



El mercado de aceite de oliva en India

A large, light gray, semi-transparent version of the ICEX logo is positioned in the background, behind the main title text.

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva Delhi

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.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

15 de abril de 2024
Nueva Delhi

Este estudio ha sido realizado por
Cristina Montiel Sánchez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva Delhi

<http://india.ofcinascomerciales.es>

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

NIPO: 224240080

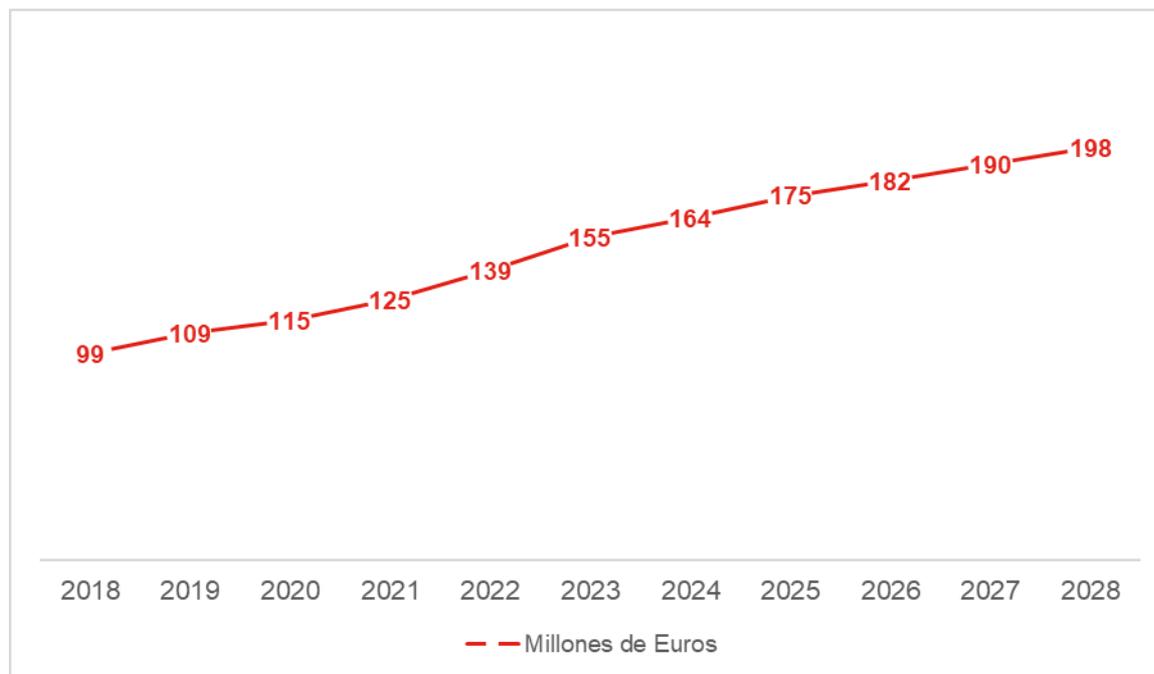


El estudio analiza el mercado del aceite de oliva en India en el contexto del resto de grasas vegetales. Para ello, se han tenido en cuenta las partidas arancelarias 15.09 y 15.10 del Sistema Armonizado (HS/SA) de la Organización Mundial de Aduanas.

El mercado del aceite de oliva en India es relativamente pequeño y se encuentra en una fase inicial de desarrollo. A pesar de su crecimiento continuo, representa tan sólo el 4 % del volumen total de las grasas vegetales consumidas en la India. En cuanto a su crecimiento, en el periodo 2023-25, presenta una tasa de CAGR del 16,2 %. Para el aceite de oliva en concreto, la tasa de CAGR para el mismo periodo es 2,54 %.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE ACEITE DE OLIVA EN INDIA Y PREVISIONES

En millones de euros.



Fuente: Euromonitor, Edible Oils in India, 2024.

En lo referente a las importaciones indias de aceite de oliva, estas aumentaron hasta el año 2018, y se redujeron considerablemente debido a la desaceleración económica que experimentó el país en 2019 y la crisis provocada por la pandemia. Sin embargo, a partir de 2020 comenzaron a aumentar de forma gradual situándose en 2022 en 270 M euros. La categoría 15.09 es la que más ha crecido.

España es el principal exportador de aceite de oliva a India, tanto en valor como en volumen. Las importaciones están dominadas por empresas españolas, que representan el 14 % del total,



seguidas de las italianas, y a gran distancia de estas, las del resto de competidores. La partida 15.10 agrupa la mayor cifra de exportación española a India.

Por otro lado, la producción local de aceite de oliva en India es pequeña, en 2023 no alcanzó las 150 toneladas, por lo que no se considera una competencia para la exportación española.

India cuenta con una población de más de 1.428 millones de habitantes con una media de edad de 27,3 años. Su población es eminentemente joven y progresivamente urbanizada. De acuerdo con datos del FMI, India es la quinta economía del mundo en términos de PIB nominal y la proyección es que alcance la cuarta posición en 2025, por detrás de EE. UU., China y Japón. Con el crecimiento económico y el desarrollo urbano ha surgido una nueva clase media, con un poder económico cada vez mayor, relacionado intrínsecamente con el incremento del consumo de alimentos de mayor valor añadido como el aceite de oliva. La demanda se alimenta de la clase alta, y las clases medias trabajadoras y urbanizadas que están cada vez más preocupadas por una dieta sana y están empezando a introducir el aceite de oliva en la misma. A su vez, cabe destacar que el precio es la principal variable de decisión para los consumidores. El consumidor indio no siempre diferencia entre las modalidades virgen, oliva y orujo. La sociedad india no es una sociedad muy influenciada por las marcas de los productos y su imagen corporativa en temas agroalimentarios: por ello, se decanta siempre por el mejor precio.

El precio del aceite de oliva es superior al de otras grasas vegetales, en torno a los 13 EUR por litro.¹ Poco a poco, a base de promoción y distribución, el aceite de oliva está consiguiendo hacerse un hueco dentro del sector de aceites comestibles. Los sustitutivos del aceite de oliva son los aceites vegetales refinados como el de palma y soja, que copan los mayores porcentajes de ventas en el país.

Un aspecto fundamental para la empresa exportadora española es la distribución. Mientras aceites como el de soja o palma pueden encontrarse fácilmente en tiendas minoristas y *kiranas*, el aceite de oliva se suele encontrar, sobre todo, en los supermercados e hipermercados de gama media y media-alta, además de la distribución online (sólo en las grandes ciudades) y en el canal HORECA, que en India agrupa el 40 % de las ventas totales de grasas vegetales.

Cabe destacar que una parte del aceite de oliva importado, en particular el virgen, se destina a fines cosméticos y terapéuticos en el mercado indio. Además, dadas las propiedades saludables del producto, suele ser recetado por los médicos a una población cada vez más diagnosticada con enfermedades cardiovasculares.

Otro punto importante, que podría representar un menor crecimiento del mercado, son los aranceles que en los últimos años han sufrido un gran incremento. En la actualidad, para el aceite de oliva crudo, de orujo crudo y de oliva refinado son del 45 %. A estas subidas del arancel hay que añadir el impuesto Social Welfare Surcharge del 10 %. La UE e India están en negociaciones para

¹ Propia cálculo realizado a partir del *store check* realizado por la Ofecomes.



formalizar un acuerdo de libre comercio que podría traer una reducción arancelaria para ciertos productos agroalimentarios. No obstante, a fecha de publicación de este informe aún no existe visibilidad sobre los aspectos que se incluirían y a que productos afectarían.

Con todo, el mercado del aceite de oliva en India representa una gran oportunidad para las empresas españolas. El reto que se presenta es que su uso en la cocina se generalice, haciendo de su consumo un hábito. Las claves para el éxito para las empresas españolas están en gestionar bien la distribución, delimitar el alcance geográfico, promocionar bien el producto y aprovechar los nichos de mercado.

icex

ICEX

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](#)

www.icex.es

