

Ficha Sintética

# Productos del Mar

(Pescado congelado, mariscos y preparaciones de pescado )



Setiembre, 2005

## Introducción:

Con referencia al mercado indio en general, conviene señalar que presenta ciertas particularidades para la introducción y comercialización de los bienes de consumo, debido a los enormes contrastes socio-económicos del país. De hecho, India está dividida en cuatro regiones climáticas bien diferentes, a saber: una templada al Norte, una tropical al Sur, una desértica al Oeste y una monzónica al Este.

A esta realidad natural, se le deben agregar los importantes contrastes socio-económicos que presenta este país. Por tal motivo, las estrategias de mercado que funcionan en otros países no son aplicables al mercado indio, lo que motiva que muchas empresas extranjeras que operan en él deban elaborar planes especiales de acceso.

Según estudios realizados por el Instituto Nacional de Investigaciones de Economía Aplicada de la India (NCAER) el mercado indio se puede dividir en cinco niveles distintos en base al ingreso anual por familia: i) clase alta; ii) clase consumidora; iii) clase emergente; iv) clase aspirante y v) clase carenciada. Sin embargo, esta clasificación por sí sola no presenta un cuadro realista del mercado para los empresarios extranjeros, principalmente debido a las marcadas diferencias de poder adquisitivo entre las distintas regiones de la India. A continuación se presenta un cuadro de clasificación económica del consumidor indio en base a los estudios del NCAER:

Clase de consumidor	Ingreso anual en U\$S	Ingreso anual en Rupias
Clase Rica	más de U\$S 4675,00	más de Rs. 215.000,00
Clase Consumidora	U\$S 980,00 – U\$S 4675,00	Rs. 45.000,00-Rs. 215.000,00
Clase Emergente	U\$S 470,00 – U\$S 980,00	Rs. 22.000,00-Rs. 45.000,00
Clase Aspirante	U\$S 345,00 – U\$S 470,00	Rs. 16.000,00 – Rs. 22.000,00
Clase Carenciada	menos de U\$S 345,00	menos de Rs. 16.000,00

Fuente: National Council for Applied Economic Research, New Delhi

Acorde a estudios de la fuente referida, existen en India 35 millones de familias de clase rica y consumidora, lo que equivale a más de 150 millones de habitantes. Asimismo, el 80% de esos consumidores están concentrados en las siguientes siete ciudades indias: Nueva Delhi, Mumbai, Calcuta, Chennai, Hyderabad, Ahmedabad y Bangalore, mientras que el restante 20% se encuentra en pequeñas ciudades y zonas rurales. Se estima que ese segmento de consumidores está creciendo a una tasa del 10% anual.

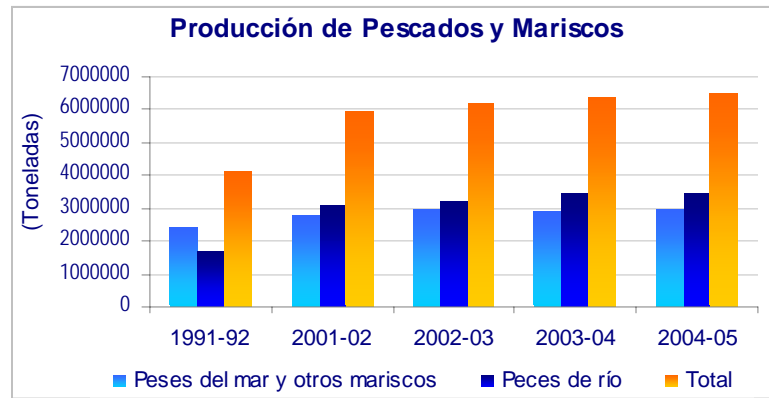
Con referencia específica al rubro en análisis, conviene señalar que India es el tercer productor mundial de pescado y mariscos (6,51 millones de toneladas en 2004-05), y el segundo de peces de río (3,50 millones de toneladas en 2004-05). Sin embargo, el consumo per cápita de estos productos es sólo de **6,04 Kg. por año (año fiscal 2004-05)**. De hecho, la mayor cantidad de consumidores residen en la parte costera del país y en las ciudades grandes. Los productos procesados están principalmente destinados al sector exportador y en el mercado doméstico, dicho consumo se concentra en los centros urbanos del país (más de 300 millones consumidores).

## Introducción al sector:

La industria pesquera es uno de los más importantes rubros de la economía india; el mismo representó el 1,1% del PBI nacional durante el ejercicio 2004-05. El sector de referencia da empleo a más de 11 millones de personas, en forma directa e indirecta, y cuenta con más de 500 millones de consumidores. Durante el período 1990/2004, la producción de pescados y mariscos se incrementó a una tasa promedio del 4% anual. Asimismo, al cierre del último período fiscal (2004-05), la producción de pescados de mar y mariscos ascendió a las 3,01 millones de toneladas, mientras que la de pescados de río representó 3,50 millones de toneladas. Con respecto a los productos procesados del rubro, se debe señalar que los mismos están destinados a la exportación debido a la alta demanda de camarones y langostinos en los mercados de Japón, UE,, EEUU y Medio Oriente.

De hecho, dicha industria destina casi el 98% de su producción al mercado exterior, lo que produce un gran déficit de dichos productos en el mercado doméstico.

A continuación se presenta una gráfica que ilustra acerca de la producción de pescados y mariscos durante el período comprendido entre abril de 1990 y marzo de 2005:



Fuente: Departamento de Ganadería y Pesca, India

### Variedades

Las variedades de pescados y mariscos más consumidos en el mercado indio, tanto frescas como congeladas, son los siguientes:

**Pescados de río:** Rohu (*Labeo Rohita*), Hilsa (*Hilsa Hilsa*) Aar (*Pangasius Tarnaud*), Boal (*Wallagonia Attu*), Bhetki (*Notopterus Blanc*), Pabda (*Kryptopterus Apogon*), Magoor (*Clarias Batrachus*), Catla (*Catla Catla*), Mrigel (*Cirrhinus Mrigale*), Trucha etc..

**Pescados del mar y mariscos:** Pámpano (*Pampus Argenteus*), Jibia (*Sepia Spp.*), Cangrejo (*Scylla Serrata*), Mackerel (*Rastrelliger Kanagurta*), Snapper (*Lutjanus Spp.*), Corbina (*Johnius Dussumier*), Carangue (*Alepes Mate*), Sable (*Lepturacanthus Savala*), Lobo (*Arius Maculatus*), Sardina (*Sardonella Longiceps*), Solla (*Psettodes Erumei*), Barracuda (*Sphyræna Jello*), Salmón (*Eleutheronema Tetractylum*), Bombay Duck (*Harpadon Nehereus*), Esparido (*Argyrops Spinifer*), Lisa (*Mugil Cephalus*), Sabahi (*Chanos Chanos*), Merlán (*Silago Sharma*), *Hypothalmichthys Molitrix*, Cohombro de Mar (*Holothuria Atra*), Angilla (*Conger Cinereus*), Anchoya (*Stolephorus Indicus*), Atún, Bonito, Merluza, calamares, camarones, gambas, langostinos etc..

### Estructura de la industria

La industria de pescado y mariscos en India está dividida en dos sectores – el no organizado y el organizado.

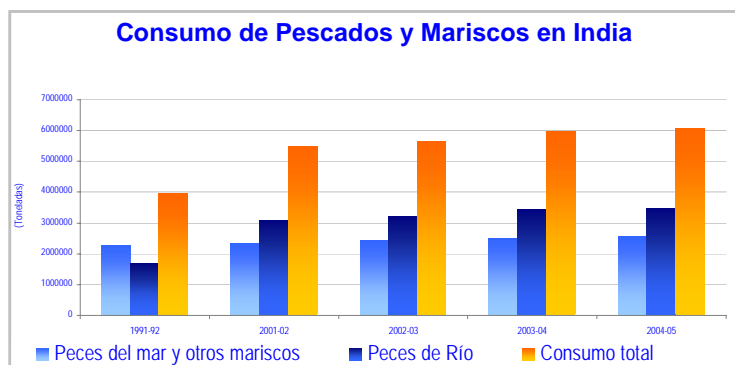
El sector no organizado abastece a casi el 80% del mercado local y está integrado por pequeños pueblos de pescadores y vendedores ubicados en todo el territorio nacional. Este sector abarca más de 1.702 puntos de pesca que utilizan una cadena de distribución semi-organizada para llegar al consumidor final.

Por su parte, el sector organizado está integrado por más de 900 plantas destinadas a la elaboración de productos procesados y congelados para los mercados externos. Desde el año 2000, este sector ha crecido en forma significativa debido a la participación en él de grandes empresas y si bien cuenta con su propia infraestructura de pesca y procesamiento, también se abastece de materia prima del sector no organizado. Asimismo, se puede mencionar que este sector cuenta con 393 plantas de procesamiento IQF, 13 unidades para enlatados y 500 plantas de productos congelados.

### Composición del Mercado:

Se debe señalar también que, durante el período 1991/2000, el consumo doméstico de pescados de mar y mariscos creció a una tasa del 4% anual, la cual disminuyó a un promedio de 3,5% durante el período 2001-2004. Asimismo, durante el período 1991/2004, la demanda de pescados de río registró un crecimiento anual promedio del 6%.

A continuación se presenta una gráfica que refleja la evolución del mercado de pescados y mariscos frescos y congelados en India:



Fuente: Departamento de Ganadería y Pesca, India

Con respecto al mercado de productos procesados, conviene señalar que la oferta de los mismos no es tan grande como la de pescados frescos y congelados. Ello se debe a que casi toda la producción se destina a la exportación en función de los mejores precios obtenidos en el mercado internacional. Si bien durante los últimos años algunas empresas indias han comenzado a comercializar en el mercado interno productos procesados como camarones empanados, buñuelos de pescado y camarones, atún y sardina enlatados, su presencia aún sigue siendo marginal debido a la poca demanda existente en el mercado indio por tales productos. De hecho, la mayor demanda por dichos productos se encuentra exclusivamente en las grandes ciudades.

### Importaciones:

Las importaciones de pescado y mariscos se comenzaron a registrar a partir del año fiscal 2000-01, ya que anteriormente las mismas estaban en la categoría de "productos restringidos" debido a los problemas de Balanza de Pagos presentados por la economía india. El mecanismo aplicado por las autoridades india para restringir el ingreso de estos productos eran las "restricciones cuantitativas" y elevados aranceles.

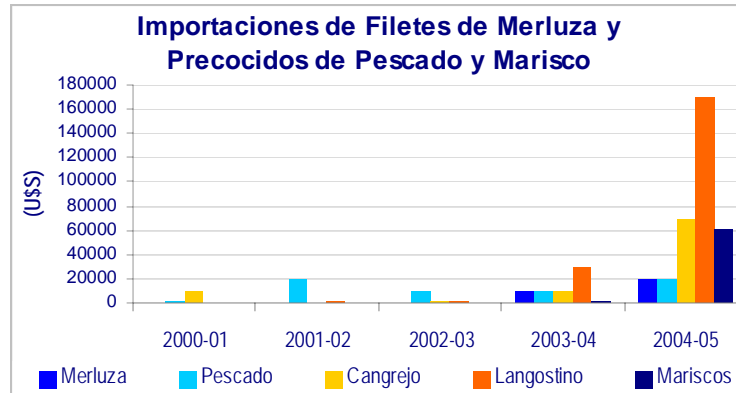
No obstante ello, la resolución de los problemas de Balanza de Pagos y el sostenido crecimiento económico del país, estimularon a las autoridades indias a liberalizar el sector. Atento a ello, en la actualidad el mismo presenta mejores condiciones de acceso para el exportador extranjero.

A partir del año fiscal 2002-03, las importaciones de estos productos registraron un crecimiento importante debido a la mejora del poder adquisitivo del consumidor indio así como al crecimiento de las industrias de tecnología de la información, biotecnología, farmacéutica y automotriz que posibilitó un mayor acceso de empresarios y trabajadores indios a los viajes internacionales con el consecuente posibilidad de experimentar gastronomía extranjera. De esta forma el consumidor indio comenzó a demandar mayor cantidad de pescados y mariscos. Al mismo tiempo, la política gubernamental orientada a la apertura de diversos sectores de la economía nacional a la inversión extranjera así como la mejora en la situación de seguridad nacional resultaron en un incremento del ingreso de turistas y trabajadores extranjeros a la India. Estos elementos fueron determinantes para el incremento en las importaciones de preparaciones de pescado y mariscos; entre las esepicias más demandadas están Rohu, Hilsa y Atún .

Es de destacar también que desde el año fiscal 2002-03, se ha registrado un importante crecimiento en la demanda de preparaciones de cangrejo, pescado y langostinos. Asimismo, las importaciones de preparaciones de mariscos mixtos y merluza congelada se comenzaron a registrar a partir del año 2003-04.

Deben señalarse también las importaciones de atún enlatado, principalmente desde Tailandia y Singapur, sardinas desde el Reino Unido y Dinamarca, y paté de pescado desde el Reino Unido (marca "Fishermen's Cove") .

A continuación se presenta una gráfica reflejando las importaciones indias de los productos de la oferta exportable de Uruguay:



Fuente: Ministerio de Comercio e Industria, India

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, desde la apertura del mercado en el año 2001-02, las importaciones del rubro han mantenido un crecimiento sostenido. De hecho, las preparaciones de langostinos, mariscos y cangrejos han sido los productos más demandados durante el último ejercicio fiscal (2004-05). Con respecto a filetes y preparaciones de merluza se debe indicar que si bien las importaciones todavía no son muy importantes (US\$ 20.000 en 2004-05), este producto tiene gran potencial para el sector hotelero del país que, al día de hoy, ofrece salmones y truchas importadas; de hecho, con la merluza se podría incorporar un nuevo pescado en el menú hotelero que presenta un sabor similar a la variedad local "Surmai".

### Principales Proveedores:

Bangladesh, Myanmar y Nepal son los principales proveedores de pescado congelado a la India. Con respecto a las importaciones de filetes de merluza, Noruega, Japón y Chile son los principales proveedores mientras que en lo que refiere a preparaciones de pescado envasadas, los principales proveedores son Tailandia, Singapur, Emiratos Árabes, Dinamarca, Japón, Reino Unido, Australia, Alemania, EUA y Vietnam.

### Condiciones de acceso al mercado:

Como se ha mencionado anteriormente, las importaciones de pescados y mariscos en India estuvieron restringidas por las autoridades indias mediante la aplicación de un sistema de control cuantitativo y tarifas arancelarias elevadas. En el año 2001-02 si bien India eliminó el sistema de control cuantitativo para 1.400 productos, inclusive los de referencia, aplicó elevados derechos adicionales (16% y 4% sobre el valor del producto en la aduana) para los productos con marca para proteger al sector nacional.

El citado régimen impositivo se continuó hasta el año en 2003-04, cuando las autoridades indias disminuyeron los derechos adicionales del 16% y 4% al 8,16% y 4%. En el año 2004-2005, el Gobierno de la India eliminó el derecho adicional del 4% para todo tipo de importaciones.

Actualmente (2005-06) la tarifa arancelaria aplicable a las importaciones a las preparaciones de pescado envasadas se compone de tres elementos básicos: (i) un impuesto básico de importación, (ii) un derecho adicional equivalente al impuesto que el productor local tiene que abonar, y (iii) un impuesto adicional para financiar el desarrollo educativo de los niños aplicable a la suma de los otros dos impuestos. En este contexto es importante señalar que ese último tiene vigencia hasta el cierre del presente ejercicio fiscal.

A continuación se presentan los niveles arancelarios aplicables en la actualidad a las importaciones de diversos productos envasados, así como el compromiso asumido por India ante la OMC para los productos en análisis:

HS Indio	Producto	Arancel Básico	Impuestos Adicionales	Arancel Total	Consolidado OMC (Máx)
0303.78.00	Pescado congelado (Merluza)	30%	2%	30,06 %	
0304.20.10	Filetes de pescado congelado (merluza)	30%	2%	30,06 %	
1604.20.90	Preparaciones de pescado	30%	8,16%	32,48 %	
1605.10.00	Preparaciones de cangrejo	30%	8,16%	32,48 %	
1605.20.00	Preparaciones de langostinos	30%	8,16%	32,48 %	
1605.40.00	Preparaciones de calamar	30%	8,16%	32,48 %	
1605.90.00	Preparaciones de mariscos	30%	8,16%	32,48 %	

Conviene señalar que para el futuro cercano, India tiene previsto bajar aún más sus niveles arancelarios en el marco de su proceso de adhesión a la ASEAN.

Se presenta a continuación el cálculo del arancel indio aplicable a un producto muestra

### Ejemplo de cálculo de arancel sobre de un producto determinado:

Producto considerado: Preparaciones de pescado (HS 1604.20.90)

Precio CIF (Puerto indio del producto): U\$S 100,00/Kg

Arancel básico: 30%

Valor del producto en la aduana india:  $U\$S 100,00 + 30\% = U\$S 100,00 + U\$S 30,00$   
= U\$S 130,00

Impuesto adicional 8,16% sobre el valor aduanero: U\$S 2,44

Impuesto educativo 2% sobre el impuesto adicional: U\$S 0,04

Impuesto total: Básico + Adicional + Impuesto educativo =  $U\$S 30,00 + U\$S 2,44 + U\$S 0,04$   
= U\$S 32,48

Precio final del producto al ingresar al territorio indio =  $U\$S 100,00 + U\$S 32,48$   
= U\$S 132,48

### Barreras no arancelarias:

Como ya se señaló, además de los aranceles referidos el gobierno indio también aplica barreras no arancelarias. En este sentido, las importaciones de estos productos requieren certificado sanitario expedido por las autoridades competentes del país de origen el cual debe ser entregado a las autoridades aduaneras indias al momento de ingresar el producto al país.

Las importaciones de productos alimenticios, y por tanto los productos de la pesca, están sujetas a las siguientes condiciones no arancelarias:

- Los productos deberán contar con el Permiso Sanitario expedido por las autoridades competentes del país de origen, así como por el "Department of Animal Husbandry and Dairy" del Ministerio de Agricultura del Gobierno de la India de conformidad con la Acta de Importaciones de Animales de 2001; este último documento debe ser obtenido por el importador indio.
- Los productos deberán contar con una vida útil del 60% de su vida útil total en el momento de llegada en el puerto indio;
- La etiqueta deberá contar con los siguientes detalles en idioma inglés: detalles del productor e importador, nombre genérico del producto, ingredientes, porcentaje de materia grasa, peso neto en medida métrica (kg./grms), vida útil del producto, instrucciones de conservación, fechas de elaboración y caducidad, precio máximo para el consumidor final, declaración de que es un producto animal (una indicación en forma de un cuadro vacío rojo con un globo rojo en medio) y que el producto no cuenta con ingredientes de carne y sangre bovina;

- Los envases deben ser de lata, papel grueso o de polietileno de calidad internacional de 250 grms;
- Todos los embarques de alimentos precocidos/embutidos deberán estar acompañados por una declaración del exportador en el sentido de que el producto no cuenta con ingredientes originarios de carne o sangre bovina; dicha declaración consiste en una nota que debe venir adherida al conocimiento de embarque y demás documentos relativos a la mercadería.
- El importador indio deberá contar con la certificación previa de Bureau of Indian Standards (BIS) correspondiente a los productos que desea importar; esta gestión es responsabilidad del importador indio quien gestiona dicho documento en forma previa a la importación ante dicha oficina en Delhi, para lo cual, en ciertos casos, precisará de alguna muestra del producto e informes técnicos sobre el mismo.
- Los productos están sujetos a eventuales pruebas sanitarias que se podrán realizar en forma previa a su ingreso en el territorio nacional; en caso de considerarse necesario y con el fin de controlar la calidad de la mercadería a ingresar a India, las autoridades aduaneras o la Dirección para la prevención de la adulteración de alimentos pueden realizar algún control en Aduana. Es de destacar que esta situación no se da en forma regular.

### Plan de acción:

Como comentario general se puede decir que India es un mercado interesante para el ingreso de pescados y mariscos, en forma congelada y precocida, con un gran potencial de crecimiento. Si bien la falta de cadenas de frío y supermercados presenta ciertas dificultades de acceso al mercado, debe considerarse que los principales nichos de consumo de estos productos se encuentran en las seis ciudades más grandes del país (Nueva Delhi, Mumbai, Kolkata, Bangalore, Chennai y Hyderabad), que en forma conjunta cuentan con una población de más de 70 millones de habitantes, o sea prácticamente 20 veces la población uruguaya, y que poseen una cierta infraestructura para la comercialización de estos productos.

Por otra parte, cabe esperar que las negociaciones del MERCOSUR con India para ampliar el acuerdo bilateral se inicien en un futuro cercano una vez ratificado el acuerdo actual. En tal caso, debería insistirse en que se utilice la metodología aplicada en las negociaciones del MERCOSUR con los países andinos, es decir negociación 4 más 1 pero por listas de desgravación o preferencias bilaterales. Esto permitirá al Uruguay obtener las ventajas que hasta ahora han sido imposibles porque hay beneficios que India puede ofrecer a Uruguay siempre que no sean extensivas, al menos en una primera instancia, a los socios grandes del MERCOSUR.

Con referencia específica al plan de acción propiamente dicho, el exportador uruguayo podría concentrarse en los siguientes cuatro nichos específicos del mercado:

**Hoteles de lujo:** Este segmento representa el mercado más importante para los productos de referencia. India cuenta con más de 250 hoteles de lujo que alojan entre 3 y 4 millones de turistas al año. Las cadenas principales son Taj, Oberoi, ITC Welcome Group, Hilton, Meridien, Hyatt, Park, JP Hotels, Nikko, Radisson, ITDC, Ramada y Kempinsky. Dichas cadenas suelen tener un sistema centralizado de compra y usan sus propias agencias importadoras para adquirir productos del exterior. La industria goza de ciertos beneficios para importar productos alimenticios y bebidas, traducidos en la exención de todo tipo de impuestos hasta un 5% de su facturación anual en divisas extranjeras;

**Mercado libre:** El mercado libre es el segundo segmento más importante y cuenta con un mercado potencial de casi 350 millones de consumidores. Asimismo, existe un sector de pequeños locales que venden productos importados suministrados por los importadores generales. Existe algunas cadenas especializadas que comercializan productos alimenticios importados como Sugar & Spice (subsidiario del grupo Oberoi) y Dollar Plus, entre otros. En función de esto, es de esperar que durante los próximos años este sector del mercado crezca en forma importante.

**Cuerpo Diplomático:** Este es también un consumidor importante de pescado importado. Conviene recordar que Nueva Delhi es la tercera capital del mundo, después de Washington y Londres, en lo que refiere a presencia diplomática. Existen dos mecanismos para acceder a este mercado: algunas colectividades diplomáticas (por ejemplo la Colectividad Diplomática Estadounidense "ACSA" y la Colectividad Diplomática Canadiense-Australiano-Neocelandesa – "CANZA", por nombrar las más importantes) que cuentan con sus propias tiendas de productos alimenticios importados, y (ii) a través de los llamados "Bonded Warehouses" (Almacenes para diplomáticos) que suministran productos importados a la comunidad diplomática y a hoteles que no sean de lujo, los cuales, como ya se indicó, los adquieren a través de sus operadores propios.

**Supermercados:** Está previsto que este sector se consolide en India en el futuro cercano. Existen algunos supermercados de las cadenas Big Bazar y Morning Stores que comercializan algunos productos alimenticios importados. Las autoridades indias tienen previsto liberalizar este sector el próximo año posibilitando así la participación extranjera en el mismo; en este sentido es muy probable que la cadena Walmart sea la primera cadena internacional en ingresar al mercado indio de supermercados. En virtud de ello, se prevé que el sector crezca en forma importante durante los próximos años.

En virtud de lo antes expuesto, el exportador uruguayo del rubro podría desarrollar una estrategia agresiva para acceder a este mercado. En este sentido, se podría instrumentar una estrategia a mediano plazo consistente en identificar representantes comerciales y de la industria hotelera que se encuentren ubicados en las ciudades de Nueva Delhi o Mumbai como forma de establecer un vínculo comercial permanente con este mercado. Asimismo, podría ser conveniente establecer contacto directo con la sede de la empresa Walmart ubicada en EE.UU. a fin de negociar la posibilidad de suministrar los productos a través de la eventual subsidiaria que instalará la cadena en el futuro. También se considera oportuno establecer contacto con las agencias ACSA, CANZA y los almacenes para diplomáticos (Para cualquiera de estos contactos, esta Misión ofrece su total apoyo).

Por otra parte, es imprescindible que el exportador uruguayo identifique qué productos desea exportar al mercado indio teniendo en cuenta la vida útil del producto y el plazo de transporte marítimo. Al respecto, se sugiere considerar la exportación de productos cuya vida útil sea superior a los 70 días. No obstante, los exportadores también pueden utilizar el transporte aéreo para ofrecer productos con vida útil inferior a los 45 días a los hoteles de lujo en las ciudades de Nueva Delhi, Mumbai y Bangalore.

Nota: debe mencionarse que para la estrategia de promoción de este producto en India, traducida en establecimiento de contactos, identificación de empresas, organización de agendas y visitas comerciales así como recolección y suministro de información, entre otras gestiones, la Embajada de Uruguay en India está siempre disponible.

## Importadores:

A continuación se presentan detalles de algunos importadores de productos embutidos:

### **Exhilaron India Private Limited**

211, Antriksh Bhawan,  
22 K. G. Marg,  
New Delhi - 110 001  
Tel: (91-11) 23730971/23730972  
Fax: (91-11) 23730972  
Contacto: Sr. Narender Kumar  
Email: info@exhilaron-india.com

### **The Raunaq Group**

17, Sansad Marg,  
New Delhi - 110001  
Tel: (91-11) 22374344  
Fax: (91-11) 51716763  
Email: info@raunaq.com

### **Hiro International Private Limited**

8003, DLF, Phase-IV,  
Gurgaon - 122 002  
Tel: (91-124) 5002072  
Fax: (91-124) 5002519  
Contacto: Sr. Arun Sharma

### **G. M. G. Associates Private Limited**

18/902, Heritage City, DLF-II,  
M. G. Road  
Gurgaon - 122 002  
Tel: (91-124) 5012013  
Fax: (91-124) 5012012

### **Holyland Marketing (P) Ltd.**

D-154, New Rajinder Nagar  
New Delhi- 110060  
Tel: (91-11) 28743683 / 55467167  
Fax: (91-11) 28745633  
Contacto: Sr. Kapil Bhudhiraja (98103 63873)  
Sr. Harith Bhudhiraja (98104 80331)  
Email: kapil@holylandgroup.com/ harith@holylandgroup.com

### **IFM Impex Global Ltd**

C-351/9, Majlis Park  
Delhi -110033  
Tel: (91-11) 27674010  
Fax: (91-11) 27670436  
Celular: 0091 9350148921  
Website: <http://www.ifmindia.com>  
Contacto: Sr. O. Yadav

**Occidental Trading Corporation**

Unit No. 14, Ground Floor,  
R-23, Nehru Enclave  
New Delhi - 110019  
Tel: (91-11) 26487536  
Fax: (91-11) 26216255  
Celular: 9312207958/ 98100 00434  
Website: <http://www.occidentaltrading.com>  
Contacto: Sr. Sanjay Dawar

**Universal Agency**

19/11 Venus Apts, 2nd Street  
Avenus Colony Alwarpet,  
Chennai- 600018  
Tel: (91-44) 2407 5114  
Fax: (91-44) 5215 4114  
Celular: (91-44) 2407 5114  
Contacto: Sr Justin Richard

**M/S. Zoom Overseas Trading Co.,**

Contact Person: Mr Razeem Usman  
K. K. Vishwanathan Road, Chullickal,  
Cochin- 682005  
Tel: (91-484) 222 444  
Fax: (91-484) 222 6919  
Celular: (91) 98470 40046  
Contacto: Sr. Razeem Usman

**K. K. S. Marine Foods**

23 Canal, West Road  
Kolkata - 700 004  
Telefax: (91-33) 2240 0367/ 32074030

**Oficinas de Compras Centralizadas de tres Cadenas Hoteleras más importantes :**

**ITC Welcome Group (66 hotels)**

A-9, USO Road  
Qutab Institutional Ara  
New Delhi -110 067  
Tel: (91-11) 2685 0242  
Fax: (91-11) 2688 3715

**Taj Hotels, Resorts & Palaces (73 hoteles)**

Oxford House  
15/17 N.F. Road  
Apollo Bunder  
Mumbai -400 001  
Tel: (91-22) 5665 1000  
Fax: (91-22) 2284 6680

**Oberoi Hotels & Resorts (30 hoteles)**

Corporate Marketing Division  
7, Sham Nath Marg  
New Delhi - 110 054  
Tel: (91-11) 2389 0505  
Fax: (91-11) 2389 0582

