

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014



prom
perú

I. Contenido

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Información General.....	4
III. Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
3.3 Nivel de Competitividad.....	6
IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios	6
4.1 Intercambio Comercial de bienes India – Mundo.....	6
4.2 Intercambio comercial de servicios India - Mundo	7
4.1 Intercambio Comercial Perú - India	7
V. Acceso al Mercado.....	9
5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias.....	9
5.2 Otros impuestos aplicados al comercio	13
VI. Oportunidades Comerciales.....	13
6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	13
6.2. Productos con Potencial Exportador	14
VII. Tendencias del Consumidor.....	16
VIII. Cultura de Negocios.....	17
IX. Links de interés	19
X. Eventos Comerciales	20
XI. Bibliografía	20

I. Resumen Ejecutivo

La República de la India está situada en Asia del sur. Es el séptimo país más extenso y el segundo más poblado del mundo, con 1 221 millones de habitantes aproximadamente. La religión predominante es el Hinduismo, practicado por el 81% de la población. Su capital es Nueva Delhi, su moneda es la Rupia India y su principal idioma oficial es el hindi (41% de la población).

El desarrollo económico se ha visto afectado en 2013, por una desaceleración en un sector clave como el manufacturero. El FMI estima que el PBI haya crecido 3,8% en 2013 y proyecta un mejor resultado para 2014, con la expectativa de un 5,1% de crecimiento. Los principales sectores económicos son servicios, agricultura y manufactura. El sector servicios representa el 66% del PBI y emplea 28% de la población. La agricultura es otro de los sectores de mayor importancia del país (16,9% del PBI) y el primero en brindar empleo a la población (53% de la fuerza de trabajo). El sector manufactura representa el 17% del PBI y se compone principalmente de la industria textil y producción automotriz.

Las exportaciones de India al mundo han crecido de manera sostenida (17,3% en promedio anual) en los últimos cinco años. Asimismo, las importaciones han aumentado aunque a un ritmo menor, 11,1% en promedio anual ascendiendo a US\$ 490 413 millones para el mismo año. Los principales destinos de exportación de bienes de India en el 2013 se dieron a Estados Unidos (12% de participación), Emiratos Árabes Unidos (10%), China (5%), Singapur, Hong Kong y Arabia Saudita (4% cada uno), mientras que sus principales proveedores fueron China (11% de participación), Arabia Saudita (7%), Emiratos Árabes Unidos (8%), Suiza (6%) y Estados Unidos (5%).

Las exportaciones de servicios de India vienen duplicando el monto de sus importaciones desde hace varios años. En 2012, las mayores exportaciones se registraron en servicios de *software*, *hardware* e información (45% del total) y otros servicios de negocios¹ (43%). Asimismo, India importó para el mismo año, principalmente servicios de seguros (12% del total) y servicios financieros (10% del total). Las exportaciones más dinámicas se dieron en servicios personales, culturales y recreacionales (US\$ 770 millones / 124,6% de crecimiento) y servicios de construcción (US\$ 933 millones / 11,3%), mientras que las importaciones más dinámicas se registraron en servicios personales, culturales y recreacionales (US\$ 555 millones / 59% de crecimiento) y servicios de *software*, *hardware* e información (US\$ 2 497 millones / 34,5%).

Las exportaciones de Perú hacia India registraron un incremento de 53,2% entre 2012 y 2013, ascendiendo a US\$ 592 millones. En 2013, los envíos tradicionales representaron el 78% del total, con envíos de cobre concentrado (58% de participación) y plomo concentrado (39%) principalmente, siendo a su vez los dos productos con mayor dinamismo, 146,9% y 25%, en el orden mencionado. Por otro lado, los envíos no tradicionales se dieron principalmente en minería no metálica (83% de participación) y el sector sidero-metalúrgico (10%).

¹ Incluye: servicios de arrendamiento operativo, negocios diversos, servicios profesionales y técnicos (legales, publicitarios, consultoría, contabilidad e I+D) y otros.

II. Información General



La República de la India está situada en Asia del sur. Limita al norte con China, Nepal y Bután; al sur con el Océano Indico; al oeste con el Mar Árabe y Pakistán; y al este con el Golfo de Bengala, Bangladesh y Birmania. Su capital es Nueva Deli, su moneda, la Rupia India y sus idiomas oficiales: Hindi (41%), Bengali (8,1%), Telugu (7,2%), Marathi (7%), Tamil (5,9%), Urdu (5%), Gujarati (4,5%), Kannada (3,7%), Malayalam (3,2%), Oriya (3,2%), Punjabi (2,8%), Assamese (1,3%), Maithili (1,2%) y otros (5,9%).

India se compone de 28 estados y 7 territorios de la unión², divididos según aspectos lingüísticos. Cada estado de la unión se divide a su vez en distritos administrativos, estos en *tehsils* y finalmente, en aldeas. Las ciudades más importantes son: Bihar, Bengala, Manipur, Bombay (la capital financiera), Calcuta, Madras, Chenai y Bangalore.

El tamaño de la población es de 1 221 millones de habitantes aproximadamente, que crece a una tasa de 1,3%, siendo India el segundo país más poblado del mundo. La población es en su mayoría joven; un 40,4% se encuentra entre los 25 y 54 años de edad y un 29%, entre 0 y 14 años. Asimismo, la edad media es 26,1 años para los hombres y 27,4 años para las mujeres. Este bono demográfico está contribuyendo con la conversión del país en una potencia regional y global.

La religión predominante es el Hinduismo, el que es practicado por el 80,5% de la población. Otras religiones importantes son el Islam (13,4%), el Cristianismo (2,3%) el Sikh (1,9%) y otras (0,1%). Por otro lado, en el país conviven distintas etnias: los Indo-Aryam conforman el 72% de sus habitantes, mientras que los Dravidian, el 25%. Los Mongoles y otros, solo el 3%.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro 1

Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013*	2014*	Var.% 13/12
Crecimiento real del PBI (%)	10,5	6,3	3,2	3,8	5,1	-
PBI per cápita (US\$)	1 432	1 547	1 501	1 414	1 389	-5,8
Tasa de inflación (%)	10,4	8,4	10,4	10,9	8,9	-
Tasa de desempleo (%)	-	-	-	8,8 ¹	8,5 ¹	-

Fuente: FMI / (1) Euromonitor / (*) Proyectado

Elaboración: PROMPERU

El desarrollo de la economía se ha visto afectado por la desaceleración en los sectores de minería y manufacturas en el año 2013. Se estima que el PBI haya crecido 3,8% para el mismo año, sin embargo;

² Nombre usado para agrupar a un conjunto de estados.

este no habría sido suficiente para crear una mayor cantidad de empleos para la fuerza laboral en crecimiento. Se espera una mayor tasa de crecimiento en 2014 cercana a 5,1%.

En 2013 la tasa de desempleo fue de 8,8% y se espera que descienda a 8,5% en 2014. De acuerdo al Banco Mundial, al menos el 90% de los trabajadores se encuentran en el sector informal a consecuencia de las fuertes regulaciones. Por otro lado, los salarios de los trabajadores con mayor calificación han experimentado un aumento lo que ha erosionado la ventaja competitiva de la mano de obra del país.

La tasa de inflación fue de 10,9% en 2013 y las proyecciones indican que los precios se incrementarían en 8,9% en 2014. En octubre, el Banco Central aumentó las tasas de interés por segundo mes consecutivo con el fin de reactivar la economía y evitar una mayor desaceleración.

La divisa oficial de India es la rupia india (INR). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	61,0691 INR
US Dollar		Rupia India
1 USD = 61,0691 INR	↔	1 INR = 0,0163732 USD
1.00 PEN	=	21,8211 INR
Peruvian Nuevo Sol		Rupia India
1 PEN = 21,8211 INR	↔	1 INR = 0,0458233 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos³

El sector servicios representa el 66,1% del PBI y emplea al 28% de la población. El sector está creciendo lentamente, sin embargo, permanece saludable. Solo los servicios de turismo representaron el 11,7% del PBI en 2013 y se esperan una participación de 10,1% para 2014. Las industrias de tercerización y exportación de servicios de información tecnológica y procesos de negocios están enfrentando presiones competitivas y una lenta demanda. Por otro lado, los servicios bancarios son rudimentarios y especialmente el sector es pequeño comparado con el resto de la economía.

La agricultura es otro de los sectores de mayor importancia del país y el primero en brindar empleo a la población. Este representa el 16,9% del PBI y emplea al 53% de la fuerza de trabajo. Asimismo, el progreso del sector se ve limitado por los bajos niveles de inversión pública, el pobre mantenimiento de los sistemas de irrigación y las carreteras inadecuadas. Menos de un tercio de todas las tierras de cultivo están irrigadas y la mayor parte de la producción agrícola se encuentra en un nivel de subsistencia. Debido a esto, el gobierno subsidia los precios de los cultivos claves para contener la inflación y asegurar que medio millón de personas puedan tener ingresos para subsistir. Como solución a estos problemas, se ha creado un plan estratégico para el sector agrícola que durará de 2012 a 2017 y se espera que con él se dé un crecimiento de 4% anual.

³ Euromonitor / The CIA World Factbook

El sector manufactura es el que emplea a la menor cantidad de la población, un 19% del total, y representa el 17% del PBI. La industria textil es una fuente importante de empleos del sector, y provee trabajo a 35 millones de personas y beneficia indirectamente a más de dos veces dicho número. Por otro lado, según Euromonitor, la producción de la industria automotriz del país se triplicaría entre 2010 y 2020, y el sector crecería de US\$ 30 a 110 billones. Empresas como Hyundai, Ford, Nissan y Renault han invertido billones de dólares en nuevas plantas. Sin la misma suerte, manufactureros de otros productos enfrentan problemas debido a los incrementos en el precio de materias primas y las restricciones en los suministros y de la fuerza laboral.

3.3 Nivel de Competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 189 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, India y para otros países similares.

Cuadro 2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2014

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2014							
Criterios	India	Perú	China	Colombia	Tailandia	Chile	Indonesia
Facilidad de hacer negocios	134	42	96	43	18	34	120
Apertura de un negocio	179	63	158	79	91	22	175
Manejo permiso de construcción	182	117	185	24	14	101	88
Acceso a electricidad	111	79	119	101	12	43	121
Registro de propiedades	92	22	48	53	29	55	101
Obtención de crédito	28	28	73	73	73	55	86
Protección de los inversores	34	16	98	6	12	34	52
Pago de impuestos	158	73	120	104	70	38	137
Comercio transfronterizo	132	55	74	94	24	40	54
Cumplimiento de contratos	186	105	19	155	22	64	147
Cierre de una empresa	121	110	78	25	58	102	144

Fuente: Doing Business 2014
Elaboración: PROMPERU

El Perú se encuentra en la posición 42° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que India en la posición 134°. Cabe recalcar que para 2014, tanto Perú como India disminuyeron tres posiciones con respecto al ranking DB2013. El descenso peruano se debe a una baja en las posiciones de “Manejo de permisos de construcción” (bajo 20 posiciones), “Comercio transfronterizo” (bajó 6 posiciones) y a la “Obtención de crédito” (bajó 6 posiciones). Por otro lado, la disminución en la India se debe a menores facilidades en “Obtención de crédito” (4 posiciones menos), “Comercio transfronterizo” (disminuyó 3 posiciones) y a la “Apertura de un negocio” (cayó 2 posiciones).

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes India – Mundo

Las exportaciones de India al mundo han crecido de manera sostenida (17,3% en promedio anual) en el último quinquenio. Asimismo, las importaciones han aumentado, aunque a un ritmo menor, 11,1% en promedio anual. Con ello, la balanza comercial de bienes es negativa.

Cuadro 3: Intercambio Comercial de bienes India – Mundo

Millones de US\$

Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013	Var.% Prom. 13/09	Var% 13/12
Exportaciones	165 202	222 922	307 086	297 261	312 470	17,3	5,1
Importaciones	321 410	257 658	350 783	465 076	490 413	11,1	5,4
Balanza comercial	-156 208	-34 736	-43 696	-167 815	-177 943	-	-
Intercambio comercial	486 612	480 580	657 869	762 337	802 883	13,3	5,3

Fuente: GTA

Elaboración: PROMPERU

Según cifras del *Global Trade Atlas*, los principales destinos de exportación de bienes de India en el 2013 fueron Estados Unidos (12% de participación), Emiratos Árabes Unidos (10%), China (5%), Singapur, Hong Kong y Arabia Saudita (4%); mientras que sus principales proveedores fueron China (11% de participación), Arabia Saudita (7%), Emiratos Árabes Unidos (8%), Suiza (6%) y Estados Unidos (5%).

Cabe señalar que India ha diversificado sus mercados de exportación e importación, ya que ninguno tiene una gran participación en su intercambio comercial mundial, lo que hace a esta economía más resistente a problemas económicos.

4.2 Intercambio comercial de servicios India - Mundo**Cuadro 4: Intercambio Comercial de servicios India – Mundo**

Millones de US\$

Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% Prom. 12/08	Var% 12/11
Exportaciones	83 734	68 332	85 821	95 713	104 258	5,6	8,9
Importaciones	36 078	32 088	45 605	48 125	51 840	9,5	7,7
Balanza comercial	47 656	36 244	40 216	47 587	52 419	-	-
Intercambio comercial	119 811	100 420	131 426	143 838	156 098	6,8	8,5

Fuente: UNCTAD

Elaboración: PROMPERU

Las exportaciones de servicios de India vienen duplicando el monto de sus importaciones desde hace varios años. En 2012, las mayores exportaciones se registraron en servicios de *software*, *hardware* e información (45% del total) y otros servicios de negocios⁴ (43%). Las exportaciones más dinámicas se dieron en servicios personales, culturales y recreacionales (US\$ 770 millones / +124,6%) y servicios de construcción (US\$ 933 millones / +11,3%). Asimismo, India importó para el mismo año, principalmente servicios de seguros (12% del total) y servicios financieros (10% del total). Las importaciones más dinámicas se registraron en servicios personales, culturales y recreacionales (US\$ 555 millones / +59%) y servicios de *software*, *hardware* e información (US\$ 2 497 millones / +34,5%).

4.1 Intercambio Comercial Perú – India

⁴ Incluye: servicios de arrendamiento operativo, negocios diversos, servicios profesionales y técnicos (legales, publicitarios, consultoría, contabilidad e I+D) y otros.

Cuadro 4: Intercambio Comercial Perú – India

Millones de US\$

Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013	Var.% Prom. 13/09	Var% 13/12
Exportaciones	108	219	248	387	592	53,1	53,2
Importaciones	291	467	555	697	681	23,7	-2,3
Balanza Comercial	-183	-248	-307	-310	-88	N/A	N/A
Intercambio Comercial	399	686	803	1083	1273	33,7	17,5

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

Los envíos tradicionales representaron el 78% de las exportaciones a India. Estos fueron en su mayoría cobre concentrado (58% de participación) y plomo concentrado (39%). Asimismo, estos dos productos fueron los de mayor dinamismo en 2013, con 146,9% y 25% de crecimiento, mientras que el resto de evidenciaron caídas. Por el lado no tradicional, los envíos se dieron principalmente en minería no metálica (83%) y el sector sidero-metalúrgica (10%). En 2013, los que presentaron mayor dinamismo fueron metal-mecánico (659,8%) y sidero-metalúrgico (379,5%).

Cuadro 5

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2012	2013	Var.% 13/12
TRADICIONAL	157	458	191,1
<i>Minero</i>	155	457	195,4
Cobre, concentrados y min.	107	263	146,9
Plomo, concentrados y min.	141	176	25
Zinc refinado	14	9	-32,3
Zinc, concentrados y min.	0	9	100
Metales menores	0,2	0,1	-46,7
<i>Pesquero</i>	2	1	-52,5
Harina de pescado	2	1	-51,6
Aceite de pescado	0,3	0,1	-58,7
<i>Agrícolas</i>	0,4	0,1	-84,3
Lanas	0,2	0,1	-65
Café	0,2	0	-100
Pieles frescas	0,1	0	-100
NO TRADICIONAL	84	126	51,3
Minería no metálica	70	105	49,1
Siderometalúrgico	3	13	379,5
Químico	2	2	23,9
Agropecuario	4	2	-50,4
Textil	2	2	-20,3
Pieles y cueros	2	1	-42,9
Metal-mecánico	0,1	1	659,8
Varios (Inc. Joyería)	0,0	0,2	489,1
Maderas y papeles	0,1	0,2	28,4
Pesquero	0,1	0,0	-75,5
TOTAL GENERAL	241	585	142,7

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

Los productos no tradicionales que más se exportaron en 2013 al mercado indio fueron fosfatos de calcio naturales (83% de participación) y plata aleada en bruto (8%). Cabe indicar que los fosfatos de

calcio naturales destacan por su gran dinamismo (49,9%) en el último año y su crecimiento promedio anual (185,5%), superior al de los demás productos no tradicionales exportados a India.

Cuadro N° 6

India : Principales productos no tradicionales (US\$ Miles)									
Partida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	Var.% Prom. 13/09	Var.% 13/12	% Part. 2013
2510100000	Fosfatos de calcio naturales	0	4 503	39 077	69 913	104 827	185,5	49,9	83%
7106912000	Plata en bruto aleada	0	0	0	0	10 630	-	100,0	8%
4105100000	Piel de curtidor de ovino, depiladas	1 393	1 340	1 894	2 347	1 330	-1,1	-43,3	1%
5501309000	Fibra acrílica	815	3 330	1 250	1 561	1 303	12,4	-16,5	1%
0806100000	Uvas frescas	218	760	1 330	1 828	738	35,6	-59,6	1%
2810001000	Ácido ortobórico	472	237	231	870	728	11,5	-16,2	1%
7408210000	Alambre de cobre de aleaciones de cobre-cinc (Latón)	0	0	0	163	611	-	273,8	0%
1404902000	Tara en polvo	291	340	444	498	550	17,2	10,3	0%
2817001000	Óxido de cinc	203	663	1 223	260	509	25,8	95,7	0%
7905000091	Discos, hexágonos de cinc, cuya dimensión no exceda de 30 mm.	103	192	54	948	437	43,6	-53,8	0%
	Resto	4 277	5 942	5 404	5 156	4 731	2,6	-8,3	4%
TOTAL		7 772	17 309	50 906	83 544	126 395	100,8	51,3	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias⁵

El nivel arancelario de la India se anuncia en el Presupuesto anual, pero las tasas arancelarias individuales pueden ser modificadas durante el año. Está compuesto principalmente por tipos *ad valorem* (alrededor del 94% de partidas arancelarias), aplicados sobre el valor CIF de las importaciones; y algunos derechos alternativos o específicos (el 6,1% del total de las partidas). Estos incluyen: el derecho de aduana adicional, el derecho adicional especial y el gravamen destinado a la enseñanza secundaria y superior. También se aplican algunas cargas y gravámenes a productos específicos.

Con el fin de determinar el tipo arancelario aplicado "efectivo" (derechos básicos más derechos de aduana) sobre un producto particular, es necesario consultar listas de derechos de aduana e impuestos especiales. Ver en: <http://www.cbec.gov.in/customs/cst2013-14/cst1314-idx.htm>

Principales niveles de aranceles de importación⁶:

1. Arancel aplicado a la mercancía o Arancel Básico o "Basic Duty"
2. Derecho de aduana adicional o "Additional Duty", también denominado Countervailing Duty (CDV). Se ha incrementado del 8 al 10%. Es equivalente al impuesto que se aplica sobre artículos similares producidos en India. Suele ser de un 10,3%. Se aplica sobre el precio de la mercancía en destino. (Landed Cost).
3. Derecho adicional especial (Additional custom duty, ACD) de 4%.

⁵ Examen de políticas comerciales India. OMC

⁶ Cómo hacer negocios con India. PROCHILE. Cabe indicar que junto con PROEXPORT, PROMPERÚ y PROMÉXICO promueven el desarrollo comercial con India en el marco de la Alianza del Pacífico.

4. Tasa de educación ("Educational Cess", EC). En vigor desde el 9 de julio de 2004, es del 2% para la educación básica y de 1% para la educación superior SEC y se aplica dos veces (como parte del arancel adicional y vuelve a aplicarse sobre el arancel total sin tasa de educación para obtener el arancel total).

A modo de ejemplo, un producto con un valor CIF sea de USD 1000, corresponde el siguiente arancel:

A.	Valor CIF,	= \$ 1 000
B.	Arancel básico del 10%	= \$ 100
C.	Total Landed Cost (A+B)	= \$ 1 100
D.	CDV 10% + 3%(2% EC+1% SEC)	= \$ 110+3,3= \$113,3
E.	Carga arancelaria total	= \$100+\$113,3= \$213,30
F.	Segundo cargo educacional	= 3% de \$213,30= \$ 6,4
G.	Additional CD, ACD de 4%	= (\$1 000+\$ 213,30+\$6,4)x4%= \$ 48,8
	Total arancel aduana	= \$213,3 + \$6,4 + \$ 48,8= \$268,5

El tipo arancelario medio disminuyó a 12% en 2010 - 2011, en comparación con el 15,1% en 2006 - 2007. Esto explicado por la reducción del promedio arancelario de los productos agrícolas e industriales debido al cambio de orientación de la India en favor de aranceles más bajos.

En 2011, los productos agrícolas tuvieron un arancel promedio de 33,2%. Dentro de estos, frutas, legumbres y hortalizas, y plantas, 27,6%; café y té, 74,7%; semillas oleaginosas, grasas, aceites y sus productos, 18,5% y algodón, 5,5%. Asimismo, otras líneas de la oferta exportadora peruana: pescado y productos para la pesca, 29,5%; minerales y metales, 7,1%, textiles 9,6%; vestido 10% y manufacturas, excepto la industria alimentaria, 8,8%.

Cuadro N° 7

India: Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel básico	Preferencia Arancelaria
1	2510100000	Fosfatos de calcio naturales, aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas S/moler	3	Jordania (57%), Marruecos (19%), Egipto (7%)	5%	5%
2	7106912000	Plata en bruto aleada	20	Reino Unido (18%), Corea del Sur (14%), Taiwán (13%)	10%	10%
3	4105100000	Pieles curtidas de ovino, depiladas	11	Arabia Saudita (28%), Kenia (10%), Siria (8%)	10%	10%
4	5501309000	Cables acrílicos o modacrílicos	6	Alemania (48%), Bielorrusia (33%), Tailandia (8%)	10%	10%
5	0806100000	Uvas frescas	2	Estados Unidos (52%), Chile (11%), China (7%)	30%	30%
6	2810001000	Ácido ortobórico	4	Estados Unidos (48%), Turquía (31%), Argentina (7%)	6,2%	6,2%
7	7408210000	Alambre de cobre de Aleaciones de cobre a base de cobre-cinc (Latón)	13	Japón (33%), China (19%), Taiwán (19%)	5%	5%
8	1404902000	Tara en polvo	9	Nepal (88%), Indonesia (12%), Bangladesh (0,2%)	30%	30%
9	2817001000	Óxido de cinc	9	Taiwan (35%), Congo (10%), Arabia Saudita (10%)	7,5%	7,5%
10	7905000091	Discos, hexágonos, de cinc cuya mayor dimensión no exceda de 30 Mm	14	Francia (41%), Estados Unidos (34%), China (18%)	5%	5%

Fuente: SUNAT / Trademap/ www.acuerdoscomerciales.gob.pe

Elaboración: PROMPERU

Medidas No Arancelarias⁷

- **Inspección previa a la expedición**

La inspección previa al envío es obligatoria desde 2004 para las importaciones de ciertos productos. Las mercancías sujetas a la inspección previa al envío comprenden los desechos y desperdicios metálicos sin triturar (desde 2004), y los desechos y desperdicios metálicos triturados (desde 2009). Las importaciones de desechos y desperdicios metálicos sin triturar pueden ingresar a través de 26 puertos designados. Las inspecciones aseguran que en los envíos no hay armas, explosivos ni material contaminado por radiactividad. Los certificados de inspección previa al envío son expedidos por los organismos de certificación acreditados situados dentro y fuera de la India.

Desechos y desperdicios metálicos sujetos a inspección previa a la expedición, 2011:

- 7204.10.00 Desperdicios y desechos, de fundición
- 7204.21.90 Los demás
- 7204.29.20 De acero rápido
- 7204.29.90 Los demás
- 7204.30.00 Desperdicios y desechos, de hierro o acero estañados
- 7204.41.00 Tormeaduras, virutas, esquirlas, limaduras (de amolado, aserrado, limado) y recortes de estampado o de corte, incluso en paquetes.
- 7204.49.00 Los demás
- 7204.50.00 Lingotes de chatarra
- 7404.00.10 Desechos de cobre
- 7404.00.22 Desechos de latón
- 7503.00.10 Desechos de níquel
- 7602.00.10 Desechos de aluminio
- 7902.00.10 Desechos de cinc
- 8002.00.10 Desechos de estaño
- 8104.20.10 Desechos de magnesio

Asimismo, Las importaciones de determinados tipos de productos de acero usado o defectuoso, así como textiles y ropa, están sujetas a inspección previa la expedición, por razones de seguridad y salud.

- **Certificados de registro y permisos**

Se exigen certificados de registro y permisos de importación (por ejemplo, certificados de origen, certificados sanitarios y fitosanitarios y certificados de uso final), expedidos por diferentes organismos para la importación de mercancías específicas, en ciertos casos, según su uso final. Estos certificados deben presentarse en el mismo momento que la declaración de entrada.

- Productos agrícolas primarios y alimentos: Permiso fitosanitario emitido por el Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI). Ver en: <http://www.fssai.gov.in/>.
- Plantas o productos de las mismas (con excepción de aquellas numeradas bajo Lista VII del Plant Quarantine Order 2003 www.plantquarantineindia.org): Requieren un permiso bajo esta norma, que se emite únicamente tras un análisis de control de plagas, por parte del Department of Agriculture and Cooperation. Ver en: <http://agricoop.nic.in/>
- Ganado y productos cárnicos: Requieren un permiso emitido por el Department of Animal Husbandry, Ministry of Agriculture. Ver en: <http://dahd.nic.in/>
- Productos farmacéuticos y cosméticos: El Drug and Cosmetics Act y sus normas regulan la calidad y seguridad de estos productos y es administrada por el Central Drug Standard Control Organization (CDSCO) en el Ministry of Health and Family Welfare. Se requiere una licencia de importación emitida por el CDSCO. Ver en: <http://www.cdscoc.org/forms/Default.aspx>.

⁷ Examen de políticas comerciales India. OMC

Por otro lado, en el marco de la Ley de Insecticidas de 1968, ciertos productos que no se han registrado en la India como tales, deben importarse sobre la base de permisos de importación o de certificados de uso final (de conformidad) para productos utilizados con fines no relacionados con los insecticidas. No se permiten importaciones sin el certificado de conformidad, el cual se expide solamente para los usuarios finales y no para los importadores en general. Si no se cumplen estos requisitos, las importaciones serán confiscadas y el importador podrá ser sancionado con una multa o pena de prisión.

- **Prohibiciones de las importaciones**

Las prohibiciones de importar responden por lo general a motivos de salud y seguridad, e incluyen diversos productos, que van desde la carne y despojos de la mayoría de los animales silvestres hasta las grasas animales, el marfil y el polvo de marfil. Durante el período examinado, varios teléfonos móviles y celulares se incluyeron en la lista de mercancías prohibidas. Por razones sanitarias, la India ha mantenido la prohibición de importar determinadas aves y productos ganaderos. Ver más en: https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?Query=%28+%40Symbol%3d+wt%2ftpr*+or+press%2ftprb%2f*+%29+and+%28+%40Title%3d+india+%29&Language=SPANISH&Context=FomerScriptedSearch&languageUIChanged=true⁸

- **Etiquetado y envasado**

La Ley de pesos y medidas de 2009 y el Reglamento de pesos y medidas (Productos envasados) de 2011, que entró en vigor el 1º de abril de 2011, regulan las prescripciones de envasado en la India. Las reglas de etiquetado son las mismas en todos los Estados y para todos los proveedores extranjeros.

Los productos envasados deben llevar una etiqueta fijada sólidamente, en la que debe figurar la siguiente información: nombre, denominación comercial o descripción del producto alimenticio contenido en el envase, ingredientes utilizados, nombre y dirección del fabricante o el importador, peso o medida de volumen neto del contenido (de conformidad con el sistema métrico basado en el sistema internacional de unidades), precio de venta del artículo o envase (precio máximo al por menor en rupias) (impuestos incluidos), mes y año de fabricación o envase, fecha de caducidad, número de licencia cuando proceda; y nombre, dirección postal o electrónica, cuando la haya, de la persona u oficina de contacto en caso de que se presente una reclamación. En el caso que productos contengan sustancias aromatizantes naturales deberá mencionarse en la etiqueta el nombre común de estas.

El Ministerio de Salud y Bienestar Familiar ha notificado recientemente la exigencia de una declaración cuantitativa de ingredientes, como requisito adicional de etiquetado para los productos alimenticios.

Por otro lado, las etiquetas deben estar redactadas en hindi (alfabeto "devanagiri") e inglés. En algunos casos, deben redactarse en el idioma de la localidad donde se venderá el producto.

- **Medidas sanitarias y fitosanitarias**

Productos de origen animal

⁸ Órgano de examen de políticas comerciales –Examen de las políticas comerciales – Informe Secretaría – India – Revisión.

Las importaciones de productos de origen animal en la India están supeditadas a la obtención, antes de la expedición desde el país de origen, de permisos de importación expedidos por el Departamento de Economía Pecuaria, Producción Láctea y Pesca. Estos tienen una validez de seis meses y pueden utilizarse para múltiples envíos. Un permiso sanitario de importación no es una licencia, sino un certificado que acredita el cumplimiento de las prescripciones sanitarias de la India. Algunas importaciones de productos de origen animal requieren además una licencia expedida por el Director General de Comercio Exterior. Estas importaciones únicamente pueden llevarse a cabo por los puertos designados, que disponen de servicios de cuarentena animal y certificación (Amritsar, Bangalore, Chennai, Delhi, Hyderabad, Calcuta y Mumbai). Está autorizada la importación de pescado por el puerto de Vishakhapatnam (en el Estado de Andhra Pradesh) y el puesto terrestre de aduanas de Petrapole (solamente en el caso de las importaciones procedentes de Bangladesh).

Productos de origen vegetal

Las importaciones de plantas y materias vegetales se rigen por las disposiciones de la Ley de plagas de insectos destructivos de 1914, la Orden de cuarentena fitosanitaria (Reglamentación de la importación en la India) de 2003131 y las convenciones internacionales. Todos los envíos de plantas y materias vegetales deben ir acompañados de un certificado fitosanitario expedido por la organización nacional de protección fitosanitaria del país exportador y un permiso de importación expedido por el funcionario encargado del puesto de fitocuarentena. Ver más en: https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?Query=%28+%40Symbol%3d+wt%2fpr*+or+press%2fprb%2f+%29+and+%28+%40Title%3d+india+%29&Language=SPANISH&Context=FomerScriptedSearch&languageUIChanged=true⁹

5.2 Otros impuestos aplicados al comercio

India aplica desde el 1 de Abril del 2005 el impuesto al valor agregado (IVA – VAT), que equivale al 12,5%, en promedio. Existen reducciones de este porcentaje y ampliaciones dependiendo del producto: 0% (mercaderías exportadas), 5% (agua limpia, medicinas y equipos médicos, instrumentos educativos, juguetes, productos agropecuarios no procesados, alimentos para animales, servicios científicos y técnicos, entre otros), 10% (para la mayor parte de mercaderías: petróleo y sus productos, electricidad, productos mecánicos, eléctricos y electrónicos, productos cosméticos, productos textiles, papeles y productos procesados, materiales de construcción, transporte, servicios de comunicación, entre otros), y 20% (mercaderías de lujo y servicios como hoteles, turismo y restaurantes, entre otros).

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

India ha logrado conseguir importantes alianzas estratégicas con diferentes países. Es miembro de la OMC, del Movimiento de los Países No Alineados, del Grupo G-20, del Grupo G8+5, del Banco Asiático del Desarrollo, se incorporó a la ASEAN y es miembro del SAARC (Asociación para la Cooperación Regional del Sur de Asia). Asimismo, tiene acuerdos de libre comercio con Corea del Sur, Tailandia, Buthán, el Consejo de Cooperación del Golfo, el BIMST (Buthán, India, Myanmar, Nepal, Sri Lanka y

⁹ Órgano de examen de políticas comerciales –Examen de las políticas comerciales – Informe Secretaría – India – Revisión. Pág. 85

Tailandia), The South Asia Free Trade Area (SAFTA) y se encuentra en negociaciones para un TLC con la Unión Europea, Nueva Zelanda, Sri Lanka y los países del bloque europeo EFTA. Además, tiene acuerdos preferenciales de comercio por el acuerdo de Bangkok (Bangladesh, India, China, Sri Lanka y Corea), el acuerdo Marco India – MERCOSUR, Egipto Unión Aduanera Sudafricana (SACU) y Afganistán. Perú aún no tiene un acuerdo comercial con este mercado por lo que el envío de productos peruanos están sujetos al arancel de Nación Más Favorecida (NMF).

6.2. Productos con Potencial Exportador

Sector Agropecuario

Cuadro N° 8

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2013 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
180100	Cacao en grano	PROMETEDOR	76 561	30%	Ghana (67%) Indonesia (21%) Uganda (5%)
080290	Los demás frutos de cascara, frescos (Perú exporta pecanas)	PROMETEDOR	70 231	30%	Bangladesh (84%) Sri Lanka (5%) Indonesia (5%)
180500	Cacao en polvo	PROMETEDOR	34 754	30%	Indonesia (42%) Malasia (32%) Singapur (8%)
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	PROMETEDOR	24 288	30%	Sri Lanka (61%) Ghana (26%) China (6%)

Fuente: Trademap / SUNAT

Elaboración: PROMPERU

En 2012, el mercado de frutas frescas en India registró una caída del volumen total de ventas en 9% ascendiendo a US\$ 56 millones. En 2013, el consumo per cápita fue 46,6 Kg, uno de los más bajos de Asia del sur.

Por otro lado, se espera que debido al aumento de los consumidores con poder de compra, en especial del segmento de la población joven profesional de los países BRICs (bloque del cual India es miembro), el consumo de cacao y chocolate crezca. En la actualidad, el cacao en grano, en polvo sin azúcar y la pasta de cacao sin desgrasar se muestran como productos prometedores.

Sector Pesquero

Cuadro N° 9

Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2012 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030499	Filetes y demás carne de pescado(incluso picada), frescos, refrigerados o congelados	PROMETEDOR	8 799	30%	Vietnam (70%) Reino Unido (7%) Estados Unidos (7%)
030749	Jibias, globitos, calamares y potas, congelados, secos, salados	PROMETEDOR	1 090	30%	Estados Unidos (34%) España (25%) Estonia (11%)

Fuente: Trademap

Elaboración: PROMPERU

El volumen de ventas de pescados y crustáceos en India registró un incremento de 1% en 2012, menor al 4% registrado en 2011. La baja producción, las inundaciones, los altos precios y la inflación fueron los causantes de este bajo crecimiento. No obstante, el mercado continúa expandiéndose a consecuencia de la conciencia sobre el cuidado de la salud en los consumidores quienes muestran preferencia por el pescado en vez de las carnes de otros animales. Según Euromonitor, en 2012, el mayor consumo se dio en pescado (79%) y este fue también el producto de mayor crecimiento (1%).

El Perú cuenta con productos de gran potencial exportador que son de interés en el mercado indio y representan mercados prometedores en el país asiático: filetes y demás carnes de pescado y jibias, globitos, calamares y potas.

Adicionalmente a las oportunidades de negocio identificadas para los productos de los sectores agro y pesca, líneas arriba, también se identificaron productos con potencial en un estudio de mercado¹⁰ elaborado por una consultora extranjera en el año 2012, para PROMPERU. En dicho estudio se utilizó información de precios de importación de la Aduana de la India, costos de transporte marítimo e información cualitativa de primera fuente. Los productos con potencial fueron frijoles, naranjas frescas, granos de cacao, cebolla, uvas, manteca de cacao, cacao en polvo, jugo de maracuyá, pasta instantáneas y condimentos. En el caso de productos pesqueros, el estudio indica oportunidades para la pota congelada, langostino congelado y filetes de pescado congelado.

Sector Textil

Cuadro N° 10

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2013 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
620342	Pantalones cortos, de algodón.	ESTRELLA	4 1412	32,9%	Bangladesh (33%) Sri Lanka (17%) China (11%)
610510	Camisas de punto de algodón, para hombres o niños	ESTRELLA	7 239	33,7%	China (29%) Bangladesh (17%) Vietnam (9%)
611030	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares	ESTRELLA	6 271	35,2%	China (41%) España (13%) Francia (5%)
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	PROMETEDOR	4 675	36,7%	España (31%) China (30%) Reino Unido (9%)
620443	Vestidos de fibras sintéticas para mujeres o niñas	PROMETEDOR	2 861	28%	China (31%) España (16%) Estados Unidos (16%)
610443	Vestidos, de punto de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	PROMETEDOR	1 811	54,9%	China (36%) Estados Unidos (17%) Sri Lanka (14%)
610463	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de punto de fibras	PROMETEDOR	1 376	37,7%	Sri Lanka (28%) China (24%) Singapur (11%)

Fuente: Trademap / SUNAT Elaboración: PROMPERU

¹⁰ <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/115089839rad9C97E.pdf>

Según Euromonitor, entre 2008 y 2013 el mercado de ropa creció en promedio 11,1% anual, segundo crecimiento más alto de Asia del sur. A raíz de una mejor situación económica, este mercado ha comenzado a mostrar tendencias como el aumento de peso de la población y la búsqueda de confección personalizada. Sin embargo, la demanda de ropa sobre medida no sólo crece entre la población con tallas grandes sino también entre quienes no poseen sobrepeso.

El Perú posee dentro de su oferta exportadora una variedad de prendas de interés en el mercado indio, como pantalones de algodón; camisas de algodón para hombres y niños; suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares; camisas y blusas de fibras sintéticas, entre otros.

Sector Manufacturas Diversas

Cuadro N° 11

Productos potenciales en India Sector Manufacturas diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2012 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
300420	Medicamentos que contengan otros antibióticos.	PROMETEDOR	30 586	10%	Alemania (53%) Estados Unidos (35%) Birmania (4%)
300610	Catguts estériles y ligaduras estériles similares	PROMETEDOR	11 078	10%	Estados Unidos (37%) Brasil (29%) Alemania (6%)
330499	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas preparaciones anti solares y bronceadoras.	PROMETEDOR	78 257	10%	Tailandia (19%), China (13%), Estados Unidos (12%)
330300	Perfumes y agua de tocador	PROMETEDOR	70 435	10%	Francia (29%) Suiza (15%) España (10%)
392010	Placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de etileno	PROMETEDOR	66 772	10%	China (23%) T ailandia (11%) Malasia (10%)
330720	Desodorantes corporales y antitranspirantes	PROMETEDOR	58 147	15%	Australia (32%) Tailandia (10%) China (9%)

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

El mercado de cosméticos incrementó su valor en 27% en 2012 hasta alcanzar los 29 billones de rupias (US\$ 470 millones). El incremento de la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo explica el mayor consumo en maquillajes. En 2012, su uso pasó de una opción a una necesidad a lo largo de todo el país, incluyendo ciudades de segundo nivel y pequeños pueblos.

Por otro lado, según *The Economic Times*, el mercado de empaques registró un valor de US\$ 24,6 billones en 2013 y se espera que llegue a US\$ 32 billones en 2025. El mercado está creciendo a un ritmo de 15% anual debido al incremento de la población de clase media y el consumo.

VII. Tendencias del Consumidor

Más de 6 millones de familias del país tuvieron un ingreso disponible de más de US\$ 25 000 en 2012. En el mismo año, India fue el noveno mercado más grande de consumidores, equivalente

aproximadamente al de Canadá con una población de menos del 3% de la de India. Para 2015, el mercado de consumo en el país podría alcanzar al de Italia en términos absolutos, y para 2020, se estaría aproximando al de Francia.

No obstante, entre 2011 y 2012, el crecimiento del gasto se desaceleró a una tasa de menos de 1%, a diferencia el periodo 2008 – 2011, años entre los que esta tasa creció en 7,2% (en términos reales). La reciente desaceleración de la economía, las altas tasas de inflación y los precios al alza de los alimentos y combustibles han originado que los consumidores indios se vuelvan más cautelosos en el gasto. La falta de optimismo ha afectado a todos los segmentos de la economía, pero principalmente a la clase media.

Un número creciente de consumidores se encuentra realizando compras *online*. La gran penetración del internet, el número en aumento de *smartphones* y la gran aceptación de las tarjetas de crédito y débito, han impulsado esta tendencia. Cada vez más consumidores están usando internet para aprovechar los bajos precios que este medio usualmente ofrece. Asimismo, el gran número de consumidores jóvenes en la India (la edad media: entre 26 y 27 años), ha contribuido con esta tendencia.

Otra tendencia la manifiesta la demanda en aumento de bebidas alcohólicas. Actualmente, cerca de un tercio de los consumidores indios beben alcohol regularmente. En el pasado, la presión social disminuía su consumo; no obstante, debido al cambio demográfico y de las actitudes sociales, el consumo de estas bebidas alcohólicas se encuentra al alza. En 2012 el consumo per cápita (entre los que tienen edad legal para beber) fue de 5,7 litros, mientras que en 2007, este valor ascendió a 3,7 litros. El consumo de cerveza creció en 50% entre 2007 y 2012, y el consumo de licores, en 50% para el mismo periodo, en particular el wisky.

Por otro lado, aun cuando la incertidumbre sobre la economía ha desacelerado el crecimiento del gasto en general, la demanda por productos del cuidado personal y servicios se mantiene creciendo. La categoría aumentó en 1,1% en términos reales entre 2011 y 2012 y se ha incrementado cerca de 16% desde 2008. En este mercado el gasto ha crecido tanto en hombres como mujeres. En un artículo reciente en el diario *Times of India*, se señaló que los hombres le dan gran importancia a su imagen personal y realizan elaborados rituales de cuidado personal.

VIII. Cultura de Negocios

Saludos 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. Cabe indicar 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 una persona es “licenciado” por ejemplo, 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 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 el intercambio de ideas de forma 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. Incluso a veces el caótico tránsito de las grandes ciudades indias influye en estos retrasos y 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, ya que si bien es usual acordar las reuniones con un mes de anticipo, se pueden dar cambios de fecha. Las citas de negocios se realizan temprano por la mañana o en las primeras horas de la tarde, y 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.

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, aunque en las temporadas menos calurosas también pueden usarse trajes de telas ligeras. No es bien visto usar

chaquetas o accesorios de cuero. 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 a empresarios

En la primera reunión las atenciones no son habituales, pero 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. Igualmente, 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.

IX. Links de interés

- **Centro Nacional de Información (NIC)**
<http://www.nic.in/>
- **Banco Central de India**
<http://www.rbi.org.in/>
- **Ministerio de Asuntos Exteriores**
<http://meadev.nic.in/1page.htm>
- **Ministerio de Comercio e Industria: Directorado General de Comercio Exterior**
<http://dgft.delhi.nic.in/>
- **Organización para la Promoción del Comercio de India**
<http://www.indiatradefair.com/>
- **Confederación de la industria India**
<http://www.indianindustry.com>, <http://www.cii.com>, <http://www.ciionline.org>
- **Aduanas India**
www.cbec.gov.in
- **Manual de guía para la exportación a India**
http://www.cbec.gov.in/deptt_offcr/cs-manual2014.pdf

X. Eventos Comerciales**International Horti Expo**

Febrero 20 – 22, 2014

Feria internacional de horticultura, comida y tecnología.

Chandigarh, India – Parade Ground

**Grain Tech India 2014**

Agosto 22 - 24, 2014

Exposición internacional sobre grano, cereales, especies, semillas oleaginosas, productos y tecnología.

Bangalore, India – Bangalore International Exhibition Center

**Food Ingredients India**

Setiembre 29 – Octubre 1, 2014

Feria internacional de ingredientes de la India y el mundo.

Bombay, India – Bombay Exhibition Centre

**Fine Food India**

Diciembre 3 - 5, 2014

Feria internacional de alimentos, bebidas, industria de la hospitalidad, canal HoReCa y Retail

Nueva Delhi, India – Pragati Maidan Exhibition Complex

**India Fashion Forum**

Enero 16 – 18, 2014 / Enero 2015

Fashion Forum de moda, joyería, calzado, prendas de vestir y diseño.

Mumbai, India – Bombay Exhibition Centre – NSE Exhibition Complex

**F&A show**

Octubre 5 – Noviembre 1, 2014

Feria internacional la industria textil y moda

Bangalore, India – KTPO Trade Centre

XI. Bibliografía

- **Trademap**
www.trademap.org
- **Euromonitor International**
www.euromonitor.com
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**
www.sunat.gob.pe

- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **CIA, The World Factbook**
www.cia.gov
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**
www.imf.org
- **Global Trade**
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Banco Mundial**
www.worldbank.org/
- **XE**
www.xe.com
- **Market Access Map**
www.macmap.org
- **UNCTAD**
www.unctad.org
- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **ProChile**
<http://www.prochile.gob.cl>
- **ProEcuador**
<http://www.proecuador.gob.ec/>
- **Acuerdos Comerciales del Perú**
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- **NFerias**
<http://www.nferias.com/>
- **El Comercio**
www.elcomercio.pe
- **Ferias info**
www.feriasinfo.es
- **Organización Mundial del Comercio**
www.wto.org