Intercambio Comercial	444	732	399	686	803	15.9	17.0

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

En el año 2011, las exportaciones peruanas hacia India se concentraron en el sector minero, principalmente en productos como cobre (US\$ 169 millones), fosfatos de calcio naturales (US\$ 39 millones) y zinc (US\$ 24 millones). Estos tres productos representan el 93% de las exportaciones totales.

Los envíos no tradicionales registraron variaciones positivas al final del año 2011, al totalizar US\$ 50 millones. Los sectores más importantes fueron minería no metálica (US\$ 39.1 millones), agropecuario (US\$ 2.9 millones) y siderometalúrgico (US\$ 2.2 millones).

A nivel de productos, resaltaron los mayores envíos de fosfato de calcio (US\$ 39.1 millones), pieles curtidas de ovino (US\$ 1.9 millones) y uvas frescas (US\$ 1.3 millones).

Las importaciones procedentes de India aumentaron en 19% con respecto a 2010. Los principales productos importados por Perú son motocicletas a motor, productos laminados de hierro o acero sin alear, hilado de filamentos sintéticos, hilados de algodón, transformadores y convertidores eléctricos, entre otros.

**Cuadro Nº 6**  
**Perú: Exportaciones No Tradicionales por sectores económicos**  
**(En millones)**

Sector	2009	2010	2011	Var. % 11 /10
Minería no metálica	0.01	4.6	39.14	750.9
Agropecuario	1.27	3.41	2.99	-12.3
Textil y confecciones	1.09	3.65	1.65	-54.8
Sidero - Metalúrgico	2.31	2.51	2.22	-11.6
Pesquero	0.12	0.22	0.11	-50.0
Químico	0.95	1.35	1.75	29.6
Metal – Mecánico	0.53	0.18	0.37	105.6
Pieles y cueros	1.4	1.35	2.2	63.0
<b>Total</b>	<b>7.68</b>	<b>17.27</b>	<b>50.43</b>	192.0

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

Los principales productos exportados correspondientes al sector agropecuario fueron: Uvas frescas, Frejol castilla, tara en polvo y fresas frescas.

Las exportaciones del sector textil sumaron US\$ 1.7 millones en el 2011, que representó una variación negativa de 54.8% con respecto al 2010. Ello se debió principalmente a la reducción de las exportaciones de fibras acrílicas (-62%) y pelo fino de alpaca o llama (83%).

**Cuadro N° 7**  
**Perú: Principales Partidas No Tradicionales exportadas a India**

RK	Partida	Descripción	Valor miles de US\$		Var % 11/10
			2010	2011	
1	2510100000	Fosfatos de calcio naturales	4,503	39,077	767.7
2	4105100000	Pieles curtidas de ovino	1,340	1,894	41.3
3	806100000	Uvas frescas	760	1,315	72.9
4	5501309000	Cables de filamentos acrílicos	3,330	1,250	-62.5
5	2817001000	Óxido de cinc	663	1,223	84.4
6	7905000099	Chapas, hojas y tiras de cinc	1,152	920	-20.1
7	713399200	Frejol castilla	1,718	867	-49.5
8	7602000000	Desperdicios y desechos de aluminio	751	504	-32.9
9	1404902000	Tara en polvo	340	444	30.6
10	7204300000	Desperdicios y desechos chatarra, de hierro o acero estañados	117	315	168.4
11	4104110000	Cueros y pieles curtidos de bovino	0	309	-
12	5506300000	Fibras discontinuas acrílicas	0	271	-
13	2810001000	Óxidos de boro y ácidos bóricos	237	231	-2.5
14	3202909000	Productos curtientes inorgánicos y preparaciones curtientes	267	168	-37.1
		Otros	2,131	2,103	-1.3
		Total	17,309	50,891	194.0

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

De las empresas exportadoras peruanas se puede observar que sólo 7 empresas han registrado desde una cantidad mayor a los 10 millones de dólares, y si analizamos la tendencia podemos ver un ratio de 1 empresa por año desde el 2007 hasta el 2011.

Se puede apreciar también que el 66% de empresas peruanas que exportan a India se concentran en el rango de microempresas (exportando entre US\$ 1 millón y menos de US\$ 2

millones), las cuales han aumentado ligeramente en los últimos años su valor de exportación (64% con respecto al 2010).

Finalmente, cabe resaltar que a pesar del aumento de microempresas en el país, estas hasta ahora no han podido ocupar un valor significativo en el total exportado.

**Cuadro N° 8**  
**Perú: Empresas exportadoras a India**

Tamaño de Empresa	Número de Empresas		Exportación en Mill. US\$	
	2010	2011	2010	2011
Grande	6	7	S/. 179.09	S/. 228.44
Mediana	8	7	S/. 32.19	S/. 12.07
Pequeña	22	22	S/. 6.31	S/. 5.43
Micro	46	69	S/. 1.39	S/. 2.28
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>105</b>	<b>S/. 218.99</b>	<b>S/. 248.23</b>

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

#### 4. Acceso al Mercado

##### 4.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

- **Medidas Arancelarias**

Los importadores deben estar registrados en la Dirección General de Comercio Exterior, la cual establece la Política de Exportación e Importación. Los documentos requeridos para la importación al mercado hindú son:

- ✓ 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 hindú 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)

Cuadro N° 9  
India: Aranceles

Partida	Descripción	Principales competidores (%)	Mundo	Preferencia Arancelaria
2510100000	Fosfatos de calcio naturales	Jordania (64.4%), Marruecos (10.7%), Vietnam (5.3%), Togo (3.5%)	5.00%	5.00%
4105100000	Pieles húmedas de ovino	Arabia Saudita (28.4%), Republica Árabe Siria (8.3%), Kenya (7.8%), Nueva Zelandia (6.6%)	10.00%	10.00%
806100000	Uvas frescas	Estados Unidos (51.6%), Perú (13.1%), Chile (8.5%), Australia (6.2%)	30.00%	30.00%
5501309000	Cables de filamentos acrílicos	Alemania (36.4%), Belarus (30%), Tailandia (10.7%), Portugal (9%)	10.00%	10.00%
2817001000	Óxido de cinc	China (26.1%), Arabia Saudita (11.8%), Sri Lanka (9.7%), Perú (8.6%)	7.50%	7.50%
7905000099	Chapas, hojas y tiras de cinc	Bangladesh (44.1%), Francia (35%), Hong Kong (5.6%)	5.00%	5.00%
713399200	Frejol castilla	Birmania (69%), China (6.9%), Brasil (4.6%), Madagascar (4.0%)	30.00%	30.00%
7602000000	Desperdicios y desechos de aluminio	Arabia Saudita (12.7%), Reino Unido (12.2%), Emiratos Árabes Unidos (12.1%), Estados Unidos de América (7.9%)	0.00%	0.00%
1404902000	Tara en polvo	Nepal (9.1%), Indonesia (4.8%), Bangladesh (0.9%), Alemania (0.5%)	30.00%	30.00%
7204300000	Desperdicios y desechos chatarra, de hierro o acero estañados	Reino Unido (24.2%), Sudáfrica (15.2%), Emiratos Árabes Unidos (10.5%), Alemania (5.9%)	5.00%	5.00%
4104110000	Cueros y pieles curtidos de bovino	Italia (14.4%), Italia (9.3%), Reino Unido (9.0%), Hong Kong (9.0%)	10.00%	7.00%
5506300000	Fibras discontinuas acrílicas	Egipto (40.3%), Portugal (23.6%), Tailandia (19.9%), Perú (5.4%)	10.00%	10.00%
2810001000	Óxidos de boro y ácidos bóricos	Turquía (50.6%), Estados Unidos de América (2.8%), China (6.3%), Alemania (3.1%)	7.50%	5.00%
3202909000	Productos curtientes inorgánicos y preparaciones curtientes	Alemania (27.4%), Italia (18.5%), Sudáfrica (16.8%), China (9.9%)	7.50%	7.50%

Fuente: Market Access Map, Trade Map.

**Aranceles**

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. 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.

Para más información acerca de las tarifas arancelarias impuestas a las importaciones en el mercado chino, es recomendable consultar fuentes de información tales como SIICEX o TRADE MAP.

### **Medidas No Arancelarias**

Desde el 4 de julio de 1999, el Gobierno de India ha llevado a cabo importantes reformas en la política de comercio exterior. La "Foreign Trade Policy, 2004- 09", que incorpora la "Export and Import Policy, 2002-2007" ("Exim policy"), continúa con este esfuerzo liberalizador del comercio. En este sentido, pretende seguir eliminando licencias, restricciones cuantitativas y otros controles y regulaciones discrecionales tanto para las exportaciones como para las importaciones indias.

El propio régimen de importación ya supone un obstáculo importante por su manera de clasificar los productos en aquellos cuya importación está liberada, prohibida, restringida o centralizada.

A parte de esta barrera y la que suponen los altos aranceles para determinados productos, existen otros impedimentos al comercio que dificultan la entrada de productos en el mercado indio.

Hay que señalar que a pesar de la eliminación de barreras al comercio experimentada en los últimos años, India ha aumentado un número importante de barreras no arancelarias. En particular, India ha reforzado los requerimientos de utilización de etiquetaje y certificación.

A continuación se detallan las barreras no arancelarias más importantes.

#### ✓ **Licencias de Importación**

Una de las barreras arancelarias más utilizadas son las prohibiciones o restricciones sobre las importaciones que requieren de licencias de importación. A pesar que India ha eliminado sus requerimientos de licencias de importación para los productos de alto consumo, ciertos productos aún tienen que solicitar licencias de importación. Tales como las motocicletas y los vehículos.

#### ✓ **Medidas anti-dumping**

India utiliza profusamente las investigaciones "Anti-Dumping". La iniciación de estos procesos de investigación a petición de la industria local, dificulta y obstaculiza las importaciones.

Es notoria la dificultad de defensa en la mayoría de estos casos, por la subjetividad de los datos utilizados, sus fuentes (normalmente la industria local), la contratación de abogados locales especializados, etc.

## **4.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio**

El Acta del impuesto sobre la renta de 1961 impone los impuestos de la forma siguiente:

- ✓ Impuesto sobre la renta

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

### **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. 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.

- **Regulaciones a las importaciones y aranceles**

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). Asimismo, existen ciertos controles establecidos por The Indian Department of Food Processing Industries para el ingreso de productos que deben ser considerados a la hora de exportar a la India. El etiquetado para los productos se está definido bajo la norma 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,

mientras que 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) y 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.

### **4.3 Distribución y Transporte de Mercaderías**

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 y están adaptados a la vida social de India.

Ausencia de supermercados en el sentido occidental. Estos son más parecidos a los establecimientos de conveniencia situados en las principales ciudades del país. Estos supermercados son de 3,000 a 6,000 m<sup>2</sup> 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.

Ciertas reformas de la década de los noventa modificaron los hábitos del consumidor quienes 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.

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 5,560 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.



## 5. Oportunidades Comerciales

### 5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales<sup>2</sup>

Aún en la actualidad no se ha suscrito ningún tratado de libre comercio entre ambas naciones; Sin embargo, Existe una gran cantidad de acuerdos importantes de cooperación bilateral en áreas como la exploración Antártica, investigación agrícola, investigación del espacio, software, turismo, etc. Ambos países están explorando posibilidades de cooperación en áreas como TI (Tecnología de la Información), defensa, artesanías, etc. Un protocolo de cooperación entre NASSCOM (National Software Association) y la Cámara Peruana de Software (CPS) se firmó en 1997 para promover la interacción y para establecer un consejo mixto para cooperación entre la las industrias de TI (Tecnología de la Información) de la India y Perú. Un programa de trabajo para la cooperación científica y tecnológica entre CSIR (Council of Scientific and Industrial Research – Consejo de Investigación Científica e Industrial), de India y el Consejo Nacional de la Ciencia y de la Tecnología (CONCYTEC) de Perú se firmó para los períodos 1989-90 y 1995-97 bajo el S&T Acuerdo de Cooperación de 1975. FICCI ha firmado un acuerdo con CONFIEP (su contraparte Peruana) de fijar un Consejo Común de Negocios en 1997. La India también ha firmado un acuerdo para el establecimiento de un mecanismo de consulta y de cooperación política con la Comunidad Andina en el 2003.

El uso de 25 cupos para el entrenamiento civil bajo el programa ITEC por el Perú ha sido satisfactoria. Perú ha enviado regularmente a candidatos para los cursos del Centro de Mantenimiento de Paz de las Naciones Unidas dictados por el CUNPK y la USI en Nueva Deli y a los cursos de PCFD (Professional Course for Foreign Diplomats – Curso Profesional para Diplomáticos Extranjeros).

Ambos la India y Perú son miembros del Grupo de Países Diversos Mega Semejantes. Un acuerdo en la abolición de visas en pasaportes diplomáticos y oficiales entró en vigencia a partir de octubre del 2004.

#### Relaciones bilaterales Perú – India

Las relaciones de India-Perú han sido tradicionalmente, y continúan siendo, cordiales y amistosas, ambos países celebraron el 45avo aniversario de sus relaciones diplomáticas en el 2008. Se ha visto un aumento en las relaciones comerciales entre ambas naciones desde mediados los 90. Ambos países comparten posiciones similares contra el terrorismo y Perú apoya una resolución bilateral en el tema de J&K. Perú siendo miembro de organizaciones regionales como la Comunidad Andina, el Grupo de Río, APEC, G-15 y NAM ha dado más importancia para la India. Por el lado peruano, un interés realzado en la región asiática debido a su participación en APEC, junto a la imagen de la India como un país en vías de desarrollo democrático tecnológico avanzado así como el crecimiento de comercio bilateral, ha realzado la importancia de la India.

### 5.2 Productos con Potencial Exportador

#### Oportunidades Comerciales

---

<sup>2</sup>Datos extraídos del portal de la embajada Indú: [http://www.indembassy.org.pe/bilaterales/rb\\_peru.htm](http://www.indembassy.org.pe/bilaterales/rb_peru.htm)

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Para aplicar esta metodología se halló la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizada de las importaciones de la India (del periodo comprendido entre los años 2007 y 2011). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Para este mercado se han priorizado el sector agrícola, industria alimentaria y confecciones, pesquero, plástico y minería no metálica. En la siguiente tabla se encuentran los principales productos potenciales como resultado del análisis, el sector al que pertenecen y su clasificación.

**Cuadro Nº 10**  
**Perú: Oportunidades comerciales según metodología CEPAL**  
**(Cifras en millones de US\$)**

Partida	Descripción	2005	2009	Sector	Clasificación
071310	Arveja seca	549	784	Agrícola	Consolidado
071340	Lenteja	114	68	Agrícola	Estancado
071333	Alubia común	37	59	Agrícola	Estancado
230990	Alimento para animales	65	169	Ind. Alimentaria	Prometedor
180100	Cacao en grano	14	65	Ind. Alimentaria	Prometedor
390110	Polietileno de densidad inferior a 0,94	332	875	Plástico	Estrella
390210	Polipropileno	233	459	Plástico	Consolidado
390421	Policloruros de vinilo	227	746	Plástico	Estrella
392049	Placas de polímeros de cloruro de vinilo	42	70	Plástico	Estancado
390529	Copolímeros de acetato de vinilo	12	49	Plástico	Prometedor
392062	Placas de politereftalato de etileno	16	27	Plástico	Estancado
251010	Fosfato de calcio	325	855	Minería no Metálica	Estrella
251512	Mármol y travertino	49	145	Minería no Metálica	Prometedor

Elaborado por PROMPERU

## 6. Tendencias del Consumidor

En la última década existe un cambio en su patrón de vida y de consumo orientado al bienestar. La mejora del estándar de vida en los últimos años aunado al emerger 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.

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. Los hindúes sienten un mayor atractivo por marcas extranjeras, sean éstos importados o fabricados directamente en India.

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 y 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.

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

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.

**Cuadro Nº 11**  
**India: Gasto del consumidor 2000-2015**  
**(Millones de dólares)**

Rubro	2000	2005	2010	2015	2020
Alimentos y bebidas sin alcohol	125,035	166,632	263,360	302,156	353,868
Bebidas alcohólicas y tabaco	10,035	15,573	30,528	36,371	43,119
Vestimenta y calzado	17,811	34,174	60,704	105,440	198,794
Vivienda	37,336	62,914	137,459	183,420	279,482
Art. del hogar y servicios	10,084	17,346	36,968	55,271	91,055
Art. salud y servicios médicos	14,414	23,877	45,175	71,512	118,791
Transporte	39,354	86,547	168,228	269,756	464,466
Comunicaciones	3,819	8,368	20,631	39,513	75,684
Ocio y recreación	4,983	6,496	12,106	19,089	33,269
Educación	5,982	10,145	23,185	36,954	69,137
Hoteles y catering	5,684	11,272	27,120	48,419	88,433
Otros productos y servicios	24,871	46,326	125,597	203,929	339,811
<b>TOTAL</b>	<b>299,406</b>	<b>489,669</b>	<b>951,061</b>	<b>1,371,829</b>	<b>2,155,909</b>

Fuente: Euromonitor

## 7. Cultura de Negocios

### Salutaciones y normas de cortesía

Los indios usualmente se saludan entre ellos diciendo “namaste”, uniendo las palmas de sus manos con los dedos mirando hacia arriba e inclinando ligeramente la cabeza, este gesto puede incluir una sutil inclinación del tronco cuando se desea mostrar un respeto especial a alguien. Sin embargo, los occidentales son saludados mediante el internacional apretón de manos; es útil acotar que los hombres muy tradicionales no extienden la mano a las mujeres, sean éstas indias o extranjeras, como gesto de respeto hacia ellas. Las mujeres indias educadas de manera occidental usualmente emplean también el apretón de manos, pero se recomienda dejar que ellas tomen la iniciativa para el saludo y el inicio de una conversación, de otro modo sólo se recomienda al extranjero sonreír e inclinar levemente la cabeza. En India se valoran mucho los títulos, es decir que si uno es doctor, licenciado, etc, se recomienda mencionarlo al presentarse, además se utiliza los sufijos ji (suena “yi”) o “sir” después de los nombres propios para señalar respeto, por ejemplo Sanjiv Sanjiv ji o Sanjiv sir. Es costumbre pedir permiso para retirarse cuando uno se halla en una reunión, luego se comienza a saludar por el integrante de más edad o más rango.

### Toma de decisiones

En procesos lentos, en India los hombres de negocios se toman mucho tiempo para discutir cada aspecto de un trato y hecho eso requieren de otro período extra para emitir una respuesta final. Se recomienda tener paciencia y planear otras actividades en el lapso de días o semanas que pueden tardar en llegar las contestaciones. La impaciencia de un negociador es tomada como un signo de mala educación, lo más probable es que si el empresario indio percibe algún tipo de presión respecto a la velocidad de su respuesta, éste reaccione de manera negativa.

### Temas de conversación

Es importante hablar de la familia, los hijos y los amigos como parte del proceso de conocimiento mutuo al hacer negocios en la India. Estos temas son cruciales y dan paso a otros tópicos como la religión y la política, en los cuales resulta importante hallarse bien informado para intercambiar ideas de forma bien argumentada.

### Reuniones

Los indios valoran la puntualidad de sus invitados pero no aplican el mismo concepto sobre ellos mismos, es decir, normalmente los horarios no son respetados para reuniones de cualquier tipo. Es justo mencionar que a veces el caótico tránsito de las grandes ciudades indias influye en estos retrasos e incluso no debe sorprender que un encuentro sea varias veces reprogramado a último momento antes de llevarse a cabo finalmente. Es por eso que hay que calcular una holgada agenda con algunos días de más en tanto sea posible, sin embargo es usual acordar las reuniones con un mes de anticipo, aunque luego se cambie la fecha. Las citas de negocios se realizan temprano por la mañana o en las primeras horas de la tarde, es habitual comenzar con una charla distendida que puede ser acompañada por té o comida y recién después acometer el tema principal, en ocasiones tienen lugar en las oficinas pero es común reunirse en clubes privados, campos de golf o restaurantes. Se aprecia el hecho de que el invitado acepte el alimento o refrigerio que se le es ofrecido, aunque después no lo consuma, acepte siempre!

### Atuendo de negocios

Es normal que los hombres de negocios en India vistan de manera informal pero muy prolija y de primeras marcas internacionales. El atuendo habitual es un pantalón y camisas de manga corta; en eventos especiales, citas iniciales u encuentros oficiales la vestimenta es más formal, en las temporadas menos calurosas también pueden usarse trajes de telas ligeras. No es bien visto usar chaquetas o accesorios de cuero, evítelos en tanto le sea posible. En Delhi y el norte del país puede ser necesario llevar ropa de abrigo más gruesa en los meses que van de noviembre a febrero, en los meses del monzón (que varía según la región) se recomienda llevar paraguas, equipo para la lluvia y varios cambios de ropa, aunque la estadia sea corta, ya que la humedad ambiental atrasa el secado de las prendas recién lavadas. Es imprescindible llevar con uno al menos un pequeño pañuelo para secarse el sudor, resulta útil y todos lo usan. Las mujeres pueden usar vestidos informales o conjuntos de chaqueta y pantalón, siempre que no sean provocativos; se acepta que una extranjera use sari (traje típico femenino de la India) pero por la naturaleza compleja del mismo, sólo sería bueno usarlo si la mujer se siente cómoda con esa indumentaria. Para evitar malos ratos se recomienda evitar las faldas por sobre las rodillas y las camisetas o vestidos sin mangas.

### **Regalos empresarios**

En la primera reunión las atenciones no son habituales, sí cuando la relación de negocios está desarrollada y existe un mínimo conocimiento mutuo. Si se sabe que el agasajado (hombre) bebe alcohol, un whisky importado es un excelente presente; también se aprecian los accesorios, calculadoras, lapiceras y corbatas finas; los obsequios demasiado grandes o muy costosos pueden generar cierta incomodidad por parte del que los recibe, es mejor evitar estas situaciones. Los musulmanes y gran parte de los sikhs no ingieren bebidas alcohólicas y podrían considerar ofensivo un regalo de esas características. Por último se recuerda que los presentes se entregan con las dos manos y no se debe esperar a que quien lo recibe lo abra en ese momento.

#### **8. Contactos de Interés**

- **India: Centro Nacional de Información (NIC)**  
<http://www.nic.in/>
- **India: Ministerio de Asuntos Exteriores**  
<http://www.mea.gov.in/>
- **India: Ministerio de Comercio e Industria: Directorado General de Comercio Exterior**  
<http://dgft.delhi.nic.in/>
- **India: Organización para la Promoción del Comercio de India**  
<http://www.indiatradefair.com/>

#### **9. Eventos Comerciales**

##### **Próximas ferias Agrícolas**



**Grain Tech India**

Noviembre 09, 2011

Grain Tech India

**Agrícola** - India, Bangalore - Palace Grounds



**Foodex India**

Noviembre 09, 2011

Foodex India

**Agrícola** - India, Bangalore - Palace Grounds

**Próximas ferias de Alimentación**



**Ildex India**

Febrero 22, 2012

Ildex India - Feria sobre Productos de Granja.

**Alimentación** - India, Bangalore - Bangalore International Exhibition Centre (BIEC)

**10. Bibliografía**

- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú
- CIA, The World Factbook
- Euromonitor.
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.
- Comisión Europea. Fiscalidad y Unión Aduanera
- The Federation of International Trade Associations
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Centre of Intercultural Competente
- Doing Business
- World Trade Atlas
- Market Access Map
- MundoFerias