



Estudios de Mercado  
**RESUMEN EJECUTIVO**

# El mercado de la carne en India

## Noviembre 2016

Este estudio ha sido realizado por  
María Eugenia Caravaca Bayo, bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Nueva Delhi

## EL MERCADO DE LA CARNE EN INDIA

La delimitación del mercado en este estudio ha partido de la clasificación arancelaria del sistema armonizado y de la clasificación por tipo de producto cárnico. No obstante, se han seleccionado los productos de cerdo como aquellos que se consideran de mayor interés para la oferta española y la demanda india y se ha realizado un especial hincapié en el análisis de su situación.

India tiene actualmente una de las principales producciones ganaderas del mundo pero su potencial es todavía mayor si no estuviera limitado por los condicionantes socioculturales y religiosos. Mayoritariamente la producción es extensiva lo cual continúa limitando el desarrollo del sector, siendo la única producción intensiva la de ave, que debido a sus características y al consumo del país, es más rentable que la de otros animales.

La producción de cerdo, a pesar de haber aumentado en los últimos ejercicios, continúa siendo muy reducida, por lo que las importaciones siguen suponiendo un porcentaje importante en comparación a la producción. Esta se concentra principalmente en las regiones de este y nordeste del país, que comprende alrededor del 63% del total de cerdos.

En India, la oferta está especialmente afectada por el sector de la distribución dada la falta de instalaciones de calidad dedicadas a la matanza, la falta de infraestructuras dedicadas a la cadena de frío y la necesidad de mejora de la productividad del sector. Además, la escasa penetración del sector minorista de alimentación de calidad, limita el acceso al consumidor final a pesar de los cambios que se están produciendo en las tendencias de consumo.

En conjunto se puede afirmar que no existe una industria productora grande y moderna de carne en India. La industria de los productos cárnicos se desarrolla en gran medida en el sector informal y desorganizado. No obstante, se aprecia un esfuerzo por la mejora y modernización de las instalaciones y un incremento del número de mataderos y de industrias del procesado de carne.

El mercado de los productos cárnicos importados es reducido debido a los condicionantes culturales del país (principalmente la religión y la capacidad económica de su población), a las ineficiencias que genera la falta de infraestructuras en la cadena de frío y a la producción de carne de la que ya disponen.

Las importaciones se producen para aquellos productos de los que carecen, en general productos preparados o productos de cerdo. Entre los productos preparados se encuentran los diferentes productos procesados de carne de cerdo como pueden ser los embutidos. Entre los principales proveedores de carne de cerdo en los últimos tres años destaca Bélgica y en segunda posición Sri Lanka, así como España como tercer proveedor de este tipo de carne (sin alcanzar los 200.000 USD anuales).

Como consecuencia de lo anterior, la demanda de productos cárnicos en India es muy reducida y se encuentra dividida en segmentos claros. Debido al elevado precio de los productos importados, se encuentra que la demanda se concentra en un porcentaje limitado de la población con un poder adquisitivo medio y elevado, urbana, y, de manera creciente, joven e influida por las pautas de consumo de los países occidentales.

En el caso de los productos de cerdo importado la demanda se concentra en el sector HORECA, en productos de alto valor añadido (elaborados o procesados). Un segundo foco de demanda es la industria del procesado local, que demanda carne de cerdo fresca de calidad para su posterior

## EL MERCADO DE LA CARNE EN INDIA

elaboración. Esta es una oportunidad a medio plazo, ya que la industria de la carne procesada en India es todavía incipiente.

Otras dos problemáticas importantes a considerar para los productos cárnicos importados en el mercado indio son el impacto de los precios y las barreras de acceso al mercado.

En India, el precio de la carne fresca vendida en el sector informal y tradicional es muy competitivo (dada su baja calidad y la necesidad de vender el producto lo antes posible por la falta de instalaciones de mantenimiento). Los productos cárnicos importados tienen un precio muy superior a los producidos localmente, debido principalmente a la importante carga que suponen los aranceles y tasas a la importación y a los costes del transporte interno en condiciones de refrigeración adecuadas (aunque el grado de aumento depende del canal, siendo inferior en el canal HORECA). En el caso de los productos de cerdo se estima que el precio es entre dos y tres veces superior.

Por otro lado, las barreras no arancelarias son uno de los principales quebraderos de cabeza de los exportadores e importadores. Ningún producto de origen animal puede ser importado en India sin un Permiso de importación y sin un Certificado sanitario de importación válidos del DAHDF (autoridad competente), lo cual dificulta en la práctica la importación. Por otro lado, en el caso español, se espera una mejora de los requisitos de acceso ya que se ha eliminado el requisito indio de que el país estuviera completamente libre de la enfermedad de *Aujestzky*, que bloqueaba las productos con origen español.

El consumo de producto cárnico español en India es muy escaso. No obstante, las cifras totales de importación de cárnicos no son muy elevadas y, en este contexto, España es el tercer país proveedor. Además, España es conocida entre los profesionales y expertos del mercado por la calidad de sus productos de cerdo, de carne tanto fresca como curada.

Por otro lado, la expansión del sector hotelero, principal canal de distribución de estos productos, ayudará al aumento de la demanda. Esto plantea una oportunidad para todos los segmentos, pero especialmente para aquellos de calidad destinados a un consumidor educado y de cierto poder adquisitivo.

No obstante, y a pesar de que las perspectivas son positivas, este no es un mercado muy amplio dados los condicionantes socioeconómicos y el dominio del mercado con carnes de producción doméstica. Además, la mala imagen del cerdo, al ser considerado un animal impuro y con bajas condiciones higiénicas, merma las posibilidades de crecimiento del sector. De este modo, no se esperan cambios de gran magnitud a corto plazo.