



## PAÍSES EMERGENTES Y OTROS MERCADOS DE INTERÉS

Noticias

Nº 124 / Enero 2019

- 1.- En la Noticia
- 2.- Entorno de negocios y marco normativo
- 3.- Informes sectoriales.

### 1.- EN LA NOTICIA

#### ❖ **BREXIT: Comercio lanza una campaña divulgativa para preparar a las empresas españolas**

Secretaría de Estado de Comercio, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, ha lanzado una campaña divulgativa para preparar a las empresas españolas ante la situación provocada por el Brexit.

La presentación tuvo lugar durante la jornada se dio a conocer una serie de fichas prácticas que la Secretaría de Estado de Comercio ha preparado para orientar a las empresas en función de su sector empresarial y su relación con el Reino Unido. Dicho material se encuentra ya disponible en la web de la Secretaría de Estado de Comercio. También se abordaron los efectos que tendrá el Brexit en el comercio de bienes, servicios, inversiones y contratación pública.

Las jornadas se van a realizar durante los próximos meses en todas las comunidades autónomas, contando con la colaboración de la Cámara de Comercio de España y la CEOE. La campaña tendrá un desarrollo específico en Internet y Redes Sociales.



La secretaria de Estado destacó que, dado que a día de hoy se contemplan varios escenarios de salida, las empresas españolas que tienen relaciones comerciales con el Reino Unido deben prepararse frente a los diferentes escenarios y a la futura relación con dicho país. Méndez mostró su confianza en que la Unión Europea busque la mejor solución para los Estados Miembros y espera que pronto se llegue a un acuerdo.

Información disponible en:

<http://www.comercio.gob.es/es-ES/brexit/Paginas/Introduccion.aspx>

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo - noviembre 2018

❖ **BARRERAS COMERCIALES: La acción de la Comisión Europea y de la Secretaría de Estado de Comercio**

Cuando las compañías pretenden introducirse en un mercado exterior, tratan de encontrar los llamados “huecos de mercado”, conocer a los competidores locales y extranjeros, a los importadores y distribuidores de sus productos, la relación de precios, la logística más conveniente y otros muchos aspectos.

Pero con frecuencia no tienen demasiado en consideración las posibles barreras comerciales y de otro tipo que, a la postre, pueden dar al traste con cualquier operación de exportación o inversión en el exterior.

Yendo aún más lejos, un buen número de empresas europeas (y naturalmente españolas), principalmente pymes, desconocen los esfuerzos que tanto la Comisión Europea como los distintos Gobiernos nacionales realizan para procurar no solo información útil sobre esas barreras sino la propia eliminación de las mismas.

La acción de la Comisión Europea

La estrategia de apertura de mercados de la Comisión Europea se basa en el trabajo conjunto y coordinado de la propia Comisión, los Estados miembros y las empresas para la eliminación de las barreras al comercio en todos los mercados extracomunitarios.

La estrategia comunitaria se desarrolla en cuatro pasos fundamentales:

- **Paso 1.-** Lo primero que una empresa debe hacer es contactar con los servicios de la Comisión y, al mismo tiempo hacerlo también con la Administración española y con su asociación empresarial. Un correo electrónico a la dirección [trade-dir-g3@ec.europa.eu](mailto:trade-dir-g3@ec.europa.eu) y rellenar un formulario *ad hoc* que se encuentra en la [Base de Datos de Acceso a los Mercados \(MADB\) de la UE](#) describiendo el problema encontrado bastan para que se desencadene el proceso.



- **Paso 2.-** La siguiente etapa consiste en poner en contacto a la empresa con los expertos de la Comisión. Su Dirección General de Comercio dispone de expertos por áreas geográficas y sectores específicos, además de personal especializado en problemas de propiedad intelectual, fitosanitarios, estandarización, legislación sobre inversiones, etc. Además, la UE cuenta con una gran red de delegaciones en numerosos países extracomunitarios.
- **Paso 3.-** Los servicios de la Comisión establecen contacto con los Estados miembros, las asociaciones empresariales, las embajadas y las delegaciones de la UE para definir la estrategia adecuada. Por otra parte, en Bruselas existe un Comité Consultivo de Acceso a Mercados, así como grupos de trabajo de acceso a mercados, que discuten la mejor forma de eliminar los distintos obstáculos para hacer negocios en el extranjero.
- **Paso 4.-** La Comisión pone énfasis en que establece y aplica estrategias a medida para las empresas. Para derribar las distintas barreras detectadas por estas utiliza diferentes herramientas, que van desde los canales diplomáticos, los proyectos de cooperación y los comités de la OMC hasta el inicio de acciones legales (a través de los mecanismos de resolución de diferencias de la propia OMC) o la colaboración con otros socios comerciales (EE. UU., Corea del Sur, etc.) con el fin de poner en marcha posibles acciones conjuntas.

#### La eliminación de barreras, en cifras

Gracias a la estrategia mejorada de acceso a los mercados de la UE, en 2017 se eliminaron 45 obstáculos en 28 países diferentes, más del doble que en 2016.

Los 13 sectores clave para las exportaciones e inversiones de la UE que se vieron favorecidos por la eliminación de esas barreras fueron: acero, automoción, aviación, productos agroalimentarios, cerámica, cuero, electrónica y TIC, sector farmacéutico, maquinaria, papel, productos sanitarios, textil y servicios.

Por otra parte, los obstáculos comerciales removidos entre los años 2014 y 2016 propiciaron que en 2017 las empresas europeas exportaran por un valor adicional de 4.800 millones de euros, una cantidad equivalente a los beneficios de muchos de los acuerdos comerciales firmados por la UE.

En 2017 se registraron 67 nuevas barreras, con lo que el total de obstáculos existentes en todo el mundo asciende a 396, repartidos entre 57 países. Esto confirma la preocupante tendencia proteccionista que se observó ya en ejercicios anteriores.

La Comisión estima que el valor de las exportaciones de la UE afectadas anualmente por la imposición de estas trabas al comercio se aproxima a los 8.200 millones de euros.



China fue el país que introdujo un mayor número de nuevas barreras en 2017, seguida de Rusia, Sudáfrica, la India y Turquía. También el área del Mediterráneo mostró un notable incremento de obstáculos para las compañías europeas. Los nueve países con el número más elevado de barreras aún en vigor pertenecen todos ellos al G20.

#### La Base de Datos de Acceso a los Mercados de la UE

Este instrumento completamente novedoso fue creado en el seno de la Comisión Europea en 1996 como un apoyo fundamental a la nueva estrategia de acceso a los mercados que emprendió la UE ese mismo año, y que ha dado a la política comercial comunitaria un carácter más proactivo para satisfacer las necesidades reales de los exportadores europeos en una economía mundial cada vez más global.

La [base de datos](#) consta de diversas secciones. Una de las principales es la que recoge los obstáculos más importantes notificados por los exportadores europeos a la Comisión, así como la sucesión de acciones de la UE para eliminar esas barreras. Ya se ha señalado con anterioridad la importancia de que las empresas notifiquen las trabas con las que se encuentran a través del formulario *on-line* que se incluye en la propia base de datos.

Otra sección, de gran utilidad, recoge las condiciones de exportación de los distintos productos a más de 100 países extracomunitarios. Se trata de un servicio gratuito para las empresas europeas en el que se incluyen los aranceles de importación, las tasas e impuestos adicionales, la documentación y procedimientos necesarios, las medidas fitosanitarias, de sanidad animal y de plantas, los acuerdos preferenciales, las reglas de origen o los tratados de libre comercio firmados por la UE.

Una sección de estadísticas sobre los intercambios comerciales de bienes entre la UE y países terceros completa el abanico de información que proporciona la base de datos.

#### El portal español de barreras comerciales

La Secretaría de Estado de Comercio de España dispone de un [portal de barreras comerciales](#) que ha sido recientemente actualizado para prestar un mejor servicio a las empresas exportadoras e inversoras en el exterior de nuestro país.

El portal tiene un papel complementario de la base de datos de acceso al mercado de la UE, es también gratuito y está redactado en español.

Uno de sus objetivos consiste en cubrir las necesidades informativas de las empresas interesadas en abordar los mercados exteriores, ante la constatación, por parte de la Administración, de la incertidumbre que existe a este respecto.



Otro de sus objetivos se dirige a coadyuvar en la resolución de obstáculos comerciales junto con otras instancias y contribuir con ello a la estrategia de internacionalización de la economía española para los próximos años.

Finalmente, esta herramienta informática pretende aprovechar el caudal de información proveniente de la extensa red de más de 100 Oficinas Económicas y Comerciales de España repartidas por el mundo.

Desde el estallido de la crisis económica mundial a finales de 2007, se ha observado un aumento significativo de las barreras comerciales y a la inversión. Las que más se han incrementado han sido las no arancelarias, desarrolladas por los países de forma sucesiva bajo diferentes fórmulas y cuya desaparición formal resulta, por tanto, más difícil.

En el portal se encuentran referenciadas 378 barreras que afectan a intereses españoles en 57 países, de las cuales 26 han sido ya resueltas.

Fuente: Noticias ICEX Revista el Exportador, 12 de diciembre de 2018

## 2.- ENTORNO DE NEGOCIOS Y MARCO NORMATIVO

### ❖ CHINA: Fiscalidad en China.

Aunque a priori pudiera pensarse lo contrario, el sistema tributario chino no difiere demasiado de regímenes imperantes en los países occidentales, existiendo tributos directos e indirectos, regulados y recaudados por el Estado central y por las autoridades locales.

#### Impuesto sobre Sociedades

Constituye el principal tributo aplicable a las empresas que desarrollan sus actividades en la República Popular China. Desde el 1 de enero de 2008, un único régimen de impuesto sobre sociedades reemplazó el antiguo sistema, que diferenciaba entre sociedades de capital chino y sociedades de capital extranjero.

Cualquier sociedad residente en China está sujeta a tributación por su renta mundial. Una vez calculada la cuota tributaria, es posible deducir los impuestos pagados en el extranjero, con el límite del impuesto chino sobre esa misma renta. Se considera que una sociedad es residente en China cuando su sede central se encuentra allí o cuando ha sido constituida en el país.

El tributo es regulado y recaudado por el Gobierno Estatal, mientras las autoridades locales están autorizadas a imponer un recargo y recaudar ciertas tasas por el registro y la concesión de licencias a las sociedades.

La base imponible se define como la diferencia entre los ingresos de la sociedad y los gastos deducibles. Todos los gastos ligados a la obtención de los ingresos incluidos en la base imponible son deducibles a efectos fiscales,



aunque la deducibilidad de los gastos de representación está sujeta a ciertos límites.

La amortización por depreciación de los activos se efectúa siguiendo el método de amortización lineal, aplicando porcentajes que van del 3% (equipamiento electrónico) al 20% (edificaciones). Se admite, siempre que la Administración lo apruebe, la amortización acelerada de ciertos activos.

El tipo de gravamen es del 25% (anteriormente el tipo efectivo de gravamen era del 33%). Se aplica un tipo reducido del 20% que resulta en un tipo efectivo del 10% a pequeñas empresas.

Conviene tener en cuenta, sin embargo, que más del 80% de la inversión extranjera se localiza en las numerosas zonas económicas especiales establecidas por el Gobierno, donde el tipo de gravamen es inferior, como veremos posteriormente. Existe, asimismo, un gran número de actividades o proyectos industriales incentivados.

Las ganancias y pérdidas de patrimonio reciben el mismo tratamiento que el resto de rendimientos y rentas.

En cuanto a los dividendos, si son percibidos por empresas residentes en China, y proceden de su participación en sociedades extranjeras, deben ser integrados en la base imponible sin ninguna particularidad, permitiéndose la deducción del impuesto soportado en el extranjero sobre esa renta.

Los dividendos procedentes de la participación en otras empresas residentes en el territorio de la República están, por el contrario, exentos de tributación para el socio perceptor si reside en China.

Si la base imponible del ejercicio resulta ser negativa, se admite su compensación con las ganancias de los ejercicios posteriores, con el límite de cinco años. Desde el 1 de enero de 2018, las empresas de nueva tecnología y las pequeñas empresas dedicadas a la actividad científica o tecnológica disfrutan de un plazo límite de compensación extendido de 10 años.

En general, no se prevé un régimen de grupos de sociedades que permita la consolidación y compensación de las bases imponibles de las entidades de un mismo grupo. Sí se admite, sin embargo, que las empresas extranjeras con dos o más establecimientos en China presenten una única declaración tributaria consolidada.

#### Tributación de no residentes

Las empresas cuya sede central no se halla en China, aunque dispongan allí de cierta organización o de un establecimiento permanente, están sujetas al Impuesto sobre Sociedades solo por las rentas generadas en el interior del país.

Por último, las empresas que perciben rentas en China sin disponer allí de un establecimiento permanente soportan una retención al serles abonadas las rentas, cuyo tipo varía en función del tipo de renta de que se trate.



En cuanto a las retenciones aplicables cuando las rentas son obtenidas por sociedades no residentes sin establecimiento permanente, el tipo de gravamen aplicable a dividendos, intereses, *royalties* y ganancias patrimoniales es del 10%, calculado sobre el importe bruto abonado. Este tipo es equivalente al previsto en gran parte de los convenios para evitar la doble imposición suscritos por China.

El país ha suscrito un gran número de convenios en materia de renta y patrimonio, lo que incentiva, favorece y da seguridad jurídica a las transacciones internacionales.

Desde el 20 de mayo de 1992 existe un Convenio en vigor entre España y China, que limita precisamente la retención de dividendos, intereses y *royalties* a un 10%.

### Incentivos fiscales

China sigue tratando de promover la inversión extranjera a través de un amplio abanico de incentivos, especialmente fiscales, que en ocasiones se conceden automáticamente y en otros casos previa solicitud:

- A partir del 1 de enero de 2015, las empresas establecidas en la Zona de Demostración de Innovación Nacional de Zhongguancun, la zona de He Wu Bang y la Ciudad Científica Mian Yang disfrutan de los siguientes tratamientos fiscales especiales: un accionista con personalidad jurídica que haya tenido una inversión de capital en una pequeña empresa de alta tecnología ubicada en una de estas zonas durante más de dos años puede deducir el 70% del importe de la inversión de los ingresos recibidos de la empresa. La deducción no utilizada podrá ser trasladada a los ejercicios siguientes.
- Zona de libre comercio de Shanghái: en 2013 se estableció una zona de libre comercio de aproximadamente 29 km<sup>2</sup> en la cual se pueden disfrutar numerosos beneficios fiscales.
- Las empresas dedicadas a la agricultura, la silvicultura, la ganadería y la pesca en el océano están exentas del Impuesto sobre Sociedades.
- Las empresas de servicios de tecnología avanzada están sujetas al Impuesto sobre Sociedades a un tipo reducido del 15%. El gasto de formación de los empleados es deducible hasta un 8% del salario total, siempre que se cumplan ciertos requisitos. Los servicios elegibles para el incentivo son, entre otros, el desarrollo de *software*, servicios de desarrollo de tecnologías de la información, operación y mantenimiento de sistemas de información, servicios de diseño de procesos de negocios, administración de operaciones comerciales, servicios de operación, servicios de administración de cadenas de suministro, etc.

### Impuesto sobre el Valor Añadido

El Impuesto sobre el Valor Añadido grava la venta de bienes tangibles y la prestación de determinados servicios en China. El tipo de gravamen general es



del 16% (hasta el 1 de mayo de 2018 se aplicaba el 17%), excepto para las entregas de productos agrícolas y otros suministros de carácter esencial, a las que se aplica un tipo reducido del 10% (anteriormente un 13%).

Para las exportaciones se establece un tipo del 0%, lo que significa que el exportador puede deducir el IVA que ha soportado en la fase de producción o fabricación del producto a exportar.

Desde el 1 de enero de 2009 se aplica un tipo reducido de solamente el 3% a determinados contribuyentes de bajo poder adquisitivo.

### Impuestos

<b>IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES. TIPO IMPOSITIVO GENERAL</b>	<b>25%-20%</b>
<hr/>	
<b>NO RESIDENTES. TIPO IMPOSITIVO</b>	
Beneficio empresarial (a través de establecimiento permanente)	25%
Intereses	10%
<i>Royalties</i>	10%
Dividendos	10%
Repatriación beneficios establecimientos permanentes	0%
<hr/>	
<b>IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO</b>	
Tipo gravamen general	16%
Tipos reducidos	3%-10%
¿Se prevén exenciones?	Sí



¿Grava las exportaciones?	NO
<hr/>	
<b>IMPUESTO SOBRE TRANSMISIONES DE BIENES INMUEBLES</b>	<b>Sí (tipo progresivo)</b>
<hr/>	
<b>IMPUESTO SOBRE PROPIEDAD DE BIENES INMUEBLES</b>	<b>sí</b>
<hr/>	
<b>INCENTIVOS FISCALES</b>	
Tipos de gravamen reducidos para determinadas actividades	
Vacaciones fiscales	
Amortización acelerada de activos	
Reducciones en aranceles a la importación	
<hr/>	
<b>CONVENIO DE DOBLE IMPOSICIÓN CON ESPAÑA</b>	
Dividendos	10%
Intereses	10%
Cánones	10%

Fuente: ICEX



### 3.- SECTORES

#### ❖ INDIA: El mercado de maquinaria agrícola.

El mercado de la maquinaria agrícola se encuentra aún en sus fases iniciales, con un margen de crecimiento muy amplio y unas perspectivas de futuro muy positivas. Si en 2017 el tamaño de este mercado en India fue de 8.800 millones de dólares, en 2022 alcanzará, según diversas estimaciones, los 12.500 millones de dólares (con un CAGR del 7,5% durante el periodo 2015-2020). Destaca especialmente el segmento de los tractores, en el que India es el mayor mercado del mundo, con unas perspectivas muy positivas, puesto que durante 2019, las ventas de este segmento crecerán entre un 11% y un 13%. De hecho, el mercado de tractores copa más del 80% del mercado de maquinaria agrícola en India, seguido del sub-sector de los rotavatores, que representaba en 2017 menos del 4% del sector, y posteriormente el de las trilladoras, con un 2,5% y algo más de 100.000 unidades vendidas en 2017.

El sector objeto de este estudio está íntimamente relacionado con la evolución del sector agrícola en India. En el año fiscal 2016, el sector agrícola contribuyó con un 17,4% del VAB total. India cuenta con la segunda mayor superficie cultivable del mundo, con algo menos de 200 millones de hectáreas de superficie cultivada bruta (solo por detrás de Estados Unidos) y una gran diversidad tanto climática como geográfica.

India es uno de los principales productores de numerosos productos agrícolas, como especias, legumbres, té, trigo, arroz, frutas, etc. (aporta alrededor del 14% de las frutas y verduras que se consumen anualmente en el mundo). En especial, el cultivo de cereales ocupa la mayor proporción de superficie cultivable, unas 122 millones de hectáreas, seguido de las oleaginosas y las legumbres.

Por otro lado, el sector se ve lastrado por una productividad muy baja. Entre otras razones, destaca un nivel de irrigación muy bajo, que ronda, de media, el 34% de la superficie cultivable bruta, algo menos de 70 millones de hectáreas.

En relación con el comercio exterior, la balanza comercial del sector de maquinaria agrícola es ampliamente favorable para India, con un superávit comercial constante, situado en torno a los 800 millones de dólares anuales durante los últimos 4 años. No obstante, si se elimina del análisis el comercio de tractores, del que India es una potencia mundial (el país produce uno de cada tres tractores que se fabrican en el mundo), e incluso teniendo en cuenta que India también es un país exportador de motocultores y rotavatores, la balanza comercial se torna negativa, convirtiendo a India en un país importador de maquinaria, con un saldo negativo de 52 millones de dólares en 2017. En estas exportaciones a India, el papel de España es prácticamente irrelevante (con una ligera mejoría en ciertos productos), y China se erige como el principal exportador de maquinaria (en algunos productos copando hasta el 90%



de las importaciones indias totales). Sin embargo, los datos muestran que los artículos de origen europeo tienen cabida y una aceptación cada vez mayor en el mercado indio.

A pesar de que India es una potencia líder en la fabricación y exportación de maquinaria agrícola, especialmente tractores, motocultores y rotavatores, la realidad es que la mecanización del sector agrícola en el país aún es muy reducida. En términos generales, esta mecanización no supera el 40%-50% en todo el país y en todas las fases del proceso agrícola.

Esta baja mecanización, que obstaculiza el aumento en la productividad de los cultivos, se une a diversos factores que determinarán la demanda de este sector durante los próximos años. Así, cabe destacar el crecimiento de la población total y el descenso de la mano de obra en el ámbito rural, que se enmarca dentro de un proceso de urbanización de la sociedad india; el incremento de las exportaciones de productos agrícolas, o el aumento de los llamados *Custom Hiring Centres (CHC)* o centros de alquiler de maquinaria agrícola, de propiedad tanto privada como pública. Mención especial merecen las políticas públicas para incrementar la mecanización del país, dedicando fondos para subvenciones, facilitando el acceso al crédito de los pequeños agricultores, lanzando campañas de formación, etc. Entre todas ellas, destaca la Sub-Misión para la Mecanización de la Agricultura (SMAM, por sus siglas en inglés), a través de la cual el Gobierno ha dedicado más de 700 millones de dólares para la mecanización del campo indio.

Como un obstáculo o un freno a la demanda, se encuentra la estructura de la propiedad de la tierra, puesto que alrededor del 86% de los propietarios de superficie cultivable posee menos de 2 hectáreas.

En relación con los precios, y a pesar de la enorme diversidad y la diferencia de precios existentes entre útiles manuales y tractores, cabe destacar que, por norma general, los productos de origen chino se colocan como los más baratos del mercado, incluso más asequibles que los productos indios. A modo de ejemplo, en el segmento de los motocultores, los productos chinos son de media un 10-20% más baratos que los motocultores locales. Los productos europeos en general, y los españoles en particular, se posicionan en la parte alta del rango de precios, y por tanto compiten por diferenciación, apostando por la calidad y la innovación de sus productos.

Todos estos productos son gravados por el impuesto sobre el valor añadido indio, el GST. El tipo aplicable es del 18% para toda la maquinaria, salvo para los tractores, que se gravan al 28%.

En cuanto a la percepción del producto español, la presencia de España en este sector es prácticamente inexistente, con menos de 10 empresas españolas implantadas en India. Así, se puede decir que, a pesar de que los consumidores indios desconocen de forma generalizada la marca española, ésta se beneficia de su origen europeo como un indicador de calidad.



La forma más habitual de distribución es a través de un distribuidor local o un agente, que suele circunscribir su actividad a uno o varios estados del país, por lo que las empresas se apoyan en varios de ellos para cubrir toda la geografía india. Este hecho, unido al tamaño del país, explica que la distribución tenga un canal largo, con varios intermediarios que van incrementando el precio final del producto. Por supuesto, esta generalización se ve matizada dependiendo el tipo de maquinaria (por ejemplo, las grandes marcas indias de tractores cuentan con su propia red de distribución que llega hasta el cliente final).

Los aranceles aplicables varían dependiendo el código arancelario aplicable, siendo el más común un arancel efectivo del 27,735%. Sin embargo, existen porcentajes más altos, como el aplicable a los tractores, con unos aranceles del 42,274%.

Las perspectivas del sector son positivas, como demuestra el fuerte crecimiento que están experimentando todos los segmentos del sector durante los últimos años, crecimiento que se mantiene positivo durante los próximos años. El crecimiento de la población y el descenso de la fuerza laboral disponible, unido a un aumento de los costes laborales, obligan a buscar un aumento de la productividad agrícola que pasa obligatoriamente por incrementar la mecanización del campo indio. Por ello, la fuerte apuesta del Gobierno tendrá un impacto directo en el crecimiento del sector. Entre los objetivos de las políticas públicas, destaca mejorar el acceso al crédito de los pequeños agricultores, y además, el aumento de la superficie irrigada. Por ello, la maquinaria relacionada con la irrigación crecerá especialmente, debiendo centrar sus esfuerzos en aquellos estados con una menor irrigación, que son los objetivos prioritarios de los planes de desarrollo.

Se puede destacar a su vez el crecimiento previsible del mercado de los aperos de tractor, impulsado por el crecimiento del segmento de los tractores, que espera aumentar las ventas un 6-7% durante el año 2019-20.

En cualquier caso, las mejores perspectivas son para los productos fabricados en India, que pueden aprovechar, entre otros factores, la competitividad de los costes laborales, políticas públicas como el programa “*Make in India*” y la inexistencia de barreras arancelarias, entre otros. De este modo, las empresas españolas que se establezcan en India, pueden aprovechar el notable aumento de la demanda, tanto interna como externa, y así dar respuesta a mercados cada vez más demandantes, como diversos países de África y los países vecinos de India.

Información disponible en:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2018805977.html>

Fuente: Oficina Económica y Comercial de España en Mumbai