

Distribución cinematográfica en la India

A. CIFRAS CLAVE

La industria cinematográfica en la India es un mercado en constante expansión, con un valor estimado de **2.600 millones de euros en 2023**. Se prevé que siga creciendo a una tasa anual compuesta del **3,9 % entre 2024 y 2028**, de forma que podría alcanzar los **3.400 MEUR en 2028**¹.

La India es el mayor productor de películas del mundo, con entre **1500 y 2000 estrenos** anuales. Esta cifra incluye tanto el cine de Bollywood como de industrias regionales.²

La distribución se apoya en una infraestructura en expansión. En 2024 la taquilla generó **4.300 MEUR**, de los que alrededor del **7,5 % del total** proviene del mercado internacional, donde las películas indias recaudaron aproximadamente **325 MEUR**.⁴

Indicador	Dato (2024)	Observaciones
Población	1440 millones de habitantes	TCA 1,26 %.
PIB	364 200 MEUR ³	Ha aumentado un 8,2 % en el último año.
Valor del sector del entretenimiento	26 750 MEUR	Se espera que llegue a 95 500 MEUR en 2030.
Participación en el mercado Asia-Pacífico	8,17 %	Tercer país que más participa.
Crecimiento proyectado de taquilla	9,21 % anual hasta 2028	Se espera que alcance 2600 MEUR en 2028.

Fuente: The Business Research Company (2024). *Asia Pacific Film and Video Market Report*, The Business Research Company.

¹ PwC. (2024). *Insights and perspectives on business model reinvention*. PricewaterhouseCoopers.

² Euromonitor International. (2024). *Filmmaking in India: ISIC 9211*. Euromonitor International.

³ Durante todo el informe se han utilizado los tipos de cambio medio del Banco Central Europeo (1 USD = 1,0724 EUR; 1 INR = 90,7648 EUR).

⁴ PwC. (2024). *Insights and perspectives on business model reinvention*. PricewaterhouseCoopers

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio, el sector audiovisual comprende los servicios de producción, distribución y proyección de películas cinematográficas, radio y televisión y grabación sonora⁵. Igualmente, reconoce tres subsectores:

- Distribución cinematográfica.
- Distribución televisiva.
- Distribución digital a través de plataformas *over-the-top* (en adelante, OTT).

En términos de actividad económica, la distribución puede considerarse parte del sector del entretenimiento y los medios de comunicación, ya que las empresas distribuidoras participan en acuerdos con plataformas de *streaming*, televisión y exhibidores cinematográficos. Además, en algunos informes económicos, se agrupa junto con la producción y la exhibición bajo el concepto de industria del cine y audiovisual⁶.

En lo que respecta al sistema TARIC, el sector se clasifica bajo el código 37.06, que abarca las “películas cinematográficas (filmes) impresionadas y reveladas, con o sin registro de sonido, o con registro de sonido solamente”⁷.

Por último, en cuanto a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), este sector se encuentra en la Sección J: Información y comunicaciones, específicamente en el grupo J59, que corresponde a las actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical. En este grupo, se incluyen actividades como la producción, posproducción y distribución de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión; la exhibición de películas en salas de cine; y la grabación de sonido y edición musical⁸.

B.2. Tamaño del mercado

La industria cinematográfica india es una de las más grandes y dinámicas del mundo, con un tamaño de mercado que alcanzó los 2.600 MEUR en 2023. Se espera que el sector continúe su crecimiento a un ritmo sostenido del 3,9 % anual (CAGR 2023-2028) y que alcance, aproximadamente, 3.400 MEUR en 2028.⁹

En términos de ingresos por canal, la taquilla nacional representa la mayor parte (60,91 % del total), mientras que la distribución a través de plataformas de *streaming* ha crecido hasta alcanzar el 17,77 %. En cuanto al origen de las películas, el cine nacional representa el 75 % de la taquilla india, con ingresos que ascendieron a 1.920 MEUR en 2024. La participación de películas extranjeras ha aumentado hasta representar el 25 % del mercado, con ingresos de 640 MEUR. Las de

PROCEDENCIA DE LOS INGRESOS DEL CINE EN LA INDIA, 2024

En porcentaje del total



Fuente: Statista. (2024). *Procedencia de los ingresos de la industria cinematográfica india en 2024.*

⁵ Organización Mundial del Comercio (OMC). (s.f.). *Servicios audiovisuales*. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/audiovisual_s/audiovisual_s.htm#:~:text=Los%20servicios%20audiovisuales%20comprenden%20os.im%C3%A1genes%20y%20la%20grabaci%C3%B3n%20sonora

⁶ Mordor Intelligence. (s.f.). *Industria de medios y entretenimiento - Análisis de tamaño y participación de mercado*. Recuperado de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/media-and-entertainment-market-landscape>

⁷ Comisión Europea. (s.f.). *EU Customs Tariff (TARIC)*. Recuperado de https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/calculation-customs-duties/customs-tariff/eu-customs-tariff-taric_en

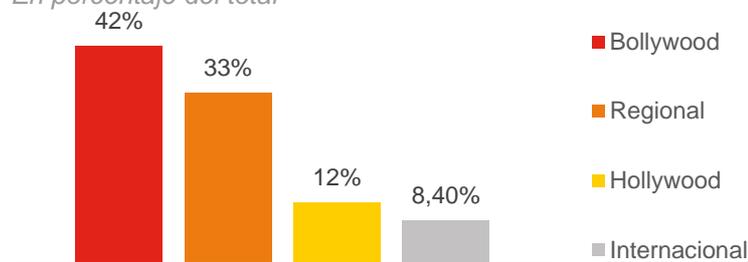
⁸ Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009): División 59 - Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical*. Recuperado de <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?file=05001.px&path=t37/e01/p01/cnae09/a2016/l0/>

⁹ PwC. (2024). *Insights and perspectives on business model reinvention*. PricewaterhouseCoopers.

Hollywood, por su parte, dominan esta categoría, con estrenos de alto presupuesto que han tenido una buena acogida en el país.

DISTRIBUCIÓN DEL CINE EN LA INDIA, 2024

En porcentaje del total



Fuente: ProChile. (2024). *Estudio de mercado: El sector del cine en India v sus localizaciones internacionales 2022*. ProChile.

De hecho, la India se ha consolidado como un mercado clave para la distribución de películas de Hollywood y los acuerdos de coproducción y distribución se han vuelto comunes. Los estudios internacionales han comenzado a asociarse con productoras indias de renombre como **Reliance Entertainment, Dharma Productions** y **Yash Raj Films**, lo que facilita tanto la distribución local como la expansión de las películas de Hollywood a nivel internacional.

B.3. Principales actores

B.3.1. Organismos públicos

- **Corporación Nacional de Desarrollo Cinematográfico (NFDC):** promueve el cine indio con apoyo económico y facilita la distribución de películas tanto en la India como en mercados internacionales. Se centra en fomentar el cine de autor y la distribución de contenido regional e independiente.
- **India Cine Hub (ICH):** anteriormente Oficina de Facilitación de Cine (FFO), opera bajo la NFDC y es un organismo clave para agilizar los permisos de filmación en la India. Funciona como un punto de contacto para cineastas nacionales e internacionales que quieran rodar en el país. Su labor es fundamental para atraer inversiones extranjeras y asegurar que el contenido que se filma en India se distribuye de forma eficiente tanto dentro como fuera del país.
- **Junta Central de Certificación de Películas (CBFC):** para poder distribuirse en cines, todas las películas deben recibir una certificación de la CBFC que acredite que son aptas para difundirse.
- **Autoridad de Regulación de las Telecomunicaciones de la India (TRAI):** supervisa las normas de accesibilidad, las tarifas y las regulaciones de transmisión en plataformas como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+ Hotstar. También establece las pautas para distribuir películas a través de plataformas digitales y regula la publicidad en el contenido audiovisual.

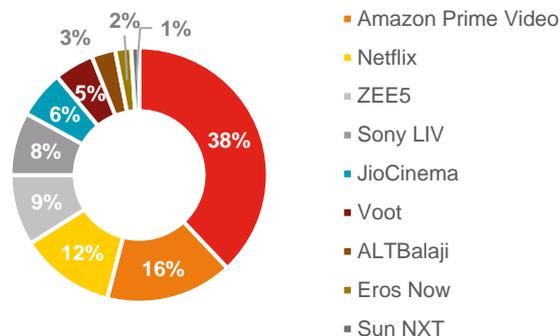
B.3.2. Organismos privados

- **Reliance Entertainment:** es uno de los principales actores en la distribución cinematográfica en la India. Cuenta con capacidad para gestionar grandes producciones y con alianzas internacionales que le permiten distribuir tanto cine local como global. Su colaboración con Amblin Partners, de Steven Spielberg, ha sido una de las más destacadas de los últimos años. Además, gracias a su enfoque en el cine regional ha conseguido penetrar en mercados específicos dentro del país.
- **Disney India (Star Studios):** ha consolidado su dominio tanto en la distribución de contenido de Hollywood como en las producciones locales. Con la adquisición de 21st Century Fox ha fortalecido su presencia en la India, donde ofrece contenido a través de plataformas como Disney+ Hotstar. Además, contribuye al crecimiento del cine indio a nivel global con una distribución que va más allá de las salas de cine.
- **Sony Pictures Networks India:** se ha establecido como un actor clave en la distribución tanto tradicional como digital. A través de su plataforma, Sony LIV, ha diversificado su oferta. Actualmente distribuye cine y series que abarcan desde grandes producciones de Hollywood hasta cine indio. Su presencia en el ámbito OTT ha permitido a la empresa ampliar su alcance y adaptarse a los cambios en las preferencias de los consumidores.
- **Zee Studios:** es una división de Zee Entertainment Enterprises y una de las principales distribuidoras de cine indio y regional. Además de su fuerte presencia en los cines, ha expandido su alcance a las plataformas OTT con ZEE5, donde publica una variedad de contenido original y series internacionales.

- **Viacom18 Studios:** ha crecido en importancia en los últimos años y actualmente es un actor clave en la distribución de películas comerciales y cine regional en la India. Además, con su plataforma Voot, participa en el mercado digital y ofrece tanto contenido de gran presupuesto como cine de autor.
- **Amazon Prime Video:** se ha convertido en uno de los actores más influyentes en el mercado de plataformas OTT. Produce contenido original indio y distribuye tanto películas como series populares en el mercado local y en el internacional. Con ello, ayuda a llevar las producciones indias a una audiencia global.
- **Netflix:** ha incrementado su presencia en el mercado indio y ya es uno de los mayores actores en el espacio digital. Sus contenidos originales indios y su distribución de películas locales e internacionales le han ayudado a atraer suscriptores hasta convertirse en una plataforma clave.
- **Warner Bros India:** ha sido un actor esencial en la distribución de películas internacionales en el país, especialmente cine de Hollywood. La compañía no sólo distribuye grandes producciones de Hollywood, sino que también participa en coproducciones con estudios indios, lo que le permite ampliar su presencia en un mercado cada vez más orientado hacia el contenido global.

PRINCIPALES PLATAFORMAS DE STREAMING EN INDIA (2024)

Por cuota de mercado



Fuente: Statista. (2024). *Film industry in India: Statista dossier. Statista.india en 2024.*

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La India cuenta con acuerdos de coproducción con 16 países, entre los que cabe destacar, por número de producciones, Francia y Reino Unido. Algunos ejemplos de estas colaboraciones son *The Lunchbox* (2013), una coproducción entre India y Francia que recaudó un total de 10 741 725,33 euros¹⁰ o *The Man Who Knew Infinity* (2017), con una recaudación total de 11 324 849,50 EUR¹¹.



Cartel de la serie.

La presencia del cine español en la India es limitada, aunque ha habido ciertos éxitos que han incrementado su notoriedad. La película *Zindagi Na Milegi Dobara* (2011) contribuyó a duplicar el turismo indio hacia el país en el año posterior a su estreno. En los últimos años se han grabado varias películas indias en distintas ciudades españolas. Algunas de las producciones más destacadas incluyen *Anna Bond* (2012), que se ha rodado en Zaragoza, e *Iddarammayilatho* y *Ramayya Vasthavayya* (2013), que se filmaron en Barcelona y Almería, respectivamente.

Las producciones españolas también han encontrado un público considerable en la India, especialmente a través de plataformas de *streaming*. Entre las series más exitosas en el país está *La Casa de Papel*, que alcanzó más de 69 millones de visualizaciones en su primer mes de estreno en Netflix y se convirtió en uno de los contenidos más vistos en la plataforma. De hecho, se mantuvo en el *Top 10* de contenido más visto durante 43 semanas.

Por su parte, *Class*, la versión india de *Élite*, ha sido otro éxito rotundo, con más de 27,7 horas de visualizaciones en los primeros 6 meses¹² y su *debut* como serie más vista en India y Bangladesh y entre las 10 primeras posiciones de Baréin, Maldivas, Mauricio, Omán, Pakistán, Qatar, Emiratos Árabes Unidos y Sri Lanka¹³. Otras series exitosas en este mercado han sido *Gran Hotel* (Prime Video), *Iron Reign* (Netflix), *Red Queen* (Prime Video) o *The*

exitosas en este mercado han sido *Gran Hotel* (Prime Video), *Iron Reign* (Netflix), *Red Queen* (Prime Video) o *The*

¹⁰ IMDb. (s.f.). *The Lunchbox*. IMDb. Recuperado de <https://www.imdb.com/es-es/title/tt2350496/>

¹¹ IMDb. (s.f.). *El laberinto del fauno*. IMDb. Recuperado de <https://www.imdb.com/es-es/title/tt0787524/>

¹² What's on Netflix. (2023, 9 de enero). *Netflix engagement report: Top series and movies by search in 2022*. What's on Netflix. Recuperado de <https://www.whats-on-netflix.com/most-popular/netflix-engagement-report-search/>

¹³ Netflix. (2023). *What We Watched: A Netflix Engagement Report (Jan-Jun 2023)*. Recuperado de https://assets.ctfassets.net/4cd45et68c9f/1HyknFM84ISQpeua6TjM7A/97a0a393098937a8f29c9d29c48dbfa8/What_We_Watched_A_Netflix_Engagement_Report_2023Jan-Jun.xlsx

Last Night at Tremore Beach (Netflix). Además de las series, el cine español también ha tenido un impacto importante con *El laberinto del fauno*, que recaudó 60 711 542 euros en todo el mundo¹⁴ y *The Platform (El hoyo)*, que también entró entre las 10 películas más vistas del momento en Netflix India.¹⁵ Igualmente reseñables son *Mirage* (Netflix), *Eye for an Eye* (Netflix), *Marshland* (Netflix), *The Invisible Guest* (Netflix) o *Magical Guest* (Apple TV).

En cuanto a coproducción y distribución, en 2017 se firmó un acuerdo que permite que las producciones conjuntas se consideren nacionales de ambos países y, por tanto, podrán disfrutar de todas las ventajas que se otorguen tanto en España como en la India.¹⁶ En octubre de 2024 comenzó el rodaje de la primera película en este marco: *Mudras. Tejiendo hilos invisibles*, bajo la dirección de María Salgado y Bobbi Bedy. Se espera que esta colaboración marque un hito en las relaciones cinematográficas entre ambos países y abra nuevas oportunidades para el intercambio cultural y creativo en la industria audiovisual.

C.1. Adaptaciones españolas al mercado indio

Las películas extranjeras de diversos países como Estados Unidos, Japón, Francia, España y Corea del Sur han servido como fuente de inspiración para muchos *remakes* indios. En muchos casos, estas adaptaciones son reinterpretaciones que incorporan elementos culturales propios, de forma que muestran una realidad con la que el público local puede sentirse más identificado.

En particular, el cine español ha tenido un notable impacto en el mercado indio, especialmente en géneros como el *thriller* y el suspense. Películas como *The Body* (2019), un *remake* de la película española *El Cuerpo* (2012), han mantenido la trama central, pero han ajustado el contexto y los personajes a las normas sociales y culturales del país. Asimismo, *Murder 3* (2013), basado en *La cara oculta* (2011), lleva la narrativa española sobre secretos oscuros y tragedias personales a un nuevo público, cambiando los elementos para que encajen con el estilo de Bollywood.¹⁷ Otro ejemplo reciente es el caso de *Badla* (2019), inspirada en *Contratiempo*.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

La India es un mercado emergente con un gran potencial para el cine español, especialmente tras al auge de las OTT, la demanda de contenido variado y las oportunidades de coproducción. A pesar de que el cine español no ha logrado aún presencia significativa en el país, existen oportunidades para que se consolide en este mercado.

Oportunidad	Descripción
Expansión en el mercado regional de cine	Las industrias regionales son enormemente populares en la India y crecen a un ritmo acelerado. Por ello, las coproducciones y el cine español adaptado a estos mercados específicos podrían ser una opción que tener en cuenta para aquellas obras españolas que no encajan en el cine hindí o de Bollywood.
Crecimiento del mercado streaming y OTT	La demanda de contenido global, especialmente de géneros como el <i>thriller</i> , la acción y el drama, ha abierto las puertas para que las películas españolas se distribuyan ampliamente en estas plataformas. Las coproducciones y el contenido digital exclusivo pueden ser una vía clave para el cine español, ya que permiten llegar a una audiencia global sin depender únicamente de la taquilla. Otro de los beneficios que ofrecen las plataformas OTT es que, gracias al doblaje y al subtítulo, superan las barreras lingüísticas, por lo que se facilita la distribución de cine español en mercados no hispanohablantes.

¹⁴ Ministerio de Cultura y Deporte. (2015). *Taquilla internacional 2015* [PDF]. <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:945391a1-2609-4572-8e11-e386343922e8/taquilla-internacional-2015.pdf>

¹⁵ Film Companion. (2020, mayo 27). *The Platform movie on Netflix: My lockdown discovery is a reflection of our unequal, unjust, and despotic society*. Film Companion. <https://www.filmcompanion.in/readers-articles/the-platform-movie-netflix-my-lockdown-discovery-is-a-reflection-of-our-unequal-unjust-and-despotic-society-spanish-movies>

¹⁶ Acuerdo de cooperación en el campo de la coproducción audiovisual entre el Reino de España y la República de la India, firmado el 16 de enero de 2013. (2013). *Boletín Oficial del Estado*, BOE-A-2013-6041. Recuperado de https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2013-6041.

¹⁷ Anil, A. (2024). "Critical analysis on copyright and remake issues in Indian cinema". *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 12(1), 175-186. <https://www.ijcrt.org/papers/IJCRT2401723.pdf>



Coproducciones con la industria india	El acuerdo de coproducción se mantiene como una de las mayores oportunidades para el cine español. Además de los beneficios que se han explicado en el apartado anterior, sirve como plataforma para intercambiar conocimientos técnicos y aportar al cine indio un toque europeo. Dado el creciente número de cooperaciones internacionales en la industria india, España puede aprovechar este marco para expandir su presencia a través de proyectos conjuntos en diversos géneros.
Interés creciente por el cine de autor	La India muestra un interés creciente por el cine independiente, el cine de autor y las producciones que abordan temas sociales y universales. El cine español, con su fuerte tradición en cine de autor y su capacidad para tratar temáticas profundas y emocionalmente resonantes, tiene una oportunidad única para penetrar en el mercado indio. Este tipo de cine tiene un atractivo particular entre las audiencias indias más jóvenes, que están cada vez más expuestas a contenido internacional en plataformas.
Aumento de la colaboración entre plataformas OTT y productoras españolas	Las plataformas OTT globales invierten cada vez más en contenido internacional y la India se ha convertido en un mercado clave para la expansión de estos servicios. Muchas han empezado a producir y distribuir contenido local e internacional, lo que resulta una oportunidad para que las productoras españolas creen contenido exclusivo para el mercado indio. Estos acuerdos de distribución digital permiten que el cine español alcance grandes audiencias sin estrenar las películas en el cine.
Demanda de cine multicultural y diverso	La India cuenta con una gran diversidad cultural y étnica y tiene una gran demanda de contenido internacional que resuene en su propio contexto cultural, pero que también ofrezca algo nuevo. En este sentido, el cine español ofrece una visión única de la cultura y la sociedad europeas, con una identidad y estética que podría atraer a audiencias indias que buscan contenido distinto al de Bollywood.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Intermediarios en la distribución

En la cadena de distribución cinematográfica india, los intermediarios desempeñan un papel fundamental en la distribución de contenido desde los productores hasta el consumidor final. Los principales intermediarios en el mercado cinematográfico indio incluyen:

- **Distribuidores de cine:** en la India, los distribuidores locales tienen un gran impacto, ya que controlan la distribución de películas dentro de regiones específicas. Se encargan de gestionar la estrategia de *marketing*, las proyecciones en cines y de llevar a cabo las negociaciones con plataformas de *streaming*.
- **Agentes de venta:** tienen un papel clave en la negociación de los derechos de distribución con plataformas de *streaming* o canales de televisión. Son responsables de encontrar acuerdos de distribución tanto en la India como en mercados internacionales.
- **Agencias de marketing y promoción:** trabajan en la estrategia de *marketing* para atraer al público a los estrenos en cine y en plataformas OTT. Para ello utilizan campañas en redes sociales, eventos promocionales, y publicidad digital.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

En lo referente a la legislación aplicable, se organiza a través de dos organismos y normativas que regulan tanto el contenido como la distribución. Estos son:

- **Central Board of Film Certification (CBFC):** se encarga de la censura y la clasificación de las películas. El contenido de todas las producciones, tanto locales como extranjeras, debe evaluarse antes de que se exhiban en cines o se distribuyan en plataformas. Así, reciben una certificación en función de su contenido que puede ser: U (para todos los públicos), UA (mayores de 12 años), A (adultos) y S (sólo para profesionales del cine). Igualmente, deben cumplir las normas culturales y sociales de la India, que son bastante estrictas en cuanto a

temas como la violencia explícita, el sexo y referencias religiosas o políticas que puedan ser sensibles para la sociedad.

- **Ministerio de información y Radiodifusión de India:** tiene que aprobar las películas internacionales para que se puedan distribuir en el país. Esto puede resultar una barrera de entrada ya que, además, la India ha instaurado un sistema de cuota que limita la cantidad de películas extranjeras que se pueden proyectar en los cines, especialmente en zonas rurales. Con esta medida el Gobierno busca favorecer la producción local y limitar la presencia del cine internacional en las pantallas indias, aunque las plataformas OTT ofrecen más flexibilidad en la distribución digital.

En el caso de las coproducciones, es fundamental que se cumplan los requisitos que establece el [tratado bilateral de coproducción](#) para que las obras puedan considerarse nacionales de los dos países. Entre ellos están la participación significativa tanto de España como de la India; la aportación de recursos equitativa; el cumplimiento de las normas de distribución y exhibición de ambos países; y que se cumplan los plazos establecidos.

E.3. Ferias

- [International Film Festival of India \(IFFI\)](#)
 - 20-28 de noviembre de 2025 en Goa.
 - Es uno de los festivales más importantes de la India, incluye tanto el cine indio como el internacional, con proyecciones y eventos que promueven el cine de autor y las coproducciones.
- [Mumbai Film Festival \(MAMI\)](#)
 - 19-24 de octubre de 2025 en Mumbai.
 - Se centra en promover el cine de autor y experimental, se trata de una plataforma para cineastas internacionales y locales.
- [Film Bazaar](#)
 - 20-24 de noviembre de 2025 en Goa.
 - Un mercado de cine que facilita la coproducción y distribución de películas. Conecta a cineastas y distribuidores internacionales con la industria india.
- [FICCI Frames](#)
 - Fechas no publicadas, en Mumbai.
 - Una conferencia sobre medios y entretenimiento que reúne a líderes de la industria de cine, televisión y OTT. Ofrece oportunidades de *networking* y discusiones sobre las últimas tendencias tecnológicas.
- [International Children's Film Festival India \(ICFFI\)](#)
 - 14-20 de noviembre de 2025 en Hyderabad.
 - El mayor festival de cine infantil de la India se dedica a promover el cine educativo y creativo para niños, con una fuerte presencia de cine internacional.
- [Dharamshala International Film Festival \(DIFF\)](#)
 - Fechas no publicadas, en Dharamshala, Himachal Pradesh.
 - Se especializa en cine independiente, de autor y documentales, sirve como una plataforma para cine alternativo y culturalmente diverso.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Central Board of Film Certification (CBFC): <https://cbfcindia.gov.in/>
- Ministry of Information and Broadcasting: <https://mib.gov.in/>
- Film Bazaar: <https://www.filmbazaarindia.com/>
- NFDC - National Film Development Corporation: <https://www.nfdcindia.com/>
- Film and Television Institute of India (FTII): <https://www.ficci.in/>
- Department of Industrial Policy and Promotion (DIPP): <https://dpiit.gov.in/>
- India Trade Promotion Organisation (ITPO): <http://www.itpo.gov.in/>
- Filmography India: <https://www.filmography.in/>
- Film Industries in India: <https://www.filmindustries.in/>

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Mumbai** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en la **India**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de la India, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

One World Centre, Tower 2, Wing B, 7th Floor
Senapati Bapat Marg,
Lower Parel
MUMBAI [00013 – India
Teléfono: +91 22 6740 6800
Correo electrónico: mumbai@mineco.comercio.es
<http://India.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

Ana Ladrón de Cegama Casado

Oficina Económica y Comercial
de España en Mumbai

mumbai@comercio.mineco.es

Fecha: 07/04/2025

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250231

www.icex.es



FICHAS SECTOR INDIA



ICEX España
Exportación
e Inversiones