Acuerdo UE-India: Oportunidades de Exportación a India para la Industria de Alimentación y Bebidas española

Resumen Ejecutivo

FIAB
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

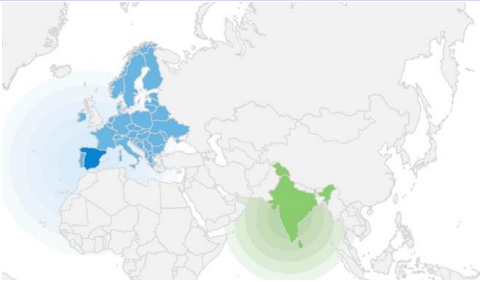
GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

#alimentosdespaña

Introducción

Objetivos, Metodología y Contexto

El propósito central de este informe es evaluar el impacto del Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y la India sobre la industria española de alimentación y bebidas (IAB), traduciendo el análisis técnico en oportunidades de negocio reales y vías de acceso prioritarias a uno de los mercados de mayor crecimiento del mundo.



OBJETIVOS

El objetivo del estudio es proporcionar un **análisis práctico y aplicable**, ofreciendo una guía de decisión detallada para las 18 familias de productos de la IAB española:

- **Evaluar el marco regulatorio:** Examinar el alcance real de la desgravación arancelaria del Acuerdo y la simplificación de barreras sanitarias y fitosanitarias.
- **Analizar la dinámica competitiva:** Estudiar la cuota de mercado española frente a sus competidores y radiografiar la red de distribución india (*importadores, retail, HORECA, Q-commerce*).
- **Definir pautas operativas:** Recomendaciones estratégicas sobre arquitectura de precios en cascada, formatos ancla, etiquetado normativo (FSSAI) y acciones de promoción bajo la "marca país".

METODOLOGÍA Y CONTEXTO

Se ha adoptado una **metodología mixta** que combina el máximo rigor estadístico con la realidad operativa sobre el terreno en la India:

- **Análisis Cuantitativo:** Mapeo de 633 partidas arancelarias (HS6) agrupadas en 23 subgrupos, depurando aquellas sin flujo comercial. Basado en fuentes oficiales (TradeMap, UNComtrade, FIAB).
- **Trabajo de Campo (Cualitativo):** Entrevistas en profundidad a 12 agentes clave de la cadena de valor en India y consenso con instituciones oficiales (MAPA, DG TRADE)
- **Simulación Tributaria Real:** Evaluación del impacto aduanero integrando el arancel base (BCD) y la fragmentación fiscal de impuestos estatales (*Excise Duty, VAT autonómico*).

Perímetro del Estudio: Se ha delimitado un análisis exhaustivo de **633 partidas arancelarias únicas (HS6)** que cubren de manera completa las 18 familias de la IAB española.

FIAB
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

#alimentosdespaña

Introducción

Industrias analizadas - Alimentación

Sector	Productos	CPA
Carne y productos cárnicos	Incluye carne y derivados de porcino, vacuno y ovino, así como carne avícola.	CPA 10.1
Pescados, crustáceos y moluscos	Pescado fresco, congelado o en conserva; crustáceos y moluscos preparados.	CPA 10.2
Frutas y hortalizas conservadas	Conservas y preparados vegetales, incluidas aceitunas, almendras y avellanas.	CPA 10.3
Aceites y grasas vegetales y animales	Aquí se consideran el aceite de oliva y el aceite de orujo de oliva.	CPA 10.4
Alimentos lácteos y helados	Se divide en productos lácteos (como leche y queso) y helados.	CPA 10.5
Productos de molinería y almidón	Engloba harinas, almidones y derivados amiláceos.	CPA 10.6
Panadería y pastas alimenticias	Incluye panes, pastas y productos similares.	CPA 10.7
Otros productos alimenticios	Azúcar, cacao, chocolate, café, té, salsas, condimentos y platos preparados.	CPA 10.8
Alimentación animal	Incluye piensos y productos para alimentación de animales.	CPA 10.9

Introducción

Industrias analizadas - Bebidas

Sector	Productos	CPA
Bebidas espirituosas	Bebidas alcohólicas destiladas, aguardientes y licores	CPA 11.01
Vinos de uva	Vino espumoso de uva fresca, Vino de uva fresca, mosto, lías o heces de vino; tártaro bruto	CPA 11.02
Sidra y otras bebidas fermentadas a partir de frutas	Otras bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada, aguamiel); bebidas mezcladas con contenido alcohólico	CPA 11.03
Otras bebidas no destiladas, procedentes de la fermentación	Vermú y otros vinos aromatizados de uvas frescas	CPA 11.04
Cerveza	Cerveza de malta estándar y desperdicios de cervecería	CPA 11.05
Malta	Malta de cebada o de otros cereales, tanto tostada como sin tostar	CPA 11.06
Bebidas no alcohólicas	Aguas minerales naturales y gaseosas, sin edulcorantes ni aromatizantes, otras bebidas no alcohólicas	CPA 11.07

Objetivos del estudio, metodología y estructura

EPÍGRAFE 1

Marco de referencia: Acuerdo de libre comercio UE-India

Este bloque describe el contexto y el estado jurídico del Acuerdo de Libre Comercio UE-India. Explica el marco de apertura y el calendario de liberalización arancelaria.

Se detallan aspectos críticos como las normas de origen, las medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), así como las políticas de competencia y sostenibilidad agroalimentaria que rigen el tratado.

EPÍGRAFE 2

Oferta española y panorama competitivo

Incluye la identificación de la oferta agroalimentaria española en la India estructurada por subsectores FIAB.

Examina el análisis de cuota de mercado y el posicionamiento de España frente a la competencia internacional y local en el mercado indio, identificando los principales países proveedores que dominan cada categoría.

EPÍGRAFE 3

Estudio y radiografía de la distribución

Aborda la estructura operativa y la arquitectura de los canales de comercialización agroalimentaria en la India, analizando la coexistencia entre el comercio tradicional y los formatos modernos en expansión.

Asimismo, examina los cuellos de botella logísticos clave del subcontinente, centrándose en el desarrollo de la cadena de frío, los hubs aduaneros de entrada y la función estratégica del importador-distribuidor local integrado para sortear las barreras de entrada al mercado.

Objetivos del estudio, metodología y estructura

EPÍGRAFE 4

Distribución y análisis de segmentos

Es el **núcleo del informe**. Proporciona una radiografía de la India como una realidad fragmentada y analiza en profundidad su estructura de distribución: importadores clave, *retail* organizado, *e-commerce/ q-commerce* y canal HORECA.

Además, desglosa el mercado en **18 segmentos clave** (CPA), analizando para cada uno la producción local, la demanda, las condiciones de acceso y la competencia específica.

EPÍGRAFE 5

Estrategias de entrada

Presenta los modelos de entrada recomendados y la selección de **socios locales** (importador único vs. distribuidores regionales).

Plantea las políticas de precios (arquitectura en cascada y PVP máximo) y el posicionamiento idóneo. Además, incluye las acciones de promoción B2B y misiones secundarias necesarias para construir marca en el país.

EPÍGRAFE 6

Recomendaciones

Recoge una hoja de ruta práctica que incluye un ***Checklist* aduanero y normativo** (cumplimiento FSSAI, regla del 60% de vida útil, etiquetado vegetariano).

Destaca la necesidad de una acción colectiva institucional y resume las conclusiones y **próximos pasos** a seguir en 4 fases para lograr una penetración exitosa en el mercado indio.

Cronograma de liberalización — Categorías de desgravación arancelaria en la India

Apertura gradual, asimétrica y proteccionista: El ritmo de desgravación del Acuerdo UE–India responde a la sensibilidad de la economía rural india, priorizando productos procesados y de alto valor mientras blinda materias primas estratégicas.

0–5 AÑOS (EIF / E5) • RÁPIDA

Liberalización Inmediata / Temprana

Concentra las oportunidades tempranas para productos con nula producción local o alta demanda industrial.

Productos destacados:

- Aceite de oliva (virgen y EVOO)
- Pescados y moluscos congelados
- Cacao, chocolates y galletas dulces
- Pastas alimenticias y conservas
- Zumos y nutrición infantil

7–10 AÑOS (E7 / E10) • MEDIO PLAZO

Desgravación Progresiva

Sectores agroalimentarios con implantación local, otorgando margen de adaptación a la industria india hasta arancel 0%.

Productos destacados:

- Carne de ovino / cordero
- Alimentación para mascotas (pet food)
- Confitería de azúcar y mermeladas
- Aceites de semillas (girasol, soja)
- Sales y especias (azafrán)

AB7 / WINE • REDUCCIÓN PARCIAL

Protección y Tramos de Precio

Diseñado para proteger el sector sensible de bebidas alcohólicas. No alcanzarán el arancel cero.

Régimen aplicable:

- Destilados (whisky, ginebra, brandy): bajada al 20% en 8 años.
- Vino y vermuts (por tramos CIF): gama media al 30%; alta (>10€) al 20% en 8 años.
- Vinos económicos excluidos de rebaja (aquellos con valor CIF<2,50 €/750 ml, mantienen arancel del 150%).

MECANISMOS EXCEPCIONALES Y LISTA DE EXCLUSIONES (EL)

Contingentes arancelarios (TRQ): aplicados a carne de porcino y kiwi. **Lista de Exclusiones (EL):** La India mantiene intactos los aranceles para proteger sus sectores más sensibles (lácteos, quesos, carne y despojos de vacuno (fresca, congelada y procesada), pollo fresco, arroz y especias en grano de gran volumen como chile, cúrcuma y comino).

FIAB FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

#alimentosdespaña

Cronograma de liberalización — Conclusiones clave sobre el acuerdo UE–India

01 • ESTRATEGIA AGRARIA

Protección Agraria y Apertura Selectiva

La velocidad de liberalización refleja una estrategia clara para proteger la economía rural de la India.

Sectores blindados: Millones de explotaciones de subsistencia (lácteos, vacuno, pollo, arroz, cereales) quedan en la **Lista de Exclusiones**.

Apertura acelerada: Los alimentos transformados y de mayor valor añadido con déficit local se abren rápidamente al libre comercio.

02 • COMPLEJIDAD TRIBUTARIA

Fiscalidad en Cascada y Mercado Fragmentado

Aunque el arancel básico se reduce, el coste real de acceso depende de tributos adicionales.

Estructura fiscal: Persisten el recargo social (SWS) e impuestos indirectos (IGST).

28 micromercados: Especialmente en bebidas alcohólicas, cada estado impone tasas y licencias locales propias (*Excise Duties*).

03 • OPORTUNIDADES CLAVE

Desgravación Rápida y Vías Prémium

Grandes logros estratégicos para la industria exportadora agroalimentaria española.

Plazo corto (0-5 años): Desgravación inmediata (arancel 0%) en aceite de oliva, conservas vegetales (aceitunas de mesa, hortalizas) y de pescado (atún, bonito) excluyendo conservas cárnicas; lo que elimina la barrera fiscal para penetrar en el retail organizado y el *foodservice* de alta gama.

Mecanismos de valor: Freno a las exportaciones a granel y rebajas arancelarias vinculadas al precio CIF de entrada por botella en aduana, beneficiando prioritariamente a los vinos de gama media (>2,50 € CIF) y prémium (>10,00 € CIF).

Implicaciones para Empresas Españolas — Competencia y costes

Estrategia de Competencia

Recomendaciones clave para el mercado indio

1. Evitar la confrontación en volumen

Frente a conglomerados locales (Amul, Parle, Britannia) y el dominio asiático, es inviable competir en costes masivos. Exige enfocar en el segmento prémium urbano, dispuesto a pagar por origen y calidad.

2. Arquitectura de Precio-Envase (*Price-pack*)

Adaptar formatos para neutralizar inflación de costes: reducir gramaje en *retail* y *q-commerce* (monodosis, *doypacks* 100-200g) y maximizar envases industriales para el canal HORECA.

3. Reinversión del ahorro arancelario en marca

Destinar el margen recuperado por la bajada de aranceles a inversión en marketing y degustaciones junto con el importador indio, garantizando el posicionamiento del producto español en el lineal.

Costes Ocultos en Retail Moderno

El acceso al *retail* organizado y cadenas *gourmet* conlleva **elevados costes ocultos de implantación**, destacando las tarifas de alta por referencia (*listing fees*).

Las empresas españolas deben presupuestar obligatoriamente estas partidas y acordar un **modelo de inversión compartida** con un importador exclusivo para proteger la rentabilidad inicial.

Garantía de Suministro en HORECA

En hostelería de 5 estrellas, la clave es la **disponibilidad física del inventario**. Las roturas de *stock* provocan la sustitución inmediata por marcas competidoras.

Ofrecer un suministro ininterrumpido y soluciones listas para cocinar (*ready-to-cook*) compensa la falta de personal especializado y fideliza al cliente profesional.

Implicaciones para Empresas Españolas — Requisitos regulatorios

Requisitos Regulatorios Clave

Normativa y marco operativo de acceso

1. Etiquetado FSSAI y Metrología legal

Menciones legales obligatorias en inglés impresas en fábrica. Prohibido el uso de pegatinas o adhesivos superpuestos en aduana.

2. Simbología dietética obligatoria

La normativa india exige clasificar los alimentos en el frontal del envase mediante el Punto Verde (vegetariano) o Punto Marrón/Rojo (no vegetariano). Esto obliga a las empresas españolas a revisar minuciosamente sus recetas (aditivos, gelatinas y aromas de origen animal) y, en muchos casos, a reformular el producto en fábrica para lograr el Punto Verde, clave para acceder al gran consumo urbano en la India.

3. Regla del 60% de vida útil (*Shelf-Life*)

La FSSAI exige legalmente conservar al menos el 60% de la vida útil total al desembarcar en aduana. En la práctica comercial, las cadenas de supermercados y plataformas digitales exigen entre un 75% y un 90% de margen, lo que impide exportar stocks antiguos de almacén y obliga a sincronizar la fabricación bajo pedido con el tránsito marítimo.

4. Agilización MSF y homologación

Anteriormente, para exportar carne o productos de origen animal a la India, inspectores veterinarios indios debían desplazarse a España para auditar cada matadero o planta de envasado, un proceso que se demoraba años. Con el capítulo MSF del tratado, la India pasa a confiar en la autoridad sanitaria española, de modo que las plantas homologadas por Sanidad Exterior en España quedan autorizadas automáticamente por la aduana india en un plazo máximo de 40 días, eliminando esta barrera burocrática para la carne de cordero y elaborados de origen animal.

Implicaciones para Empresas Españolas — Requisitos regulatorios

Reglas de Origen y Autocertificación

Para beneficiarse de los aranceles reducidos, el tratado facilita los trámites al permitir que **la propia empresa declare el origen de la mercancía en su factura** (autocertificación), sin pasar por intermediarios. En alimentos elaborados, **se tolera que hasta un 10% del peso del producto lleve ingredientes importados de fuera de la UE** (cláusula de minimis) sin perder la ventaja fiscal. A cambio, la aduana india exige que haya una **elaboración industrial real en España** (prohibiendo beneficiar a productos que solo se embotellen o reetiqueten aquí) y obliga a la empresa a **conservar las facturas y pruebas de trazabilidad durante 5 años.**

Inspección Aduanera y Control FSSAI

Pese a la digitalización de los trámites aduaneros, la autoridad sanitaria india (FSSAI) mantiene el control físico **mediante análisis de laboratorio obligatorios por cada número de lote** que llega a puerto. Para evitar retenciones prolongadas y sobrecostes, es imprescindible **unificar la producción en el menor número de lotes por envío** y realizar una **revisión previa del etiquetado e ingredientes** con el importador local antes de que el contenedor salga de España.

Implicaciones para Empresas Españolas — Estrategia comercial

Estrategia Comercial Clave

Ejes de actuación para el mercado indio

1. Hojas de ruta regionalizadas

India opera como un subcontinente fragmentado por las marcadas diferencias fiscales y licencias de sus 28 estados. Exige priorizar metrópolis *Tier* 1 (*Big-Six*: Mumbai, Delhi, Bengaluru, etc.) antes de intentar una costosa cobertura nacional.

2. Importador único - exclusividad (nacional o regional según producto)

Otorgar exclusividad territorial a un importador único nacional para especialidades *gourmet*, B2B u HORECA, o a distribuidores regionales especializados por estados para bebidas alcohólicas y gran consumo (debido a la fragmentación fiscal y regulatoria de los 28 estados indios). Esta fórmula evita guerras de precios en el lineal bajo el precio máximo fijado (PVP máximo) y motiva al socio local a asumir los elevados costes de tramitación de licencias FSSAI y tarifas de entrada (*listing fees*) en el retail moderno.

3. Posicionamiento en HORECA de lujo

Formar a chefs y sumilleres en hoteles de 5 estrellas actúa como la principal vía de educación del consumidor indio, creando la demanda previa necesaria para dar el salto al retail moderno y a las plataformas de *quick-commerce* (Zepto, Blinkit).

4. Estacionalidad local y regalos

Sincronizar campañas con las festividades clave de la India (Diwali, temporada de bodas) para captar el lucrativo mercado corporativo y familiar de cestas y regalos de alta gama (*gifting*).

Implicaciones para Empresas Españolas — Estrategia comercial

Sostenibilidad Agroalimentaria

El capítulo de Sostenibilidad del acuerdo respalda legalmente los elevados estándares de fabricación europeos (bienestar animal, recetas sin aditivos artificiales o *Clean Label* y envases ecológicos). Esto permite a la industria española posicionar sus productos en el segmento de alta gama, diferenciándose por seguridad alimentaria y calidad ética ante la pujante clase media urbana india frente a la oferta local y asiática de bajo coste.

Cadena de Frío y Logística

Las temperaturas ambientales extremas en los puertos indios de entrada (Nhava Sheva, Mundra) hacen de la cadena de frío el principal cuello de botella. Exige socios con almacenes frigoríficos probados y *hubs* logísticos en las metrópolis puerto de entrada.

Protección de Marca y GIs

Imprescindible registrar las Indicaciones Geográficas (GIs) y marcas comerciales ante el organismo indio DPIIT (Department for Promotion of Industry and Internal Trade), aprovechando el marco de protección del ALC y el acuerdo bilateral paralelo de Indicaciones Geográficas negociado por la UE. Esta acción blindará la autenticidad del producto contra imitaciones y pondrá en valor la garantía del envasado en origen (*Bottled-in-Origin*).

Análisis Sectorial: Carnes y productos del mar

4.1 Carnes y Productos Cárnicos

Contexto de Mercado: India es el 4º productor mundial (avicultura 49%, búfalo 19%, cerdo 4%). El 77% consume carne, pero la importación se dirige a una élite urbana de ~30-40 M de consumidores de alta renta concentrados en las *Big Six* (Mumbai, Delhi, Bengaluru) que pagan por *Food Safety* y trazabilidad europea.

Impacto ALC UE-India: Ovino bajará al 0% en 10 años; cerdo obtiene contingente con tope del 20%; conservas cárnicas al 0% inmediato; embutidos se reducen al 50%. Vacuno y pollo excluidos (excepto: Las preparaciones de pavo (1602.31), de pollo (1602.32) y de otras aves (1602.39) han logrado la categoría EIF (Entry Into Force)).

Posicionamiento Español: España es 15º proveedor (2% de cuota). El 80% del ibérico y charcutería entra vía HORECA de 5 estrellas (Taj Hotels, The Oberoi, ITC, Marriott, Hyatt).

Barreras Críticas: Solo el 38% de hogares tiene frigorífico. Obliga a concentrar ventas en eje Sur/Oeste (Mumbai, Bengaluru) y exige formatos *ready-to-cook* o loncheados.

4.2 Pescados, mariscos y conservas

Macromagnitudes: 2º productor mundial (19,7 Mt); importación crece al +7,35% anual. El pescado congelado y filetes aglutinan casi el 60% de lo importado.

Impacto ALC UE-India: Eliminación inmediata (0%) para filetes de pescado, moluscos y crustáceos de agua fría. Conservas de pescado y marisco al 0% en 5 a 7 años.

Tendencias de Consumo: El consumidor urbano joven demanda congelados de conveniencia (*fish fingers*, *nuggets*) y formatos listos para cocinar.

Estrategia de Entrada: Foco en especialidades (pulpo, cefalópodos, conservas prémium) vía plataformas D2C (Licious, FreshToHome) y alta hostelería.

Análisis Sectorial: Frutas, hortalizas y conservas. Aceites y grasas vegetales.

4.3 Frutas, Hortalizas y Conservas

Paradoja productiva: India es 2º productor mundial agrario (355 Mt), pero apenas procesa el 4,5% de fruta y 2,7% de hortalizas por déficit de almacenamiento.

Frutos Secos: Alta dependencia externa (100% en pistacho). *Diwali* (festividad) concentra >50% de ventas como regalo corporativo.

Aceituna de mesa: España es el 2º proveedor con un 32% de cuota, por detrás de Egipto (líder con un 46%). La producción local india es testimonial (~400 t).

Impacto ALC UE-India: Arancel 0% inmediato para aceitunas, champiñones y trufas; -20% en almendras; y para kiwi, dentro de un contingente arancelario, se desgravará hasta alcanzar el 10% en 11 años.

Restricciones: Exige cadena de frío, sello vegetariano (Punto Verde) y formulaciones sin ajo/cebolla para el segmento jainista.

4.4 Aceites y Grasas Vegetales

Macromagnitudes: 3º consumidor mundial (16,3 Mt) y mayor importador (60% del consumo). Mercado dominado por palma (31%), soja (15%) y girasol (16%).

Aceite de oliva: Representa el 0,09% en volumen y 0,73% en valor (170 M€). Demanda impulsada por problemas de salud urbana (colesterol y salud cardiovascular).

Ventaja ALC (crítica): Eliminación de aranceles (35%-45%). Virgen u orujo en bruto pasan al 0% inmediato; virgen extra y refinados al 0% en 5 años.

Estrategia penetración: AOVE como vector accesible. Comercialización en *Q-commerce*, supermercados *gourmet* y prescripción médica.

Análisis Sectorial: Lácteos, Helados, Panadería y Pastas

4.5 Alimentos lácteos y helados

Contexto y consumo: India lidera la producción láctea local (Amul). Consumo interno concentrado en productos tradicionales (paneer, ghee, curd). Importación UE enfocada en quesos madurados/azules para la élite urbana (~30-40 M de consumidores de alta renta) y el canal HORECA de lujo.

Impacto ALC UE-India: Aranceles actuales elevados (BCD 30-40% + IGST 5%). Queda fuera del marco del ALC. No obstante, existen oportunidades para quesos europeos de alta gama.

Estrategia de Entrada: Introducción de quesos de pasta azul y especialidades (Gouda, Edam, Camembert) en retail *gourmet*, más suministro B2B de lactosuero en polvo.

Restricciones: Sello vegetariano obligatorio (*Green Dot*) en envases y estricta homologación sanitaria de plantas lácteas en origen.

4.6 Panadería y Pastas alimenticias

Contexto y consumo: Autosuficiente en trigo blando (roti/chapati), pero con déficit de trigo duro (durum) y harinas de fuerza. Urbanización y *Q-commerce* impulsan la demanda occidental.

Impacto ALC UE-India: Desarme arancelario favorable con eliminación o reducción acelerada (0% en tramos de 0 a 5 años) para pastas alimenticias, galletas y panadería fina.

Estrategia de Entrada: Exportación de pastas durum de calidad superior y galletas/panadería premium enfocadas en canales digitales y grandes superficies (*Big Six*).

Restricciones: Cumplimiento riguroso de la regla del 60% de vida útil (shelf-life) restante a la llegada al puerto y etiquetado adaptado a FSSAI.

Análisis Sectorial: Cacao, confitería, té y café

4.7 Cacao, Chocolate y Confitería

Situación del Mercado: Valorado en 2.500 M$ (+7,5% anual), con déficit estructural de cacao local que obliga a importar el 62% de materia prima.

Competencia: Mercado masivo saturado por multinacionales (Mondelez lidera con 55%) que usan sucedáneos vegetales más baratos.

Oportunidades España: Inviable competir en volumen; foco en suministro industrial B2B (pasta/manteca), chocolate negro prémium y regalos (Diwali).

Ventaja Arancelaria: Eliminación progresiva del arancel (del 30% al 0% en 5-7 años) para confitería y chocolates elaborados.

Claves Regulatorias: Sello vegetariano "Punto Verde" obligatorio (pectina en vez de gelatina) y norma FSSAI (60% vida útil en aduana).

Logística: Cadena de frío constante (18-20 °C) innegociable para evitar derretimiento y blanqueamiento del chocolate.

4.8 Té, Infusiones y Café Elaborados

Situación del Mercado: Gigante agrícola en té negro (2º mundial) y café Robusta, pero con industria local poco desarrollada en procesados de valor.

Tendencias de Consumo: Crecimiento explosivo del café fuera del hogar (+24% anual) y transición hacia tés funcionales y conveniencia.

Oportunidades España: Potencial en café Arábica de tueste europeo, cápsulas, infusiones funcionales (manzanilla) y tés listos para beber (RTD).

Ventaja Arancelaria: Caída del arancel al 0% (en 5 años) para extractos y solubles, eludiendo el fuerte proteccionismo al grano crudo (80-100%).

Canales Estratégicos: Priorizar hostelería de lujo (HORECA 5*) para cápsulas/prémium y plataformas *Q-commerce* para público joven.

Logística y Aduanas: Almacenes aislados contra humedad del monzón y cumplimiento de la regla del 60% de vida útil en aduanas.

Análisis Sectorial: Salsas, condimentos y comidas preparadas

4.9 Salsas y condimentos

Situación del Mercado: India es el líder mundial en especias a granel, pero la urbanización y los nuevos gustos están disparando la demanda de salsas procesadas y aderezos internacionales.

Oportunidades para España: Inviable competir en especias primarias masivas protegidas en la Lista de Exclusiones india (chile, cúrcuma y comino). El foco estratégico se traslada al azafrán prémium, vinagres de alta gama, mostazas *gourmet*, aderezos mediterráneos y salsas preparadas.

Ventaja Arancelaria: Caída del arancel al 0% (en 5-7 años) para salsas preparadas, vinagres y sal gourmet, esquivando el proteccionismo en especias primarias.

Claves Regulatorias: Priorizar recetas ingredientes naturales y sin aditivos (*Clean Label*) para superar la inspección aduanera FSSAI. Exigencia del sello Punto Verde en el frontal (ej. mayonesas sin huevo para abarcar todo el mercado vegetariano indio) .

Logística y Distribución: Apostar por formatos medios (200-350g) en Q-commerce y exigir almacenes climatizados para evitar que las salsas se corten.

4.10 Platos y comidas preparadas

Situación del Mercado: Sector emergente (+16% anual), dominado en un 90% por recetas tradicionales indias y dependiente de congelados.

Oportunidades para España: Nicho ideal en platos listos para consumir (RTE/RTC) de gastronomía occidental o mediterránea, dirigidos a jóvenes profesionales.

Ventaja Arancelaria: Eliminación total del arancel en aduana (0% en 5 años) para sopas, caldos y preparaciones homogeneizadas.

Logística Inteligente: Evitar congelados por fallos en la cadena de frío india. Exportar platos esterilizados o en conserva a temperatura ambiente.

Adaptación de Producto: Certificado vegetariano triplica el mercado. Usar envases individuales (200-300g) y asegurar 60% de caducidad restante en aduana.

Análisis Sectorial: Nutrición infantil, funcional y alimentación animal

4.11 Dietéticos y Homogeneizados

Situación del Mercado: Crecimiento impulsado por salud preventiva urbana y familias más pequeñas. Producción básica dominada por multinacionales (Nestlé, Abbott).

Oportunidades España: Nichos de alto valor: homogeneizados infantiles prémium, nutrición especializada (proteína vegetal, sin alérgenos) e ingredientes B2B.

Ventaja Arancelaria: Eliminación del arancel básico (del 50% al 0% en 5 años) para alimentación infantil y al 0% (5-7 años) para purés/preparados.

Claves Regulatorias: Registro previo FSSAI, etiquetado "Punto Verde", RDA adaptada a India y prohibición de colorantes en <24 meses.

Logística y Distribución: Regla del 60% de vida útil en aduana. Formatos individuales (*pouches*/tarritos) para *e-commerce* y transporte climatizado.

4.12 Alimentación Animal (*Pet food* y Ganadería)

Situación del Mercado: La ganadería local presenta déficit de productividad (demanda de aditivos y piensos B2B de rendimiento), mientras el sector de mascotas (*pet food*) se dispara en las metrópolis por la "humanización" del animal de compañía, destacando el auge felino (+31% anual en gatos por la vida en apartamentos).

Oportunidades España: B2B en aditivos, premezclas y enzimas; B2C en comida húmeda (*pouches*), snacks, dietas clínicas y línea *Clean Label*.

Ventaja Arancelaria: Caída del arancel (20% al 0% en 7 años) para *pet food*. Apertura inmediata a 0% para acuicultura y rebaja en concentrados.

Claves Regulatorias: Certificación obligatoria "*Non-GMO*". Certificados veterinarios (SIP/DAHD) deben coincidir al 100% con el etiquetado.

Logística Inteligente: Canal hacia clínicas y Q-*commerce*. Almacenaje en naves secas y climatizadas para evitar deterioro por monzón (regla 60% vida útil).

Análisis Sectorial: Bebidas alcohólicas y cerveza

4.13 Bebidas alcohólicas destiladas

Situación del Mercado: Mercado gigante (30.000 M€) dominado por whiskies locales de melaza y conglomerados. Gran fragmentación estatal.

Oportunidades para España: Espirituosos de alto valor añadido (Brandy de Jerez, ginebras botánicas, licores) para coctelería y regalos prémium.

Ventaja Arancelaria: Arancel básico (BCD) bajará del 50% al 20% en 8 años, con un alivio inmediato al 37,50% desde el primer día.

Claves Regulatorias: 28 mercados estatales independientes (sin GST unificado). Exige registro independiente por SKU (cada variedad/formato de botella) en cada estado y etiquetado oficial impreso de fábrica (*Bottled-in-Origin* bajo norma FSSAI).

Logística y Distribución: Estrategia estado por estado focalizada en metrópolis *Big-Six* (Mumbai, Delhi-NCR, Bengaluru), operando obligatoriamente con distribuidores locales autorizados y licencias estatales específicas.

4.14 Cerveza y malta

Situación del Mercado: Valorado en 9.200 M$ y concentrado en 3 multinacionales que controlan >90% con cervezas Lager de alta graduación.

Oportunidades para España: B2C en cerveza súper-prémium, artesanal y 0,0%. B2B en suministro de malta e insumos para la industria local.

Ventaja Arancelaria: Reducción del arancel básico a la mitad (del 100% al 50% en 10 años) para mejorar la competitividad en HORECA.

Claves Regulatorias: Regulación y licencias atomizadas por estados. Exige declaración estricta de fecha de caducidad y cumplimiento riguroso del 60% de vida útil restante a la llegada al puerto indio (norma FSSAI).

Logística Inteligente: Contenedores refrigerados (*reefer*) y almacenamiento climatizado (12-15 °C) indispensables contra el calor indio.

Análisis Sectorial: Vinos, vermut y otras bebidas fermentadas

4.15 Vinos de uva

Situación del Mercado: Industria local limitada (~3.000 ha) y concentrada (Sula 34%). Consumo elitista restringido a ~30-40 M de habitantes de alta renta en 5 metrópolis (Big Five: Mumbai, Delhi, Bengaluru, etc.) que concentran el 85% de las ventas.

Oportunidades España: Baja notoriedad inicial. Enfoque educativo: DOs de prestigio (Rioja, Ribera) para estatus, y blancos/Cava/orgánicos para *Millennials/Gen Z*.

Ventaja Arancelaria: El vino económico (CIF<2,5€/750ml) se mantiene penalizado al 150% para proteger la local. La gama media (CIF 2,5-10€/750ml) bajará al 30% en 8 años y la gama alta (CIF>10€/750ml) al 20%, impulsando las exportaciones de vino envasado en origen (*Bottled-in-Origin*).

Claves Regulatorias: 28 reglamentaciones estatales (*Excise Duties*). Exige sello "Punto Verde" (obligatorio usar clarificantes vegetales/bentonita, evitando albúmina o gelatinas animales) y advertencia de sulfitos (>10 mg/l).

Logística y Distribución: Cadena de frío innegociable (reefer / 15-18 °C). Prescripción clave en HORECA de lujo (sumilleres) y tiendas *gourmet* especializadas.

4.16 Vermut, sidra y otras bebidas

Situación del Mercado: Dependencia total de importación. Vermut liderado por Italia (71% cuota) para coctelería; sidra dominada por Japón, Reino Unido y Suecia.

Oportunidades España: Vermut impulsado por coctelería de autor (mixología) y consumo directo. Sidra artesanal como alternativa refrescante, *Gluten-Free* y de baja graduación frente a la cerveza.

Ventaja Arancelaria: Vermut gama media/alta (>2,5€/750ml) caerá al 30% (gama media) y 20% (gama alta) en 8 años. Y las sidras de valor añadido (>5$) reducirá arancel del 150% al 50% en 11 años; mientras que las más económicas (<5$) quedan fuera de la desgravación.

Claves Regulatorias: Cumplimiento riguroso del 60% de vida útil restante en aduanas indias. Imprescindible certificación y sello "Punto Verde" mediante clarificación vegetal.

Logística Inteligente: Transporte y almacenaje refrigerado (12-15 °C) para preservar la calidad frente al calor extremo. Canales prioritarios: *Q-commerce* y hoteles de 5 estrellas.

Análisis Sectorial: Agua mineral, refrescos y zumos

4.17 Agua mineral y natural

Situación del Mercado: Mercado masivo dominado por agua purificada local en PET (Bisleri, Aquafina) con márgenes asfixiantes. El agua prémium de importación crece un +24% anual en metrópolis.

Oportunidades para España: Nicho exclusivo en agua mineral natural en envase de cristal (330ml/750ml) para la alta hostelería de 5 estrellas (Taj Hotels, The Oberoi), coctelería y tiendas *gourmet*.

Ventaja Arancelaria: Eliminación progresiva del arancel básico (del 30% al 0% en 5 años), permitiendo competir en precio en el canal HORECA de lujo.

Claves Regulatorias: Certificación obligatoria BIS (IS 13428 / Sello ISI) con auditoría en la planta envasadora de origen. Parámetros FSSAI y sello "Punto Verde".

Logística y Distribución: Protección contra el calor extremo (>40 °C) que degrada envases y devalúa la presentación. Transporte refrigerado y almacenamiento protegido.

4.18 Bebidas refrescantes y zumos

Situación del Mercado: Bebidas carbonatadas dominadas por multinacionales. Los zumos puros NFC (*Not From Concentrate* / Exprimidos directos) crecen al +20% anual en la clase media urbana.

Oportunidades para España: Zumos 100% NFC, prensados en frío y de etiqueta *Clean Label*. El sabor naranja (47,6% del mercado) ofrece la mayor ventaja competitiva para la industria española.

Ventaja Arancelaria: Arancel al 0% (en 5 años) para zumos de naranja, manzana y hortalizas; 0% inmediato para arándanos (piña y mostos al 50%).

Claves Regulatorias: La norma FSSAI prohíbe el reclamo "100% Fruta" si procede de concentrado. Prohibición de pajitas de plástico (norma de envases ecológicos) y cumplimiento del 60% de vida útil restante en puerto.

Logística y Distribución: Formatos monodosis (200-250 ml) para *Q-commerce*. Almacenaje climatizado (18-20 °C) para evitar la oxidación y la alteración de color/sabor.

Próximos pasos: Hoja de ruta estratégica

Estrategia de implantación y aceleración para el mercado indio

FASE 01

Diagnóstico y Adaptación

Formulación y *Clean label*: Revisión exhaustiva (Ejemplos: sustitución de cuajos animales por vegetales en quesos, eliminación de gelatinas en aderezos y clarificación vegetal en bebidas (Punto Verde).

Normativa FSSAI y envasado: Diseño de etiqueta con sello obligatorio *Veg/Non-Veg*, cálculo estricto del PVP máximo y garantía de cumplimiento de la regla del 60% de vida útil restante a la llegada a puerto.

FASE 02

Modelo de Entrada

Selección del socio: Importador único exclusivo para B2B/gourmet o redes regionales para consumo masivo.

- **Alimentación Gourmet / HORECA:** Importador único nacional con exclusividad (centraliza la aduana FSSAI, protege el PVP máximo y articula la venta regional mediante sus sub-distribuidores locales)[cite: 1, 3].
- **Alimentación Gran Consumo (*Mass Market*)**: Distribución Multi-Regional / Acuerdos Directos con cadenas de retail (evita acumular márgenes de intermediarios para competir en precio).
- **Bebidas Alcohólicas:** Distribuidores regionales independientes por estado (exigencia legal por la fragmentación fiscal de los 28 impuestos *Excise*).

Acuerdos comerciales:

- **Descuentos de cadena** del 5% al 35% según la figura (márgenes estrechos para mayoristas B2B; hasta el 35% para retail *gourmet*).
- **Cofinanciación promocional:** acuerdos contractuales para compartir costes en acciones de lanzamiento (*listing fees*, catas en tienda y promociones en *Q-commerce*).

FASE 03

Canal HORECA

Estrategia de entrada: Posicionamiento prioritario en la hotelería de lujo (Taj Hotels, The Oberoi, ITC, Marriott, Hyatt) y alta restauración para validar el producto y garantizar la cadena de frío continuada.

Prescripción profesional: Formación y catas con chefs ejecutivos (vía la federación de cocineros IFCA) y sumilleres para educar en el uso del producto y generar notoriedad de marca previa al salto al retail indio.

Próximos pasos: Hoja de ruta estratégica

Estrategia de implantación y aceleración para el mercado indio

FASE 04

Retail y *Q-commerce*

Formatos Ancla: Diseños de bajo gramaje (50g–100g en loncheados/quesos, pouches, frascos medios) para suavizar el impacto del arancel en el PVP final y estimular la primera prueba de compra.

Penetración Digital y Retail: Comercialización en supermercados premium y plataformas de *Q-commerce* (Blinkit, Zepto) impulsada por promociones en festividades clave (Diwali).

FASE 05

Compromiso a Largo Plazo

Estrategia 5–10 Años: Plan de permanencia continuo para capturar el desarme arancelario paulatino del acuerdo comercial, evitando acciones puntuales o envíos aislados sin continuidad.

Protección de Marca e IP: Registro preventivo de marcas comerciales e Indicaciones Geográficas (GIs) ante la DPIIT.

Apoyo Institucional: Apoyo coordinado del MAPA, FIAB e ICEX para cofinanciar acciones de posicionamiento mediante campañas bajo el paraguas de "Spain Food Nation".

Agradecimientos:

#AlimentosdeEspaña - Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) por el apoyo económico para el desarrollo de este estudio.

Colaboración institucional:

Ámbito comunitario e internacional:

COMISIÓN EUROPEA

- Dirección General de Comercio (DG TRADE)
- Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural (DG AGRI)

EUROSTAT

Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI)

Ámbito asociativo:

- Asociaciones miembro de FIAB

FIAB
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

#alimentosdeespaña