

1. Información sectorial: Agroalimentario

1.1. INTRODUCCION AL SECTOR

En el marco económico de India el sector agrario juega un papel decisivo. Actualmente, el sector agrario representa un 30% del PIB del país. Por otra parte, además de satisfacer la gran demanda de productos agrarios del país, el sector contribuye fuertemente con la creación de empleo y reducción de la pobreza siendo el sector que más mano de obra emplea. Según un estudio elaborado por el Instituto de Empleo de India el sector agrario emplea al 45,5% de los trabajadores del país. De cara al futuro, el sector agrario indio debe abordar algunas circunstancias que actualmente impiden que el sector desarrolle todo su potencial. Para ello, diferentes medidas e iniciativas de carácter innovador están siendo puestas en práctica por lo que se espera que el sector agrario continúe siendo de gran relevancia en el PIB del país.

INTRODUCCIÓN, CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR AGRICOLA

En términos de producción agrícola India es un referente mundial. Con una superficie cultivada de más de 150 millones de hectáreas se sitúa en el segundo puesto del ranking mundial tan solo superada por Estados Unidos. Además de ello, en 2011, el 55 por ciento (82,6 millones de hectáreas) del área cultivada contaba con posibilidad de irrigación siendo líder mundial en este aspecto.

El sector agrario en India es una industria en crecimiento, según el Ministerio de Estadística (MOSPI) se estima que en la última década (2007-2016) la tasa de crecimiento del sector ha sido un 6,6 por ciento. India es el líder mundial en producción de especias, legumbre o té mientras que en otros cultivos como el trigo, arroz, la fruta y vegetales, la caña de azúcar o el algodón ocupa el segundo lugar.

Gracias a su posición geográfica, India ofrece unas condiciones climáticas inmejorables para el desarrollo de la agricultura. Distinguiéndose 20 regiones agroclimáticas, los 15 climas principales existentes en el mundo pueden encontrarse en India. Además de ello, la riqueza natural y variedad del suelo agrario indio es excelente. Se pueden encontrar en el país 45 de los 50 tipos de suelo registrados en todo el mundo.

La meteorología está fuertemente influenciada por el monzón. En India se definen dos estaciones agrarias principales, la estación de Kharif y la estación de Rabi. La primera comprende los meses de abril a septiembre y corresponde con la temporada de monzón. Debido a las abundantes precipitaciones durante esta época del año el principal cultivo de la estación Kharif es el arroz. La estación Rabi comienza en octubre y finaliza en marzo. Dado que en esta época del año las precipitaciones son muy escasas el principal cultivo de la estación Rabi es el trigo.

La gran producción de India viene empujada por la elevada demanda de la creciente población del país. Contando con una población de 1.324 millones de personas, India es el segundo país más poblado del mundo. Se espera que la población aumente hasta los 1390 millones de personas para el año 2021. Además de ello, el aumento de ingresos de la población india posibilita un mayor consumo.

Por otra parte, la creciente utilización de tecnología en los medios de cultivo posibilita los grandes valores de producción registrado. India es uno de los principales productores de maquinaria agraria. Según el Ministerio de Agricultura aproximadamente un tercio de los tractores que se producen en el mundo provienen de India. Del mismo modo, el empleo de inputs de agricultura tecnológicamente más desarrollados como semillas híbridas, fertilizantes o pesticidas empujan al aumento de producción.

En India casi la totalidad de las precipitaciones se concentran en cuatro meses (junio, julio, agosto y septiembre) siendo casi nulas durante el resto del año. Este contraste tiene también su influencia en la agricultura. Con el fin de reducir la dependencia de la temporada de monzón el empleo de sistemas de regadío se ha generalizado a lo largo de los años. Se estima que en 2013 el área bruta de irrigación alcanzó los 61.000 millones de hectáreas. Cada año el Gobierno de India implementa programas para la instalación de sistemas de regadío. El programa “Pradhan Mantri Krishi Sinchai Yojana (PMKSY)” busca aumentar la producción agraria a través del uso eficiente del agua de irrigación. Para el ejercicio 2017-18 se prevé irrigar 2.850.000 nuevas hectáreas de cultivo.

Dada la gran importancia estratégica de la agricultura en la economía global del país, el Gobierno de India establece medidas de apoyo en forma de subvenciones y beneficios fiscales para agricultores y promueve la inversión en el sector. En el año fiscal 2017-18 el Gobierno ha aumentado la partida presupuestaria de agricultura hasta los 137.500 millones de dólares.

En resumen, los factores que determinan las posibilidades de crecimiento del sector, así como el atractivo del mismo de cara a la inversión se dividen en tres grupos principales:



Sin duda, el punto débil de la agricultura india es la deficiente red logística y de distribución del país, así como los reducidos índices de procesado de producto. En el caso de la fruta y los vegetales la proporción de producto que se procesa es un 2%. A consecuencia de ello, las pérdidas de producto con posterioridad a la cosecha alcanzan valores elevados que deberán ser reducidos en los próximos años de cara a mejorar la competitividad del sector. De cara al futuro se deben producir un aumento significativo en la capacidad de almacenamiento en frío (cold storage) así como una mejora de la infraestructura de cadena de frío y de transporte del país.

SECTOR PROCESADO DE ALIMENTOS Y DISTRIBUCION MINORISTA

En 2015 el total del sector retail en India estaba valorado en 600.000 millones de dólares, de los cuales, alrededor del 60%, es decir, unos 360.000 millones de dólares correspondían al segmento de la alimentación. La venta al por menor de alimentos y comestibles constituye entre el 60 y el 65 % del mercado minorista total en India.

El sector minorista de alimentación en India está dominado por miles de pequeñas tiendas llamadas "kirana", que representan el 98% de las ventas de alimentos. La aparición de las cadenas de tiendas más grandes comenzó aproximadamente en 2005 y desde entonces el sector ha crecido en toda India. Los

establecimientos de venta al por menor modernos se han multiplicado por 4 desde 2006 y en la actualidad se estima que ya alcanzan los 70.000 comercios.

El sector del retail en general creció a un ritmo del 15% durante los últimos 5 años, una tasa muy superior a la del crecimiento del PIB en el mismo período. Las previsiones aseguran que el sector crecerá a un ritmo del 12-13% alcanzando los 948.000 millones de dólares en el año 2018-2019.

Año	2015	2018-2019
Volumen de mercado	\$ 600.000 millones	\$ 948.000 millones
Alimentación	\$ 360.000 millones	\$ 570.000 millones

Como ya se ha comentado, con prácticamente el 98% del negocio proveniente de un sector no-organizado muy fragmentado, el sector del retail general en India ofrece unas oportunidades inmensas. Los ingresos generados por el sector organizado o moderno fueron los siguientes:

Año	2009	2014	2019
Volumen de mercado	\$ 15.500 millones	\$ 41.400 millones	\$ 94.800 millones

SECTOR ORGANIZADO - MINORISTAS DE ALIMENTACIÓN MODERNA

En 2015 India contaba con 695 supermercados, 413 tiendas de conveniencia, 490 hipermercados y 49 tiendas gourmet. Desde entonces el sector está creciendo a un ritmo de un 30% anual hasta facturar en la actualidad una cifra superior a los 26.000 millones de USD, lo cual supuso duplicar su tamaño en tan sólo 4 años. Las previsiones de la consultora Deloitte en un reciente estudio (Octubre 2018) para la Federación de Cámaras de Comercio India (FICCI) estimaban que en los próximos tres años la cifra volverá a duplicarse.

La presencia del sector del retail en India inicialmente se relacionó con la concentración de la base de consumidores, que se encuentra en las 10 principales ciudades del país: Delhi, Mumbai, Bengaluru, Hyderabad, Kolkata, Jaipur, Chennai, Pune, Ahmedabad y Surat. Sin embargo desde hace no más de cuatro años el desarrollo en las ciudades Tier II y Tier III ha sido exponencial.

VENTAS ONLINE

Con la penetración tan rápida que está experimentando internet en India, las ventas online en general se espera que crezcan hasta alcanzar los 60.000 millones de USD en 2020 desde los actuales 32.000, lo cual supone un ritmo de crecimiento cercano al 30% anual.

La venta online al por menor de productos comestibles ha sido testigo de una gran popularidad en ciudades como Mumbai, Bangalore y Delhi. Continúa siendo un concepto extremadamente urbano, ya que sólo los consumidores urbanos y de un buen poder adquisitivo en el grupo de edad de 20-30 años utiliza este canal.

FOOD SERVICE: INTRODUCCIÓN Y EVOLUCIÓN

Factores como el aumento de la frecuencia del consumo de alimentos fuera de casa, la creciente tendencia de experimentar nuevas cocinas y una mayor conciencia de marca y valor crearon una oportunidad de

empleo directo para 5,8 millones de personas en el pasado año 2016 y contribuyeron a alcanzar 224.000 millones de rupias. Se espera que el mercado aumente a una tasa anual de un 10% desde 2016 hasta 2021, para alcanzar un valor de 4.981.300 millones de rupias (60.000 millones eur).

ESTRUCTURA

Dentro del conjunto de establecimientos de restauración comercial en India, es necesario distinguir dos grandes grupos, el sector organizado y el sector tradicional o no-organizado.

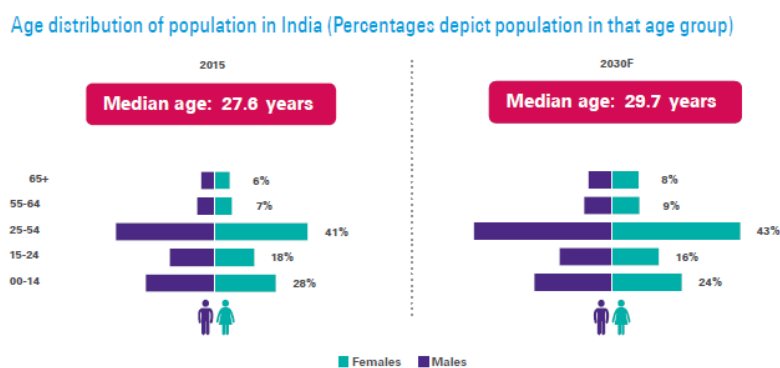
El sector no organizado es aun el más importante en volumen e incluye una gran variedad de canales que distribuyen fundamentalmente productos locales y de muy bajo precio. Representa aproximadamente el 70% del total pero tiene un interés limitado para los productos de importación salvo unos pocos productos de consumo muy extendido.

El sector organizado, que representa alrededor del 30% del mercado de la restauración comercial. Este se caracteriza por tener una cadena de suministro organizado y estructurada, con controles de calidad y normas de abastecimiento, existe una estandarización técnica y contable, etc. En la restauración comercial organizada existe una variedad de establecimientos que se pueden clasificar atendiendo a diferentes criterios.

PERFIL DEL CONSUMIDOR

El perfil del consumidor de aceituna en India es una persona entre 25 y 55 años, hombre y mujer, trabajador y ama de casa, en un segmento social de clase alta y media urbana, que se preocupa por su salud y bienestar, atraído por las tendencias occidentales y amante de los viajes internacionales.

India es uno de los países más jóvenes del mundo. Casi el 60 % de los indios son menores de 30. El país tiene la media de edad más joven (27,6 años) actualmente entre los países BRICS y las principales economías mundiales. Con una edad promedio estimada de 29,7 años en 2030, continuaría siendo el líder en ese aspecto.



Casi la mitad de todos los indios están casados y el tamaño medio de los hogares es de 4,8 personas. En las zonas urbanas, las familias nucleares más pequeñas son cada vez más comunes a medida que aumentan la movilidad y las oportunidades de empleo.

Por regiones, el norte y el oeste absorben el 70% de la demanda al concentrarse el mayor número de comercios modernos, mientras que el sur representa el 22% del consumo.

Por ciudades, destacan las ciudades de Delhi y Mumbai con una población urbana y un poder adquisitivo medio-alto. Les siguen Hyderabad, Bangalore, Kochi y Chennai.

Más de 850 millones de indios viven en zonas rurales en comparación con los 400 millones que viven en zonas urbanas. Mientras que la población urbana está creciendo el doble que las zonas rurales, los migrantes se desplazan a las ciudades en busca de oportunidades, por ello, es probable que en varias décadas la población de India se convierta en mayormente urbana.

Las grandes oportunidades para los alimentos importados con valor añadido o listos para el consumo se muestran prometedores en las clases alta y media-alta urbanas de las ciudades llamadas Tier I, II y, en algunos casos III.

Aunque las zonas rurales están emergiendo como importantes mercados para productos de gran consumo, los hábitos de consumo son más tradicionales. Sin embargo, las grandes cadenas de alimentación indias han desarrollado planes para alcanzar en breve las ciudades Tier III.

1.2. BALANZA COMERCIAL

Las balanza comercial bilateral entre España e India presenta un importante desequilibrio favorable a la parte India. Mientras India exportó a España algo más de 4.000 millones de Euros, España tan sólo fue capaz de hacerlo por valor de 1.330 millones.

En términos relativos, las exportaciones han crecido a un ritmo inferior al realizado por el resto de países de la UE (un 4,2% vs 9,5% en 2018).

Principalmente España exporta productos manufacturados o semi-manufacturados a India así como bienes de equipo, mientras que India por su parte exporta productos alimenticios (en especial pescado congelado) y textiles.

La evolución que está experimentando India en el sector del comercio minorista está teniendo un importante reflejo en el comercio bilateral con España. Siendo India el segundo productor mundial de frutas y verduras y con una marcada tradición histórica de consumo de productos frescos, podría ponerse en cuestión el potencial de las empresas españolas dentro del mercado indio. Sin embargo, lejos de refrendarse esta opinión, la realidad muestra un creciente desarrollo de determinados bienes que están haciéndose un hueco en los hábitos de consumo cada vez más saludables del consumidor indio.

El crecimiento de la demanda local de productos procesados y bebidas está ayudando al sector a darse cuenta de primera mano de las posibilidades que ofrece. La enorme población joven india (15-25 años), con mejor sueldo, con más educación, hace que la demanda de alimentos y bebidas procesadas esté en crecimiento constante. Esta nueva generación, más urbana, busca mejor alimentación, más sana, más segura, y está dispuesta a pagar más por ello. Con el incremento de la demanda de alimentación procesada, aumenta la demanda de maquinaria.

El análisis de las estadísticas import/export con España son un reflejo de esta evolución. Las importaciones de aceite de oliva y sus derivados crecieron más de un 32% en 2018 en comparación con el ejercicio anterior. Es relevante también la presencia en el comercio bilateral de productos químicos y derivados petrolíferos, que ocupan un importante lugar en ambos sentidos. Significativamente varios de los usos de estos productos químicos o derivados petrolíferos están relacionados con el incremento del consumo de bienes alimenticios, como pueden ser el polietileno (HS Code 3901) utilizado en fabricación de envases de plástico o los fungicidas (HS Code 3808), ambos dentro de los 15 productos más importados desde India.

En lo referente al comercio con Navarra, el comercio está marcado por los sectores principales de la economía Navarra, automoción (en primer lugar) y energías renovables. En general son los equipos y máquinas los principales productos exportados a India (sectores 87, 85 y 84 son los tres primeros).

El sector agroalimentario cuenta con una escasa presencia todavía en la balanza comercial, siendo principalmente los cereales para desayuno, los aceites vegetales y determinadas bebidas no alcohólicas, los principales productos exportados a India. En sentido opuesto, los principales productos importados son las conservas vegetales, en especial los encurtidos (pepinos y pepinillos), masivamente fabricados en el sur de India para todo el mundo.

1.3. BARRERAS TÉCNICAS AL COMERCIO, LICENCIAS Y REGISTROS

La política de importación en India se rige por la "*Export and Import Policy*" o política EXIM que determina qué productos están autorizados a la importación y las condiciones para cada uno de ellos. La *Directorate General of Foreign Trade (DGFT)*, (<http://dgft.gov.in/>) es la organización gubernamental encargada de la gestión y control de todo lo referente a las importaciones y exportaciones. Todas las oficinas regionales de la DGFT dependen del Departamento de Comercio del Ministerio de Comercio e Industria.

La administración que regula la importación y exportación de productos alimentarios en India es la FSSAI (*Food Safety and Standards Authority of India*, <http://www.fssai.gov.in/home>). Los productos alimentarios que quieren ser introducidos en India tienen que tener la aprobación de esta autoridad de lo contrario no serán admitidos.

SUBSECTORES CON POTENCIAL DESARROLLO

Bebidas: Las bebidas alcohólicas de baja graduación como el vino han sido tradicionalmente escasamente aceptadas en la cultura india por múltiples motivos. Pese a haber existido todavía un amplio estigma social sobre el impacto del alcohol en la sociedad (de hecho hay estados no alcohólicos y múltiples partidos que propugnan la "ley seca"), cada vez más se está asociando el consumo de determinadas bebidas a la sofisticación y forma de reconocimiento social. De esta manera el vino está experimentando un fuerte auge en detrimento de los "hard drinks" como el whisky.

Aceitunas y conservas vegetales. Grasas y aceites: Como ha sido ya expuesto, el aceite de oliva y las olivas en múltiples formas han sido adoptadas ya como una parte de la dieta india. No existe supermercado de tamaño mínimo que no cuente entre sus productos con un lineal de aceite de oliva y aceitunas. De hecho en un reciente movimiento, el gobierno indio ha revisado al alza los aranceles de otros aceites de importación "no saludables" como el aceite de palma a fin de ajustar la demanda de productos a favor de alimentos más saludables.

Es muy interesante el auge que están experimentando también los productos procesados como las conservas vegetales. Tradicionalmente India es un mercado de consumo de productos frescos, mientras que tan sólo un 4% de los productos son procesados (en comparación con el 50-60% de las economías desarrolladas). El Gobierno Indio es consciente de las consecuencias de la falta de procesado, preservación, transporte y almacenamiento en condiciones adecuadas de estos productos. Se estima que no menos del 28% de las cosechas son perdidas en India debido a la falta de conservación adecuada de las mismas, con unas pérdidas billonarias.

El Ministerio de Industrias de Procesado de Alimentos (Ministry of Food Processing Industries – MOFPI) ha desarrollado una agresiva política encaminada a la promoción de este sector y a incentivar las inversiones en esta área. Durante los pasados dos años, el MOFPI ha desarrollado una muy cercana relación con España

y con la consultora Indversis quien ha liderado múltiples misiones directas e inversas, así como varios proyectos de inversión en India, entre los cuales se encuentra el mayor proyecto agroalimentario de empresas españolas en India. El MOFPI, encabezado por la propia Ministra Ms.Kaur Badal se ha desplazado a España dos veces en los pasados meses y se ha reunido con la consultora Indversis en otras cuatro ocasiones durante el año 2018.