

Aceitunas en India

A. CIFRAS CLAVE

España exporta aceitunas a varios países, destacando Portugal, Egipto, Argentina, Italia y la India como principales destinos.

Las partidas arancelarias más importantes son la 200570, que corresponde a aceitunas preparadas o conservadas sin congelar, y la 071120, que corresponde a aceitunas conservadas. España es el mayor exportador de aceitunas a la India en ambas categorías. La partida 200570 es la más significativa, con un valor de exportación de 2.574.922 euros en 2023. Sin embargo, la partida 071120 está mostrando el mayor crecimiento.

El consumo de aceitunas en la India está aumentando, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 4,2 % para el período 2024-2030.

El principal competidor de España en el mercado indio es Egipto, aunque también están presentes Marruecos, Turquía, Estados Unidos, Italia y Portugal.

Además, varias empresas indias importan aceitunas a granel para venderlas bajo sus propias marcas, destacando en muchos casos la procedencia española de las aceitunas.

El arancel para importar aceitunas a la India es del 30 % para todas las partidas arancelarias de este producto, y también es necesario cumplir con las regulaciones de la Autoridad de Seguridad y Normas Alimentarias de India (FSSAI).

El precio medio del kilogramo de aceitunas verdes enteras sin hueso en India es de 547,78 rupias (6,10 euros). En el caso de las aceitunas negras, el precio medio es de 857,98 rupias (9,56 euros), lo cual es ligeramente superior al precio medio en España.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

Las aceitunas se clasifican en cuatro partidas arancelarias dependiendo de su procesamiento previo a la exportación. Estos son los siguientes: las aceitunas en conserva se clasifican como hortalizas conservadas y su TARIC es 071120. Las aceitunas frescas o refrigeradas están recogidas dentro de la partida arancelaria 070992. La partida arancelaria de las aceitunas preparadas o conservadas sin congelar es 200570. Por último, las aceitunas cocidas o congeladas corresponden al TARIC 07108010.

En el mercado indio, las aceitunas que más se importan son las correspondientes a la partida 200570, aceitunas preparadas o conservadas sin congelar. Las aceitunas en conserva también se importan a este país. Sin embargo, las cocidas y las frescas no son de interés en el mercado ya que, en todo el periodo analizado, de 2019 a 2023, no se han importado.

PARTIDAS ARANCELARIAS RELEVANTES PARA EL ESTUDIO

Código arancelario	Descripción de las partidas arancelarias
071120	Aceitunas conservadas
070992	Aceitunas frescas o refrigeradas
200570	Aceitunas preparadas o conservadas sin congelar
07108010	Aceitunas cocidas o congeladas

B.2. Tamaño del mercado

La producción de aceitunas de la India no es relevante. En el estado de Rajastán se plantaron 260 hectáreas de olivos en 2016, sin embargo, la mayor parte de la producción de estos se destina al aceite de oliva. Por ende, las aceitunas que se consumen en la India son casi en su totalidad importadas.

El valor de las importaciones de aceitunas en 2022 fue de 438.648 euros y 346.920 kilogramos para la partida arancelaria 071120 (aceitunas conservadas) y de 7.665.000 EUR para la partida arancelaria 200570 (aceitunas preparadas).

Se trata además de un mercado en crecimiento: la tasa CAGR estimada es del 4,2 % para el periodo de 2024 a 2030.¹

Las aceitunas españolas son muy relevantes en el mercado indio. En 2022, supusieron un 33,59 % del total de las importaciones de la partida arancelaria 200570 (aceitunas preparadas), y un 70,91 % de las de aceitunas conservadas (TARIC 071120). España es el primer exportador en términos de valor y volumen de ambas partidas arancelarias. En las aceitunas conservadas le siguen Egipto y Portugal, y en las preparadas Turquía, Egipto y Marruecos.

Las aceitunas que más compiten con las españolas son las egipcias, que suponen el 9,20 % de las importaciones de este producto en la India, y son relevantes en las dos partidas arancelarias analizadas. A pesar de esto, España ha sido líder en ambas partidas durante todo el periodo analizado (2019-2023).

¹ Table Olives Market: Global Industry Analysis for Forecast Period ([maximizemarketresearch.com](https://www.maximizemarketresearch.com))

IMPORTACIONES DE ACEITUNAS CONSERVADAS (071120), POR PAÍSES DE ORIGEN

Valor en euros

País	2020	2021	2022
Egipto	217.000	296.000	187.000
Portugal	88.000	92.000	90.000

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap (2024).

IMPORTACIONES DE ACEITUNAS PREPARADAS (200570), POR PAÍSES DE ORIGEN

Valor en euros

País	2020	2021	2022
Turquía	200.000	583.000	803.000
Egipto	199.000	146.000	184.000
Marruecos	128.000	224.000	288.000

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap (2024).

B.3. Consumo

El consumo de aceitunas no está muy extendido en la India. Los principales consumidores son jóvenes interesados en la cultura, costumbres y gastronomía occidental. Se trata de consumidores más selectos que buscan nuevas experiencias y productos de calidad. Además, los consumidores de este producto se encuentran en zonas urbanas del país.²

Una de las formas más populares para el consumo de aceitunas es como ingrediente para pizza. De hecho, hay aceitunas que se comercializan directamente incluyendo expresiones como “para usar en pizza” o “topping para pizza”. Además, todas las aceitunas que se venden en la India son sin hueso.

Este producto se está popularizando también en restaurantes de calidad que buscan innovar su oferta y crear platos que combinen los sabores indios tradicionales con productos y sabores occidentales.

Debido a que las aceitunas que se consumen en el país son en gran parte importadas, el consumo prácticamente corresponde con la importación total.

IMPORTACIONES DE ACEITUNAS PROCEDENTES DE ESPAÑA

Volumen en kilogramos

TARIC	Producto	2019	2020	2021	2022	2023	Variación % (2022- 2023)
071120	Aceitunas en conserva	483.460	303.305	318.560	242.844	310.124	27,7 %
200570	Aceitunas preparadas o conservadas sin congelar	3.977.129	1.309.231	2.462.391	3.570.276	1.366.307	-62,57 %

Fuente: Elaboración propia con datos de Datacomex (2024).

² https://olivesatyourtable.in/wp-content/uploads/2021/02/NdP_INDIA-EN.pdf

IMPORTACIONES DE ACEITUNAS PROCEDENTES DE ESPAÑA

Valor en euros

TARIC	Producto	2019	2020	2021	2022	2023	Variación % (2022-2023)
071120	Aceitunas en conserva	924.667	488.433	605.408	307.053	336.705	9,65 %
200570	Aceitunas preparadas o conservadas sin congelar	4.245.058	1.903.222	3.492.110	5.644.430	2.574.922	-54,38 %

Fuente; Elaboración propia con datos de Datacomex (2024).

B.4. Principales actores

Hay varios actores internacionales relevantes presentes en el mercado indio. Además, hay marcas indias como **Olicoop**, **Happy Chef**, **Green Piece by K3 Masala** y **Neo Foods**, cuyas aceitunas son importadas, aunque manufacturadas en India. Estos productos destacan por mencionar la procedencia de las aceitunas y por tener un precio algo inferior al de las marcas internacionales.

PRINCIPALES COMPETIDORES INTERNACIONALES EN EL SECTOR

País	Descripción
España	Las principales marcas españolas presentes en el mercado indio son: Borges y Figaro . Son las que más tipos de aceitunas comercializan (aceitunas verdes, negras, sin hueso, en rodajas y algunas rellenas) en la India y las principales marcas presentes en los canales analizados.
Estados Unidos	Las dos marcas estadounidenses presentes en India son Del Monte y American Garden . Del Monte comercializa aceitunas negras y verdes tanto enteras como en rodajas, así como rellenas. Sin embargo, American Garden tiene menos variedad.
Italia	La principal marca italiana presente en India es Dolce Vita . Sus aceitunas son más caras que las demás debido a la variedad, de mayor tamaño, y a su posicionamiento <i>premium</i> .

Fuente: Elaboración propia con datos del *storecheck* realizado en tiendas relevantes y en el canal *online*.

PRINCIPALES COMPETIDORES INDIOS EN EL SECTOR

Empresa	Descripción
Surech Kumar & Co. (Impex) Pvt. Ltd.	Esta empresa cuenta con dos marcas de aceitunas Olicoop y Abbie's . Ambas marcas están presentes en tiendas físicas y canales <i>online</i> . La empresa comenzó exportando arroz indio a Europa y Estados Unidos en 1983 y actualmente su principal actividad es la importación de productos europeos y asiáticos que comercializa bajo sus 28 diferentes marcas. Entre sus productos, destacan la pasta, el aceite de oliva, las aceitunas, las salsas para pasta y ensaladas o el vinagre.
Happy Chef	Esta marca creada en 2015 pertenece a Big Basket, por lo que sólo se comercializa en esta plataforma.
Neo Foods	New Foods comercializa verduras y frutas encurtidas y en conserva. No se encargan del cultivo de sus productos, sino de la gestión posterior. El envasado de sus productos se realiza en sus

	instalaciones en Tumkur (a 75 km de Bangalore). La empresa está presente en 9 países aparte de la India bajo diferentes nombres, ya que adaptan su marca a cada mercado.
K3 Masala	K3 Masala comercializa con encurtidos, aceites y especias. La marca bajo la que venden aceitunas en el mercado indio es Green Piece .

Fuente: Elaboración propia con datos del *storecheck* realizado en tiendas relevantes y en el canal *online*.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

España es líder mundial en producción y exportación de aceituna de mesa, con el 62 % de la producción total de la Unión Europea y el 17 % de la mundial. En 2022, España exportó aceitunas por valor de 874.752.607 euros y en 2023 este valor aumentó a 915.512.262 euros.³ De este total, 50.291.000 euros correspondieron a la partida arancelaria 071120 en 2022 y 49.295.000 euros en 2023. En cuanto a la partida arancelaria 200570, España exportó producto por un valor de 801.346.000 euros en 2022, y 819.277.000 euros en 2023. Por ende, el tipo de aceituna que España más exporta, son las **aceitunas preparadas o conservadas sin congelar**.

Además, en España hay 2,75 millones de hectáreas de olivos, de los cuales 197.335 se destinan a las aceitunas de mesa.⁴

Las aceitunas españolas tienen una presencia consolidada en la India ya que son las más consumidas. Están presentes tanto a través de marcas españolas, como de marcas indias que compran aceitunas importadas a granel y las envasan en el país.

Para mejorar aún más la percepción del producto español, se han organizado campañas con el objetivo de promocionar este producto y que sea reconocido como un producto español.⁵ ICEX, Andalucía Trade e Interaceituna han organizado diferentes campañas con este objetivo:

- **Televisión nacional:**
 - Anuncio de televisión para hablar de los beneficios de las aceitunas.
 - Participación en programas de televisión sobre cocina: se han hecho 8 recetas con aceitunas con 5 chefs diferentes.
- **Canal HORECA:**
 - Acción en restaurantes en Goa, Nueva Delhi y Mumbai. Se elaboraron recetas con aceitunas para que estos restaurantes los incluyeran en su menú durante un mes.
 - Taste Spain.
- **Contenido digital:**
 - Video recetas difundidas en las redes sociales.
 - Reparto a 100 *influencers* indios de caja personalizada con aceitunas de distintos tipos y un recetario.

D. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

La creciente occidentalización de las preferencias del consumidor tiene un efecto positivo en la demanda de aceitunas y supone una oportunidad para este producto en la India. Además, España ya es el principal país desde el que India importa aceitunas y la percepción del producto español es positiva. La gran mayoría de las aceitunas presentes en el mercado, tanto en el canal presencial como *online*, son españolas.

España tiene un especial potencial en cuanto a la partida arancelaria 071120, aceitunas en conserva, puesto que las importaciones de esta partida están aumentando en valor y volumen. Todavía no se han recuperado los valores prepandemia, por lo que se estima que la demanda podría volver a crecer hasta llegar al punto de recuperación en próximos años.

³ Datacomex, 2024.

⁴ <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/aceituna.aspx>

⁵ <https://interaceituna.com/promocion/india-2022/>

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Las aceitunas se distribuyen tanto en el canal HORECA como en el *retail*. Sin embargo, la mayoría, un 70 %, se vende al canal HORECA, mientras que el 30 % restante se distribuye en pequeñas tiendas o *kiranas* y a través de plataformas *online*.

Aunque las ventas *online* están aumentando, la mayoría de las compras de aceitunas todavía se realizan en supermercados y *kiranas*. Plataformas de comercio electrónico como **Swiggy**, **Big Basket** y **Blink it** han ganado popularidad después de la pandemia de COVID-19. Los productos en estos canales suelen tener un precio ligeramente más alto que en las *kiranas*, una diferencia que los consumidores de clase media alta están dispuestos a pagar.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

Existe un arancel a la importación de aceitunas, del 30 % para las cuatro partidas arancelarias analizadas: 071120, aceitunas en conserva, 200570, aceitunas preparadas o conservadas sin congelar, 070992, aceitunas frescas o refrigeradas y 07108010, aceitunas cocidas o congeladas.

Además del arancel, existen las siguientes barreras no arancelarias establecidas por la Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI⁶):

E.2.1. Estándares para aceitunas

La última notificación se publicó el 5 de junio de 2017⁷. En este documento, la FSSAI define tres categorías de aceitunas en India:

- Aceitunas verdes.
- Aceitunas que cambian de color: aquellas que se ha recogido antes de su maduración.
- Aceitunas negras.

El documento también establece los tipos de procesos permitidos, así como una lista de ingredientes, que son los únicos que se pueden añadir a las aceitunas para su venta en India y que son los siguientes: agua, sal, vinagre, aceite, miel u otros azúcares o edulcorantes, especias y hierbas aromáticas, salmuera para el envasado, bacterias lácticas y levadura. Incluye, además, un listado de aditivos permitidos.

E.2.2. Envasado y etiquetado

Es obligatorio que este esté en inglés y si se trata de aceitunas rellenas, se debe incluir el contenido del relleno de la siguiente forma:

“Olives stuffed with ... (single or combination of ingredients)”

“Olives stuffed with... paste (single or combination of ingredients).”

⁶ Organismo encargado de regular la fabricación, almacenamiento, distribución, venta e importación de productos alimentarios en la India (<https://fssai.gov.in/>).

⁷ https://www.fssai.gov.in/upload/advisories/2021/05/60aa71f0dd6e3Operationalization_Table_Olives_05_06_2017.pdf

E.3. Precio

En India, el precio medio del kilogramo de aceitunas verdes enteras sin hueso es de 547,78 rupias o 6,10 euros. Para las aceitunas negras, el precio medio es de 857,98 rupias, equivalente a 9,56 euros.⁸

En España, el precio medio de las aceitunas verdes enteras sin hueso es 6,07 euros. En cuanto a las aceitunas negras, es de 8,04, aunque en esta variedad de aceitunas hay un rango bastante amplio de precios y variedades de aceitunas negras que no se han considerado, puesto que su calidad y posicionamiento es muy diferente del de las aceitunas negras en India.

El precio medio entre las aceitunas en España y en la India no difiere en exceso. No obstante, la aceituna que se vende en el mercado indio es de menor calidad y cuenta con menores variedades que el mercado español. Por tanto, las variedades de aceituna española más *premium* tienen mayores dificultades de acceso.

El precio es un factor esencial para el consumidor indio. Es la principal variable de decisión entre distintas marcas de aceitunas. 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.

Algunos de los márgenes y costes aproximados que establecen los diferentes agentes involucrados en la distribución de las aceitunas oscilan alrededor de las siguientes cuantías:

- Importador: 20 %
- Logística: 15 %
- Distribuidor: 15 %
- Mayorista: 14 %
- Minorista: 10 % - 35 %



E.4. Ferias

PRINCIPALES FERIAS DE INTERÉS

Nombre	Descripción
Aahar	Evento B2B coordinado por la Indian Trade Promotion Organization (ITPO), principal organismo de fomento del comercio del Gobierno indio. La feria aglutina los sectores de alimentación, hostelería y su equipamiento.
Anufood India	Feria B2B organizada conjuntamente por Koelnmesse YA Tradefair Pvt. Ltd. y la Federación de la Cámara de Comercio e Industria de la India (FICCI). El evento se especializa en el mercado minorista de alimentos y bebida en India.
Sial India	Plataforma B2B organizada por InterAds Exhibitions, Comexposium y Vinexposium. La feria es una de las más relevantes del sector agroalimentario en India.

Fuente: Elaboración propia.

⁸ 1 EUR = 89,70 INR a 1 de julio de 2024.

F. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Nueva Delhi** 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:

48, Hanuman Road
Hanuman Road Area, Connaught Place
Nueva Delhi 110001 - India
Teléfono: +91 4358 7912
Correo electrónico: nuevadelhi@comercio.mineco.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) 97 10 00 00 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

Cristina Montiel Sánchez

Oficina Económica y Comercial
de España en Nueva Delhi
nuevadelhi@comercio.mineco.es
Fecha: 03/07/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR INDIA



ICEX España
Exportación
e Inversiones