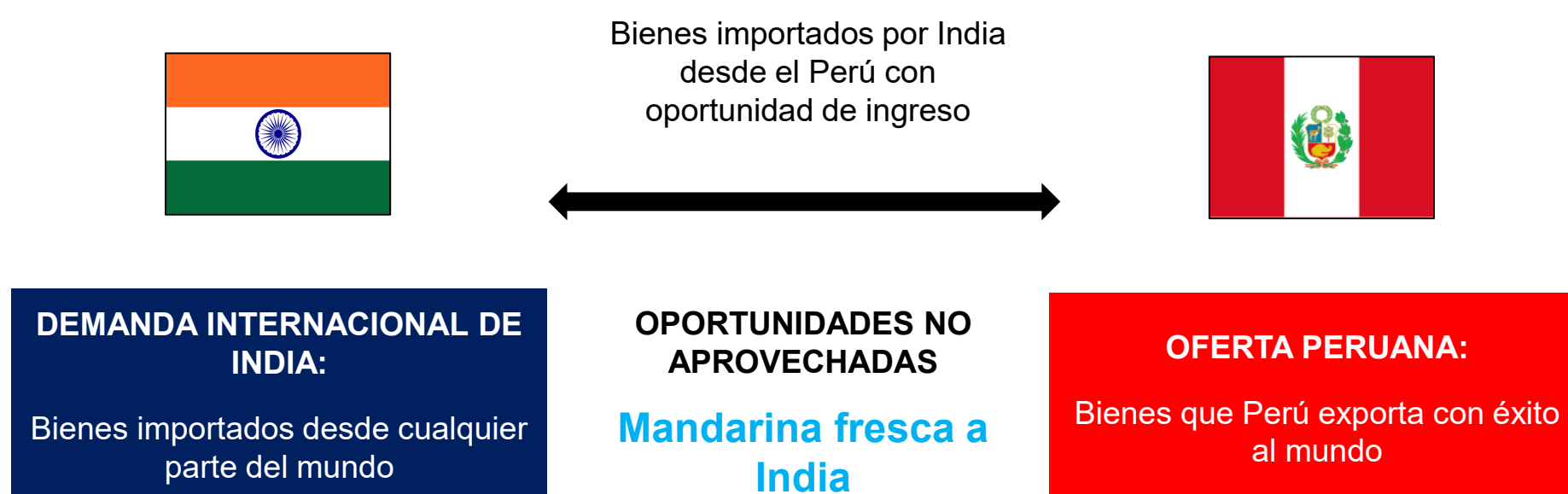


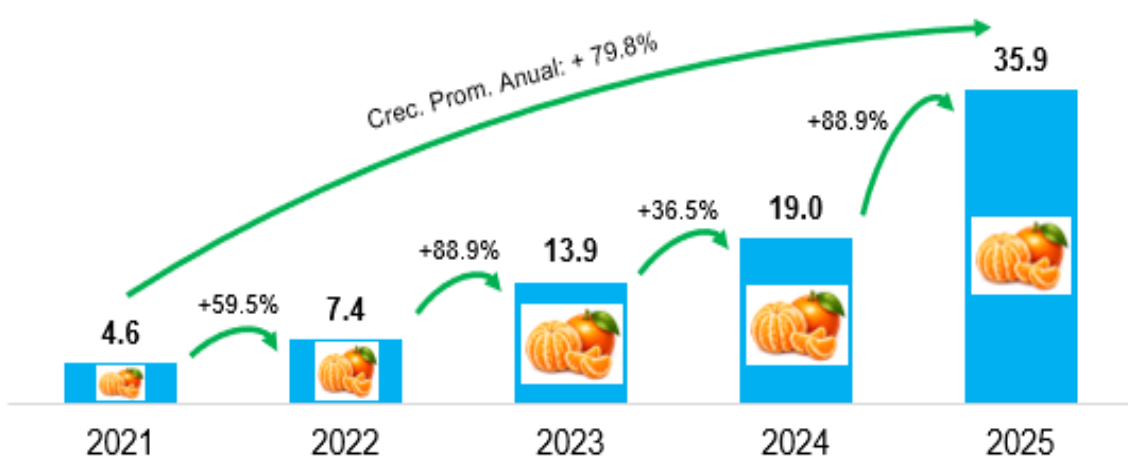
Mandarina fresca⁽¹⁾ a India

Oportunidades No Aprovechadas para Perú en India



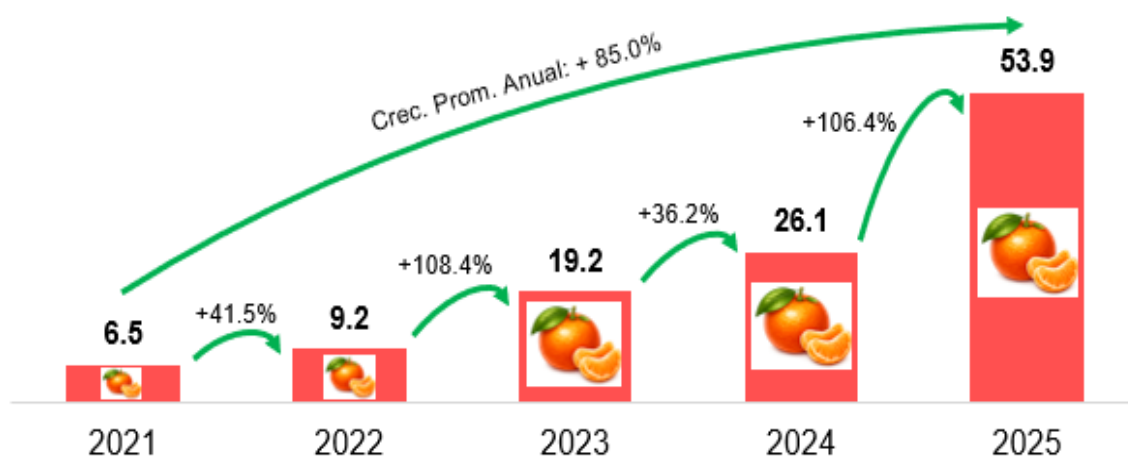
India representa un mercado emergente para la mandarina importada: entre 2021 y 2025 sus compras externas aumentaron con fuerza tanto en valor como en volumen, mientras Perú cuenta con una oferta exportable consolidada y acceso fitosanitario desde 2021, pero aún no registra exportaciones al mercado indio. La principal barrera actual es el arancel de 30.0%; por ello, una eventual preferencia arancelaria en el marco del Acuerdo Comercial Perú–India podría mejorar significativamente la competitividad del producto peruano.

Importaciones de Mandarina fresca de India (Millones de US\$)



Fuente: Trade Map

Importaciones de Mandarina fresca de India (Miles de toneladas)



Fuente: Trade Map

Mercado de mandarina fresca en India

1. Importaciones de India

✓ Información general

En 2025, India ocupó el puesto 26 del ranking mundial de importaciones de mandarina fresca, por un valor de US\$ 35.9 millones (0.7% de las importaciones mundiales), registrando un crecimiento de 88.9% respecto al 2024. En el período 2021-2025, el valor de las importaciones creció a una tasa promedio anual de 79.8%.

En cuanto a los volúmenes importados, India importó 53.9 mil toneladas de mandarina fresca en 2025, lo que significó un crecimiento interanual de 106.4%. Entre 2021 y 2025, el volumen importado creció a una tasa promedio anual de 85.0%.

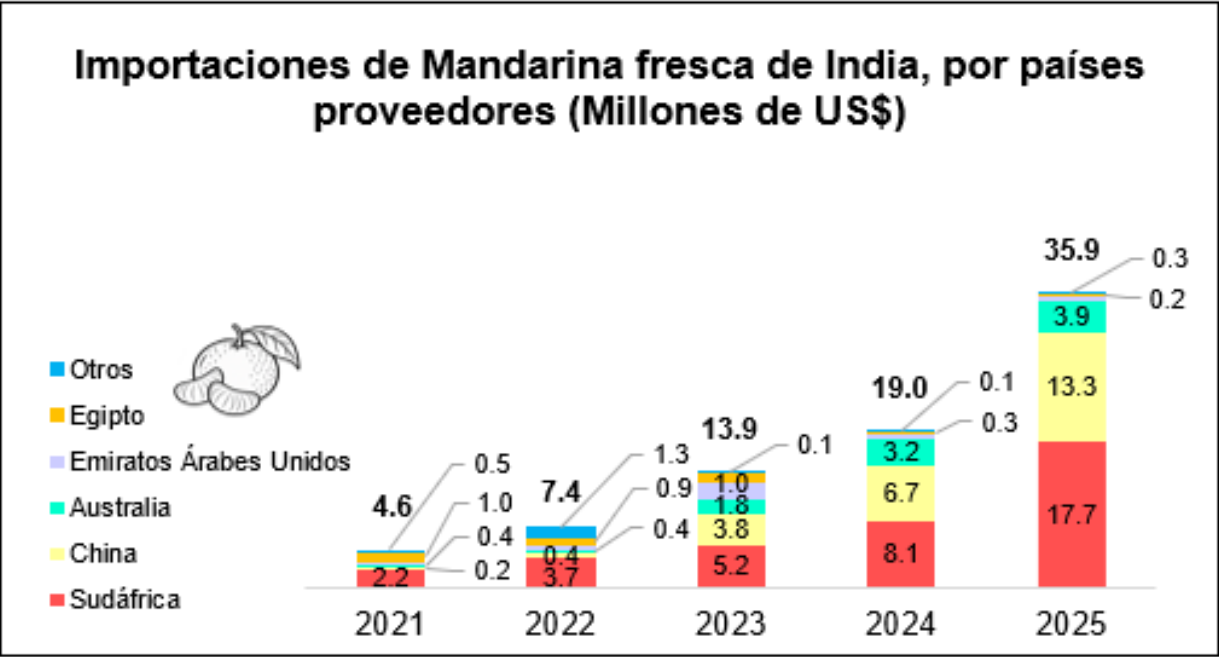
En síntesis, el valor de las importaciones de mandarina fresca de India creció por un aumento de los volúmenes enviados, atenuado por una leve caída de los precios promedio de importación (-2.8% entre 2021 y 2025).

✓ Principales proveedores

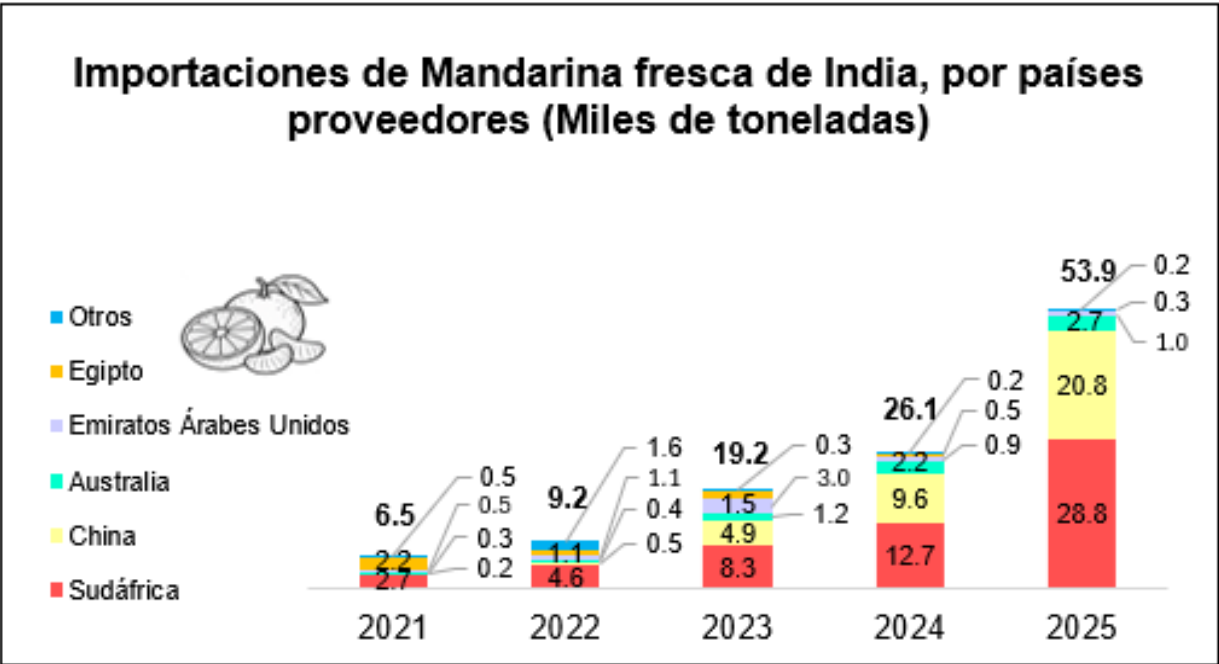
Los principales proveedores de mandarina fresca para India en 2025 fueron Sudáfrica, China, Australia, Emiratos Árabes Unidos y Egipto, con una participación conjunta del 99.1% de las importaciones totales en valor y 99.5%, en volumen.

Sudáfrica se ubicó como el principal y más dinámico abastecedor de mandarina fresca de India (US\$ 17.7 millones o 49.2% del total) con un incremento interanual de 118.2% y un crecimiento promedio anual de 109.0% entre 2021 y 2025. En términos de volumen, las importaciones provenientes de Sudáfrica alcanzaron las 28.8 mil toneladas de mandarina fresca en 2025 (53.5% del total) y crecieron 126.4% respecto al 2024, lo que contribuyó a registrar un crecimiento anual promedio de 124.7% en el periodo de estudio.

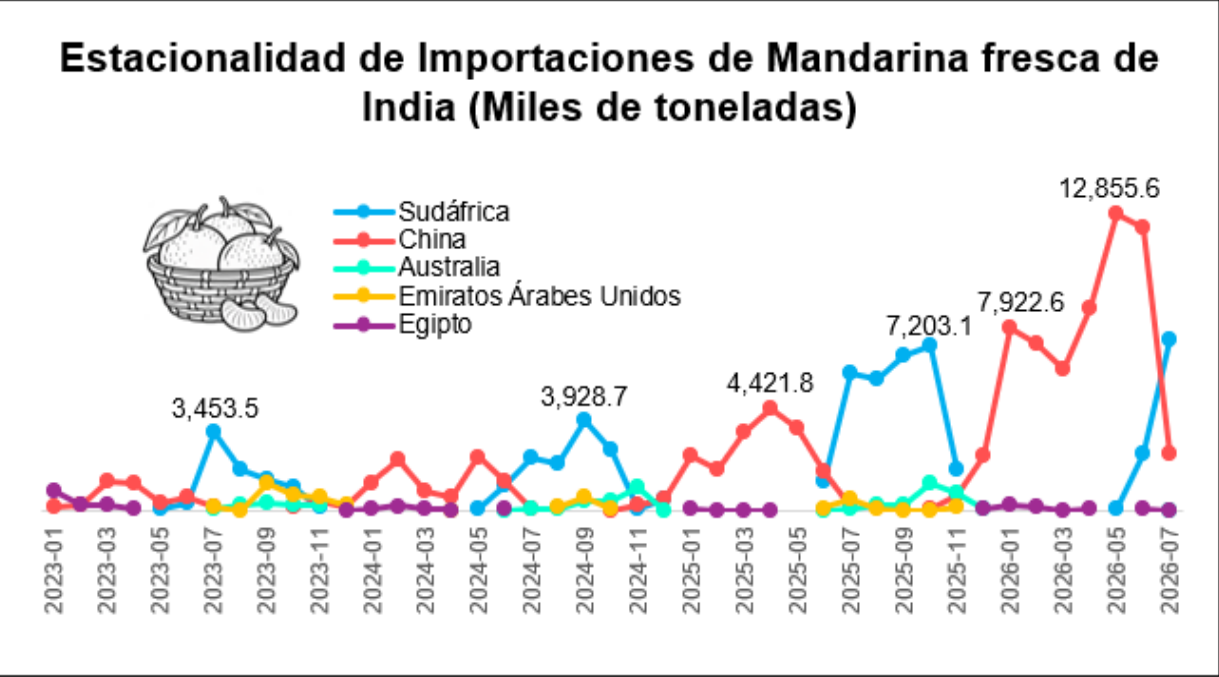
⁽¹⁾ El presente análisis se basó en la subpartida 080521: mandarinas frescas o secas incl. tangerinas y satsumas (excl. clementinas).



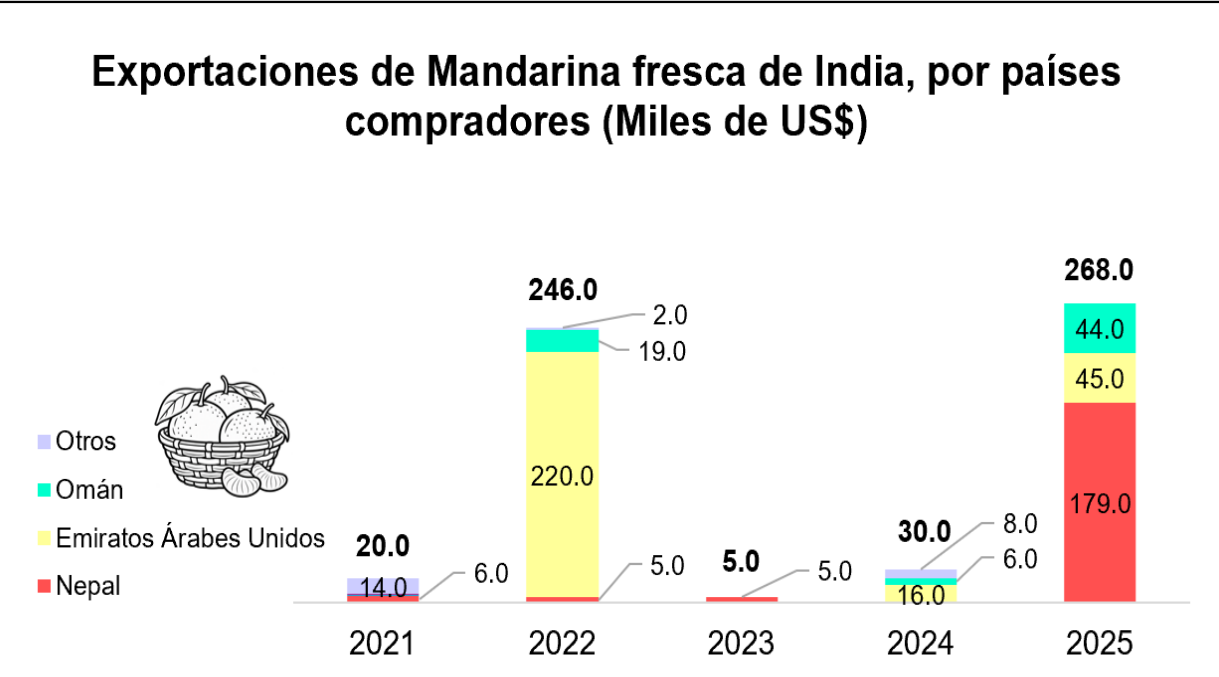
Fuente: Trade Map



Fuente: Trade Map



Fuente: Trade Map



Fuente: Trade Map

China fue el segundo principal proveedor de India, con un crecimiento promedio anual de 96.2% entre 2021 y 2025. En 2025, registró envíos por US\$ 13.3 millones (+98.9% interanual y 37.1% del valor total). Respecto a los volúmenes enviados, China realizó envíos por 20.8 mil toneladas de mandarina fresca en 2025 (38.6% del total).

En cuanto a la estacionalidad de las importaciones destacó una marcada temporalidad de los ingresos provenientes de Sudáfrica entre junio y octubre, mientras que China registró envíos principalmente en el periodo enero-junio.

✓ Aranceles

India aplica un arancel general de 30.0% a la mandarina fresca. Los 5 principales proveedores y Perú no cuentan con preferencias arancelarias, con excepción de Australia, que tiene una cuota anual de 13,700 toneladas a un arancel preferencial de 15.0% (Market Access Map, 2026).

Arancel de Mandarina en India

Países	Arancel general	Arancel Preferencial	Acuerdo
Sudáfrica	30.0%	-	-
China		-	-
Australia		15% para cuota ^(a)	Acuerdo de Coop. Econ. y Comercial Australia-India.
Emiratos Árabes Unidos		-	-
Egipto		-	-
Perú		-	-

^(a)Cuota para naranja y mandarina de 13,700 toneladas anuales.

Fuente: Market Access Map

✓ Exportaciones de Perú

En el período 2021-2025, no se registraron exportaciones peruanas de mandarina fresca hacia India, a pesar que tienen acceso fitosanitario a dicho mercado desde el 16 de septiembre de 2021, para las variedades Citrus reticulata y Citrus unshiu (SENASA, 2021).

2. Exportaciones de India

En 2025, las exportaciones de India de mandarina fresca al mundo ascendieron a US\$ 268.0 mil, lo que representó un crecimiento de 793.3% respecto a 2024. En el período 2021-2025, registró un crecimiento promedio anual de 9.7%.

Nepal fue el principal destino de estas exportaciones en 2025, por un valor de US\$ 179.0 mil, representando el 66.8% del total de estos envíos, con un crecimiento promedio anual de 145.7% entre 2021 y 2025.

El saldo comercial (FOB-CIF) de mandarina fresca para India fue negativo entre 2021 y 2025. En 2025, este déficit alcanzó los US\$ 35.6 millones, lo que evidencia una significativa dependencia del país respecto de las importaciones para cubrir su demanda interna.

3. Producción de India

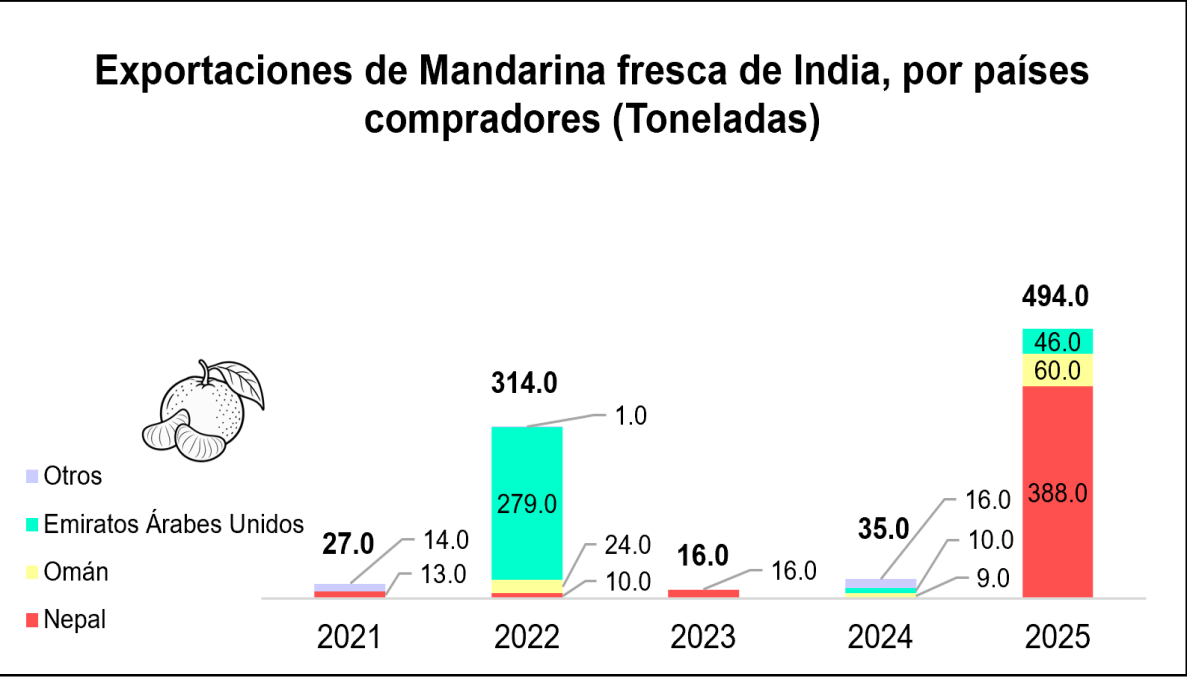
Si bien India produjo 6.7 millones de toneladas de mandarinas en 2025, la mayor disponibilidad local se concentra entre diciembre y febrero, generando una ventana comercial para fruta importada. Esta oportunidad favorecería a Perú, cuya oferta exportable se concentra principalmente entre marzo y julio, complementando la menor disponibilidad india.

4. Oportunidad en el mercado

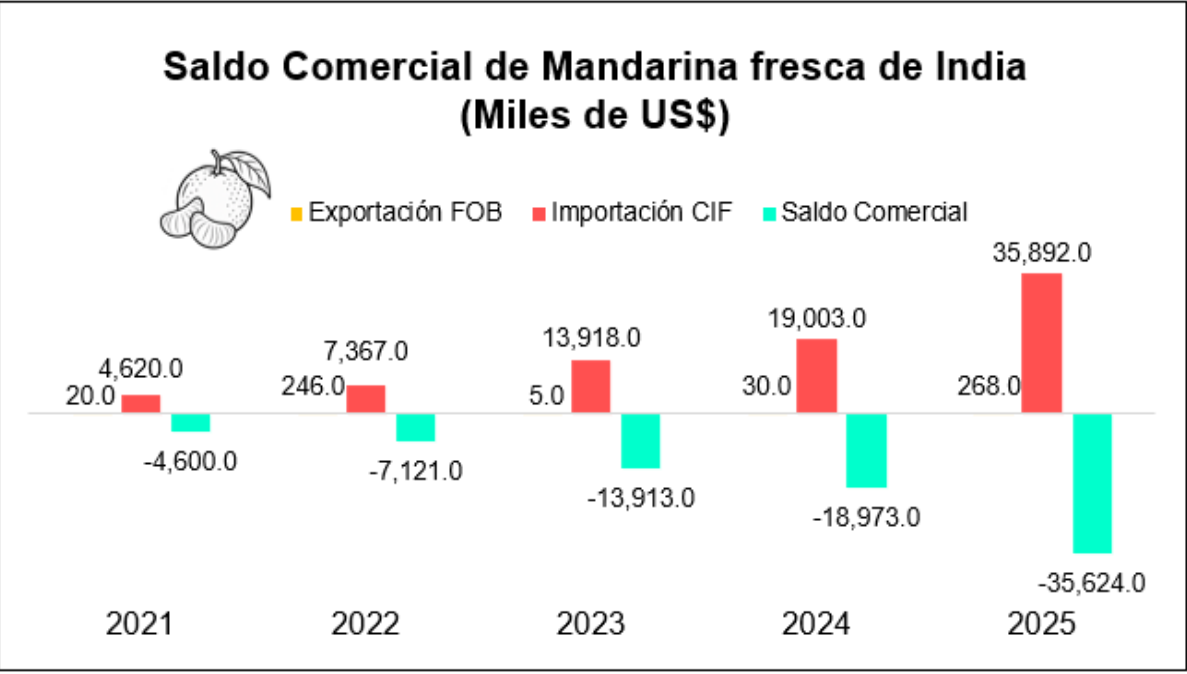
✓ Panorama general

En 2025, la subpartida peruana de mandarina fresca (0805210000) registró envíos al mundo por US\$ 28.9 millones, hacia 21 destinos y realizados por 49 empresas exportadoras⁽²⁾, incluyendo ya a mercados asiáticos como Japón y China (Adex Data Trade, 2026).

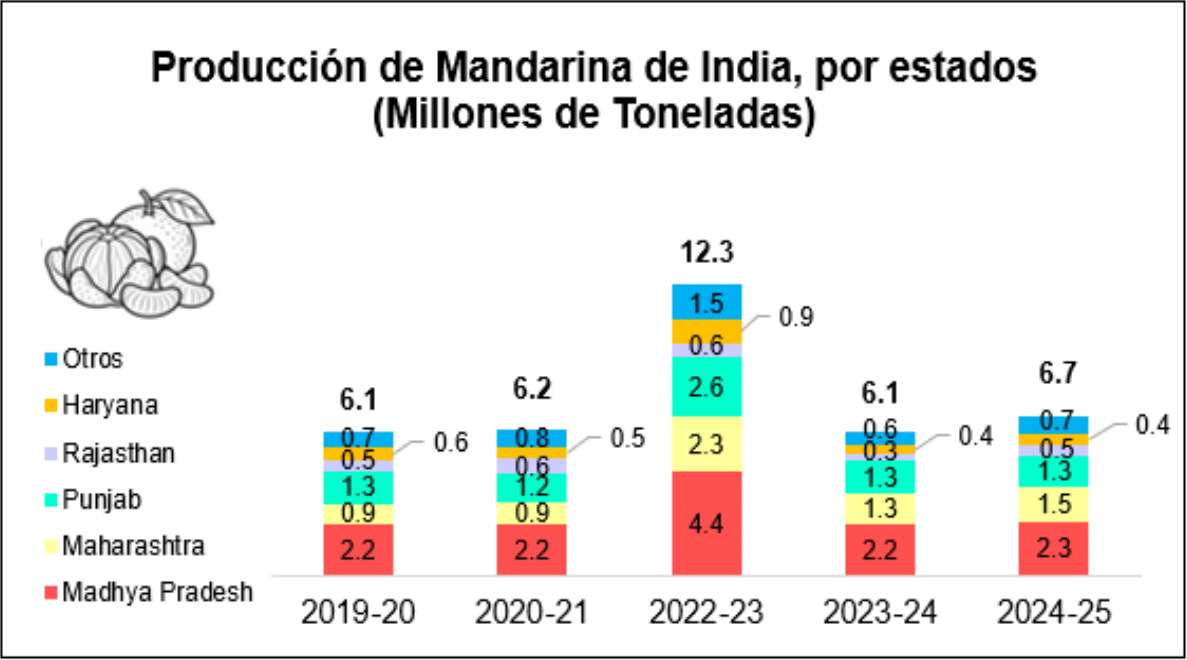
⁽²⁾ Para la contabilización se tomó en cuenta sólo a los mercados y empresas con exportaciones mayores a US\$ 1,000 en 2025.



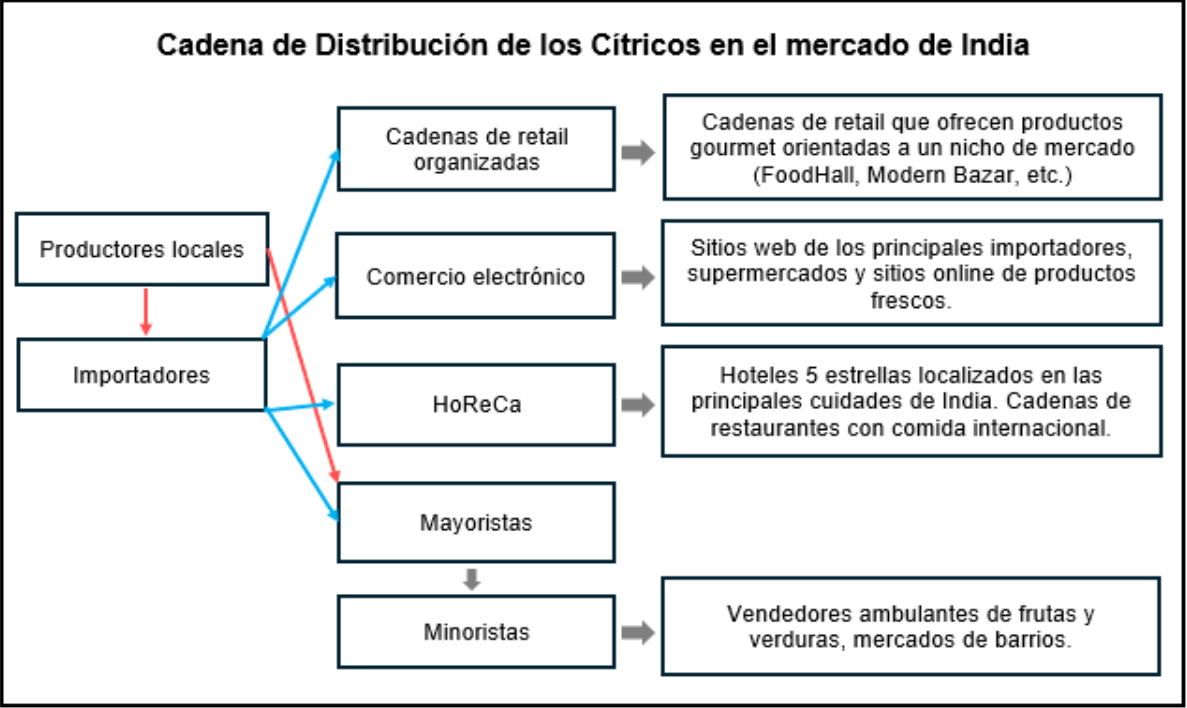
Fuente: Trade Map



Fuente: Trade Map



Fuente: Ministerio de Agricultura y Departamento de Ganadería de India



Fuente: OCEX Nueva Delhi

Por su parte, India mantiene una demanda de mandarina fresca abastecida tanto por su producción nacional como por importaciones (Ministerio de Agricultura y Departamento de Ganadería de India, 2026; Trade Map, 2026).

✓ Mercado de India

En India se vienen consolidando cambios estructurales favorables para una mayor demanda de frutas importadas: (i) aumento de los ingresos disponibles y expansión de una clase media aspiracional, (ii) mayor urbanización y gasto de consumo, consumidores jóvenes y digitalizados, (iii) creciente interés por salud, nutrición y alimentos naturales, y (iv) una mayor demanda por productos frescos premium, seguros, convenientes y diferenciados (Euromonitor, 2025 y 2026).

✓ Perfil del consumidor indio

La oportunidad se concentra principalmente en consumidores urbanos de ingresos medios-altos y altos, que valoran calidad, seguridad, conveniencia y productos frescos premium. En 2025, el 36.0% de la población india residía en zonas urbanas y se espera que, en los próximos años, esta proporción continúe en aumento. Asimismo, la expansión de los hogares de ingresos medios y altos seguirá elevando el poder adquisitivo y el gasto hacia 2030 (Banco Mundial, 2025; IBEF, 2025; Euromonitor, 2026).

Las mandarinas importadas se venden por su facilidad para pelarlas, su dulzor sin semillas, su tamaño uniforme y su mayor disponibilidad. En ese sentido, quien paga su precio más alto, paga básicamente por conveniencia y disponibilidad (Fresh Plaza, 2026).

✓ Tendencias de consumo

En India, el crecimiento del mercado de alimentos frescos está siendo impulsado por consumidores urbanos que valoran cada vez más la conveniencia, inocuidad, nutrición, calidad y transparencia. Aunque la fruta de producción local continúa dominando el mercado, esta evolución está favoreciendo una mayor premiumización y demanda por productos frescos diferenciados, higiénicos, funcionales y de mayor valor agregado, como son las mandarinas importadas (Euromonitor, 2026).

Además, el comercio electrónico acelerará el acceso a frutas exóticas y premium en todo el país. Plataformas como Blinkit están modificando el comportamiento del comprador mediante entregas rápidas, conveniencia e inmediatez, especialmente en zonas urbanas (Euromonitor, 2026).

✓ Canal de comercialización al consumidor

India mantiene una estructura dual⁽³⁾ de comercialización. Las pequeñas tiendas locales y mercados tradicionales siguen concentrando una parte importante de las ventas minoristas y se espera que mantengan una escala significativa hacia 2030; sin embargo, presentan limitaciones para productos perecibles importados debido a una infraestructura de almacenamiento y cadena de frío menos desarrollada. En paralelo, los supermercados y tiendas minoristas organizadas son especialmente relevantes para frutas importadas y premium. En 2025, Reliance Retail concentró aproximadamente 37.0% del valor del canal supermercados en India, muy por encima de More Retail, con alrededor de 4.0% (Euromonitor, 2026; PROMPERÚ, 2023).

✓ Conclusión

India representa una oportunidad de crecimiento para la mandarina fresca peruana, sustentada en el dinamismo de sus importaciones, la expansión del consumo urbano y premium y una oferta peruana consolidada en los mercados internacionales. En este contexto, la eventual culminación del Acuerdo Comercial Perú-India podría fortalecer significativamente la competitividad del producto peruano si incorpora una reducción arancelaria para la partida, además de mejores condiciones de acceso y facilitación comercial. Esto permitiría reducir la desventaja frente a proveedores con preferencias vigentes y facilitar el ingreso del Perú en un mercado de alto potencial y todavía desaprovechado.

⁽³⁾ Significa que conviven dos grandes tipos de canales de venta dentro de un mismo mercado.