



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de Agroquímicos en India Marzo 2017

Este estudio ha sido realizado por
Rosa Peretó Mas, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Mumbai

EL MERCADO DE AGROQUÍMICOS EN INDIA

El mercado de agroquímicos en India cobra un papel fundamental puesto que contribuye al desarrollo del sector agrícola, el cual es imprescindible para el progreso del país por diversas razones. En primer lugar, porque es el sector que mayor ocupación registra en el país: más del 48% del total de población esta empleada en este sector. En segundo lugar, casi el 58% de los hogares rurales dependen de la agricultura como medio principal de subsistencia, configurándose así como un sector primordial para la seguridad alimentaria y la estabilidad social de la Nación.

No obstante, diversos factores han hecho que la productividad agrícola esté disminuyendo, poniendo en peligro la seguridad económica y alimentaria del país.

El primero de ellos es el aumento de la población. La India es la segunda nación más grande del mundo con una población de 1.300 millones, es decir, aproximadamente el 18% de la población mundial, y se espera que esta proporción aumente en los próximos años. Este factor ha desembocado en una creciente demanda de alimentos, que contrasta con la disminución progresiva que se está dando en la cantidad de tierra cultivable.

Por otra parte, hay que decir que el sector agrícola es muy vulnerable a factores climáticos y naturales, por lo que necesita de productos de protección de cultivo para poder desarrollarse debidamente, y así aumentar la productividad agrícola. Las plagas y las enfermedades pueden afectar de una forma significativa la seguridad alimentaria y nutricional puesto que dañan un promedio de 35–45% de los alimentos producidos por los agricultores.

El uso de agroquímicos en el sector agrícola ayuda sustancialmente al desarrollo de su productividad, puesto que son un método efectivo para combatir y evitar los daños causados por plagas, malezas y enfermedades y para mejorar el crecimiento de los cultivos.

En el presente estudio se ha realizado un análisis de las partidas arancelarias 3101, 3102, 3103, 3104, 3105 correspondientes a los abonos, y las partidas 380891, 380892, 380893, 380894, 380899, las cuales corresponden con los insecticidas, fungicidas, herbicidas, inhibidores de germinación, reguladores del crecimiento, desinfectantes, raticidas. Se ha calculado sus volúmenes de importación y cuáles son los países líderes.

El crecimiento del mercado de agroquímicos en la India ha sido positivo durante los últimos años alcanzando 181.600 toneladas en 2015 con una tasa de crecimiento anual compuesta del 4,9%. Las perspectivas para el país van en consonancia con su histórico, ya que se espera que su economía continúe creciendo y, para el caso concreto de los agroquímicos, la tendencia es incluso aún más positiva para los próximos años, con un crecimiento anual estimado del 9,37% en el periodo 2016–2020.

No sucede lo mismo con los fertilizantes, cuyo crecimiento se ha mantenido estable en el periodo 2011–2015, pasando de 37,9 millones de toneladas en 2011 a las 38,1 en 2015.

Por lo que respecta a los precios hay que decir que en el caso de los agroquímicos éstos son fijados por las compañías químicas y varían según la dinámica del mercado. No existe una política gubernamental que regule el precio de los agroquímicos. Por tanto, existen diferentes precios dependiendo de las características del producto y el nombre de la compañía.

El caso de los fertilizantes es diferente; en este sector existen diversas políticas de control de precios por las que se establece un Modelo de Precios en el que la urea se vende a precio de venta uniforme notificado por ley y los fertilizantes fosfatados y potásicos (NPK) se venden a Precios Máximos de Venta. El precio de venta notificado por ley y el MRP son generalmente inferiores al coste de producción. Así, para que los fabricantes puedan obtener un beneficio razonable se han

EL MERCADO DE AGROQUÍMICOS EN INDIA

adoptado diversas medidas, como el “New Pricing Scheme” (NPS) y la “Política de subsidios basada en nutrientes” (NBS). De este modo, la diferencia entre el coste de producción y el precio de venta se paga como subsidio a los fabricantes.

Si nos referimos a la presencia de producto español en India hay que decir que las exportaciones de España a India han sido significativas en los últimos años. En este informe consta un listado extraído del directorio de empresas importadoras y exportadoras de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España que corrobora este hecho.

La red de distribución de estos productos está compuesta por los siguientes agentes: fabricantes (grado técnico), formuladores, distribuidores de los formuladores, minoristas y los usuarios finales.

La cadena se inicia con el fabricante técnico de plaguicidas que se encarga de manufacturar los ingredientes activos, que seguidamente serán procesados por los formuladores para así obtener el producto final. También existen los formuladores externos los cuales fabrican solamente pesticidas técnicos y los pasan a otros formuladores.

Finalmente son los distribuidores los que hacen llegar los productos a diferentes geografías a través de mayoristas que están situados en diferentes áreas. Cabe decir que estos productos se suministran además a los canales de venta, los cuales son responsables de la comercialización directa.

El tratamiento arancelario es diferenciado para los diferentes productos. En el caso de los fertilizantes, encontramos aranceles que oscilan de 0 a 11,403 %. En cambio, si atendemos a los agroquímicos el arancel es mucho más alto, 29,441%.

Otras barreras no arancelarias de las que cabe hablar son las prohibiciones a la importación, fabricación y uso de los diferentes productos, además de la restricción del uso de determinados pesticidas.

En conclusión, a pesar de los retos que presenta el mercado indio de productos agroquímicos, se trata de un mercado que ofrece oportunidades de crecimiento a largo plazo. En primer lugar, la India cuenta con una cuota de mercado de plaguicidas de un 20% en la media mundial. No obstante, está emergiendo como un importante exportador de agroquímicos genéricos y es probable que se refuerce aún más con un número significativo de agroquímicos sin patente por valor de 5.000 millones de dólares en el periodo de 2015 a 2020. Actualmente el 45% de la producción agroquímica india se exporta, sin embargo, creciendo a un ritmo más rápido, se espera que las exportaciones superen el mercado interno en 2020. Por ello, el producto deberá en cierta forma diferenciarse y aportar un valor adicional a los agroquímicos locales.

Asimismo, las actividades de marketing y creación de marca seguirán siendo de vital importancia como motores de crecimiento de los agentes agroquímicos en la India. Este hecho va acompañado de la necesidad de distribuir los productos a través de agentes y distribuidores reconocidos y con fuerte penetración en el mercado.

En resumen, las principales características que deben guiar a las empresas en este proceso son la capacidad de crear marcas, la solidez de la red de distribución y las alianzas estratégicas que proporcionen un fuerte portfolio y una sólida cartera de productos.