



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

INFORME Nº 34-2022-PROMPERÚ/DO- ONDE

A : Sra. Amora Carbajal Schumacher
Directora de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior(e)

Cc : Hugo Guevara
Coordinador

Asunto : Ficha de Producto No. 2-2022 sobre el mercado para quinua en
India, elaborada por la OCEX Nueva Delhi.

Lugar y Fecha : Nueva Delhi, 13 de octubre del 2022

Estimada Señora Directora,

Aprovecho la ocasión para alcanzarle mis saludos.

Adjunto al presente documento, la ficha de producto No. 2-2022 correspondiente al mercado para quinua en India, elaborado por la OCEX Nueva Delhi.

Alcanzo este documento para los fines que estime conveniente.

Sin otro particular,

Atentamente,



LUIS MIGUEL CABELLO
Consejero Económico Comercial
OCEX Nueva Delhi

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA																				
1.1. Nombre de la OCEX	Nueva Delhi	1.2. Fecha	07-10-2022																	
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Luis Cabello																		
	Cargo	Consejero Económico Comercial del Perú en Nueva Delhi, India																		
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO																				
2.1 Producto	Quinoa																			
2.2 Nomenclatura arancelaria	100850 Quinoa (Chenopodium quinoa)																			
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Quinoa																			
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>2.4.1 Requisitos fitosanitarios de importación, establecidos por el Directorate of Plant Protection, Quarantine and Storage (DPPQS)</p> <p>En India, el Directorate of Plant Protection, Quarantine and Storage (DPPQS), es parte del Ministerio de Agricultura de la India, y es el encargado de la publicación de los requisitos fitosanitarios (accesos) para productos vegetales. Dichos requisitos fitosanitarios que los productos vegetales deben cumplir se encuentran compilados en el Plant Quarantine Order (Regulation of Import Into India), 2003. http://plantquarantineindia.nic.in/PQISPub/pdf/pqorder2015.pdf</p> <p>Los requisitos establecidos por el DPPQS de la India para la importación de quinua se muestran en la siguiente Tabla 1:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px 0;"> <thead> <tr> <th colspan="5" style="text-align: center; padding: 5px;">Tabla 1: Requisitos fitosanitarios establecidos por el DPPQS de la India para el producto café</th> </tr> <tr> <th style="width: 15%; padding: 5px;">Especie</th> <th style="width: 20%; padding: 5px;">Producto</th> <th style="width: 10%; padding: 5px;">País</th> <th style="width: 20%; padding: 5px;">Plagas reguladas</th> <th style="width: 35%; padding: 5px;">Condición especial de importación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;"><i>Chenopodium quinoa</i> (Quinoa)</td> <td style="padding: 5px;">Granos/ Semillas para el consumo/ procesamiento</td> <td style="padding: 5px;">Perú</td> <td style="padding: 5px;">Ninguna</td> <td style="padding: 5px;">Libre de semillas de malezas cuarentenarias y suelo contaminante.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Plant Quarantine Order (Regulation of Import into India), 2003</p> <p>2.4.2 Aranceles e impuestos a la importación</p> <p>De acuerdo al Central Board of Indirect Taxes & Customs del Ministerio de Finanzas de la India, los aranceles e impuestos a la importación granos de quinua comprendidos dentro de la partida 100850 se muestran en la siguiente Tabla 2:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="padding: 5px;">TABLA 2: Aranceles de importación para la partida bajo la cuál se importa quinua en India</td> </tr> </table>				Tabla 1: Requisitos fitosanitarios establecidos por el DPPQS de la India para el producto café					Especie	Producto	País	Plagas reguladas	Condición especial de importación	<i>Chenopodium quinoa</i> (Quinoa)	Granos/ Semillas para el consumo/ procesamiento	Perú	Ninguna	Libre de semillas de malezas cuarentenarias y suelo contaminante.	TABLA 2: Aranceles de importación para la partida bajo la cuál se importa quinua en India
Tabla 1: Requisitos fitosanitarios establecidos por el DPPQS de la India para el producto café																				
Especie	Producto	País	Plagas reguladas	Condición especial de importación																
<i>Chenopodium quinoa</i> (Quinoa)	Granos/ Semillas para el consumo/ procesamiento	Perú	Ninguna	Libre de semillas de malezas cuarentenarias y suelo contaminante.																
TABLA 2: Aranceles de importación para la partida bajo la cuál se importa quinua en India																				

Sub-Partida	BCD	SWS	IGST	TOTAL DUTY
100850 Quinoa (Chenopodium quinoa)	0%	10%	5%	5%
BCD: Basic Custom Duty IGST: Integrated Goods and Service Tax SWS: Social Welfare Surcharge Fuente: Central Board of Indirect Taxes & Customs. Department of Revenue, Ministry of Finance, Government of India.				

Cabe mencionar que el IGST es un impuesto similar al Impuestos General a las Ventas que se aplica en el Perú y, por lo tanto, es recuperable.

El SWS del 10% corresponde al porcentaje de los tributos pagables y no al valor importado. Entonces en aquellos casos en los que el CBD es 0 los tributos a pagar son 0 y por tanto el SWS es nulo.

2.4.3 Requisitos del Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI)

En India la autoridad en materia de inocuidad es el Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), el cual establece las normas y regulaciones de carácter técnico para los alimentos que se importan, distribuyen, expenden y consumen en el territorio de la India. La página web de esta institución, en la cual se encuentran las regulaciones sobre alimentos y bebidas en India, puede revisarse en el siguiente link: <https://www.fssai.gov.in/>

Es importante tener en cuenta las siguientes regulaciones del Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), para el caso de los granos de quinua:

- **Food Safety and Standards (Contaminants, Toxins and Residues) Regulations, 2011**, donde se establecen los niveles máximos de residuos para los diferentes productos vegetales, además de otros contaminantes por grupo de alimentos. https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Contaminants_Regulations.pdf

Para el caso de quinua incluyéndose dentro del grupo de los cereales se mencionan los siguientes elementos contaminantes en la Tabla 3:

Tabla 3: Contaminantes contemplados dentro de la regulación del FSSAI para cereales incluyéndose a la quinua		
Nombre del contaminante	Alimento	Límite ug/kg
Aflatoxinas totales	Cereales y productos cereales	15

Aflatoxina B1

Cereales y productos cereales

10

- **Food Safety and Standards (Food Products Standards and Food Additives) Regulations, 2011**, donde se definen las características que deben cumplir los granos quinua en el punto **2.4.6: Food Grains** – 18. "Quinoa" se refiere al grano seco y maduro obtenido de la planta *Chenopodium quinoa* del cual es removida la saponina mediante lavado, fregado, o cualquier otro proceso disponible, y tendrá los siguientes estándares:

Sl. No.	Parámetro	Límite
(1)	Humedad máxima (porcentaje en masa)	12.0
(2)	Materia extraña	No más de 1%. En masa, de los cuales (la materia extraña) no deberá ser más de 0.25 %. En masa donde la materia mineral no será más de 0.10 % no serán impurezas de origen animal.
(3)	Otros granos comestibles, máximo %	0.5
(4)	Granos dañados, máximo %	3.0
(5)	Ácido úrico (No más de)	100 mg/kg
(6)	Contenido máximo de saponina %	0.1

- **Food Safety and Standards (Import) Regulation, 2017**, donde se establecen las disposiciones generales que deben cumplir los alimentos importados para poder ingresar al mercado de India.
https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Food_Import_Regulations.pdf

2.4.4 Etiquetado

De acuerdo a las regulaciones vigentes, cada producto debe llevar el logo que indica si el alimento es para consumidores vegetarianos o no. En el caso de los granos de quinua, al tratarse de un alimento 100% de origen vegetal, deberá llevar en la etiqueta, un cuadrado con un círculo en su interior de color verde, como se muestra en la siguiente figura.



Logo obligatorio del FSSAI que debe encontrarse en la etiqueta del producto final, el cual indica que el producto pertenece a la categoría de alimentos vegetarianos

2.4.5 Certificaciones orgánicas

Un aspecto muy importante relacionado con la certificación es que de acuerdo a la regulación de importaciones de India (Food Safety and Standards Organic Foods Regulation, 2017), link: https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Gazette_Notification_Organic_Food_04_01_2017.pdf no se permite la importación de productos declarados como orgánicos de aquellos países que no hayan aceptado un acuerdo de reciprocidad con India. Es decir para que la quinua orgánica peruana pueda ser importada, declarada y vendida como orgánica en el mercado de India, todos los productos certificados como orgánicos por India bajo su esquema de certificación local también deben ser aceptados en Perú.

* En relación a esto último es importante mencionar que el mercado de la India en cuanto al tema de certificaciones de productos alimenticios no es muy exigente; aunque esta tendencia se está revirtiendo rápidamente. Se ha observado que los productos presentes en el mercado no cuentan con certificaciones y si cuentan con ellas no ha sido un requerimiento de los importadores (clientes).

En la actualidad, India no es un mercado donde la mayoría de consumidores conozca las certificaciones de alimentos, es por este motivo que los productos con todas las certificaciones necesarias para ingresar en mercados exigentes son castigados en el mercado de la India, puesto que el importador no está dispuesto a pagar por un producto muy diferenciado en calidad.

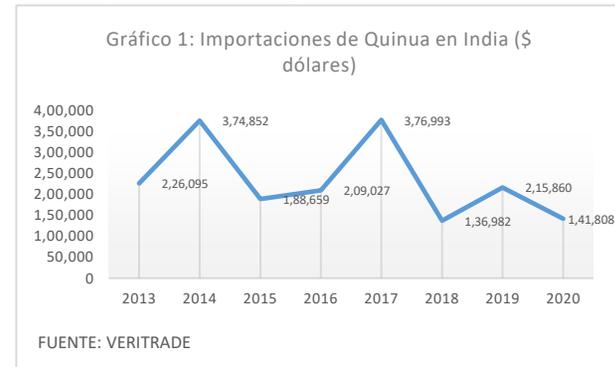
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)

2.5.1 Importaciones

Las importaciones de quinua peruana en la India comenzaron en el año 2013, y posteriormente en el año 2014 Perú fue el primer país en obtener los requisitos fitosanitarios de importación establecidos por el Ministerio de Agricultura, Cooperación & Bienestar del Agricultor. Posteriormente los países de Ecuador y Colombia obtuvieron acceso a este mercado. En el año 2015 el Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) notifica la autorización para la importación y consumo de este grano para posteriormente también publicar los estándares.

En cuanto a la tendencia de importación del producto, en el Gráfico 1, se esquematiza la tendencia de importación del grano en India, tendencia creciente hasta el año 2017. Sin embargo, a partir de este punto, estas comienzan a disminuir. Y aunque Perú es el principal origen de las importaciones de quinua en India estos valores han comenzado a decrecer puesto que el gran valor nutritivo del producto llamó la atención de agricultores y empresas locales, los cuales comenzaron a producir el producto localmente con costos muy bajos permitiéndoles a estas empresas colocar un producto en el mercado retail con precios mucho menores al producto importado, relegando a este último a un mercado de nicho para consumidores que buscan un producto de calidad superior.

En una fase inicial se observó en el mercado de India un grano producido localmente de menor calidad, con un tamaño pequeño y oscuro, esta siembra fue impulsada por la promoción e incentivos por parte del gobierno de la India y su política "Made in India"; en una segunda fase, las empresas han comenzado a industrializar el grano de quinua hacia harinas y preparaciones locales, incluyendo fideos y snacks a base de este cereal. Como una tercera fase se observa que han mejorado en la calidad del grano obtenido y además



han comenzado las exportaciones de este grano hacia otros países convirtiéndose en un competidor potencial. Los valores exportados en los dos últimos periodos se muestran en la tabla 4 y superan ampliamente los valores importados.

Tabla 4: Comercio de quinua de la India					
Subpartida	Valores importados (millones USD)			Valores exportados (millones USD)	
	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021
10085000 – Quinoa (Chenopodium quinoa)	0.18	0.26	0.19	1.12	0.99
Total	0.18	0.26	0.19	1.12	0.99

Fuente: Department of Commerce, Ministry of Trade and Commerce – Government of India

Esto permite inferir que el crecimiento de las importaciones dentro de este país se ha detenido debido a que India comenzó a sembrar el cultivo hasta alcanzar un nivel de producción que no solo logra cubrir gran parte del consumo local, sino que además ha conseguido exportar el producto a diferentes mercados.

De acuerdo al Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority of India (APEDA) el volumen importado en India durante los últimos dos años en su totalidad ha provenido de Perú; mientras que las exportaciones de India se han dirigido a diferentes mercados tales como: Estados Unidos, Tailandia, Grecia, Ucrania, República Checa, Singapur y Arabia Saudita (APEDA, 2022; Selinawamucci s/a).

<https://www.selinawamucii.com/insights/market/india/quinua/>
https://agriexchange.apeda.gov.in/index/Product_description.aspx?hscode=10085000&ctrycode=

2.5.2 Tendencias del mercado

De acuerdo a IMARC en su reporte “India Quinoa Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027” en el año 2021, el tamaño del Mercado de la quinua en India alcanzó las 49,026 toneladas, indicándose que se espera que este tamaño de mercado alcance las 189,196.2 toneladas para el 2027, mostrándose una tasa de crecimiento del 25.3% durante el periodo 2022-2027. <https://www.imarcgroup.com/india-quinoa-market>

Aunque no existe abundante información comercial referente al consumo per cápita de quinua en India, se puede inferir que debido a sus propiedades alimenticias es un producto cuyo consumo viene incrementándose ya que cada vez hay más marcas que comercializan la quinua y subproductos. Tiene un precio mayor en comparación con otros cereales, por lo que su mercado está en las cadenas de retail organizado, así como el canal online. El bajo costo de producción local permite a los distribuidores ofrecerlo en el mercado retail con un precio accesible para el consumidor, manteniendo un margen de ganancia atractivo.

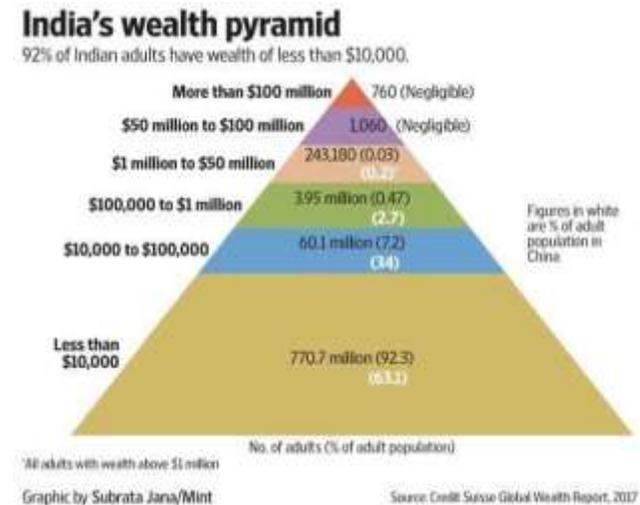
El producto viene siendo consumido principalmente por el segmento perteneciente a la clase media-alta y clase alta en India, cuyos consumidores tienen un hábito de consumo de productos del tipo gourmet y que se encuentran en las principales ciudades de este

país (New Delhi, Mumbai, Bangalore, Kolkata, Chennai, Hyderabad) que es a donde llega a distribuirse el producto principalmente. En estas ciudades además es donde puede localizar cadenas de retail moderno a donde llega el producto. Sin embargo, el canal HoReCa también tiene un importante papel ya que al ser un país con un gran porcentaje de su población con hábitos vegetarianos, muchos restaurantes han incorporado en su menú platos cuyo ingrediente principal es la quinua.

2.5.3 Factores claves para el crecimiento del consumo de quinua en India

Crecimiento de la clase media-alta y alta.- Si bien India es un país con la segunda mayor población del mundo, es importante tener una idea real de la proporción de la población que podría ser parte del segmento de consumidores de productos importados en este mercado. Tal y como se indica en la figura 1, en el 2017 el 92% de los adultos en India tiene una riqueza menor de US\$ 10,000, por lo que no constituyen un target potencial para los productos importados.

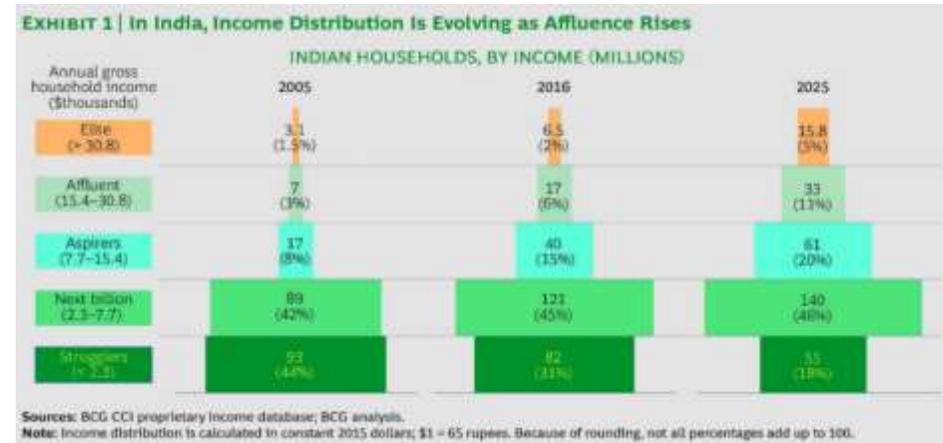
Figura 1: Pirámide de riqueza en India (Fuente: Mint, 2017)



Adicionalmente, en la figura 2, se muestra la división de la India en 5 grupos de acuerdo a su nivel de ingresos. Se resalta que el grupo llamado "Elite + Affluent", el cual es el segmento target para los productos importados se encuentra en crecimiento. De esta manera este grupo de consumidores, el cual constituye el grupo target para los productos importados o gourmet y que equivaldría a la clase media-alta y alta, para el 2025 constituirá un 16% del total de la población de la India, siendo actualmente un 8% de la misma.

Es importante tener en cuenta esta distribución de la riqueza y clasificación de acuerdo a los ingresos, debido a que este tipo de productos (importados) puede ser consumido solo por las clases económicas que se encuentran en la parte superior de la pirámide, la cual si bien viene creciendo es aún una minoría; aunque es innegable el gran potencial que presenta el mercado.

Figura 2: Distribución de distribución de los ingresos por clases (Fuente: BCG, 2017)



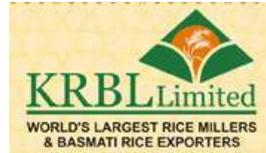
Cambios en los hábitos de consumo, hacia un consumo de productos saludables.- El segmento de mercado con mayor poder adquisitivo, así como la clase media, se encuentran en la búsqueda de productos gourmet, así como alimentos funcionales que les brinden una experiencia de consumo diferente a las alternativas convencionales. Esta búsqueda de productos que aportan beneficios para la salud hace que estén dispuestos a probar nuevos productos para incorporarlos a su dieta diaria, diferenciando a estos consumidores del consumidor tradicional el cual es mayoritario en la India el cual solo busca comida e ingredientes locales. Este nuevo segmento de consumidores además es accionable por la promoción de contenidos y en redes sociales pues tienen una formación superior a la media.

Expansión del retail organizado.- Existe un considerable crecimiento e incremento en la participación del mercado por parte de las cadenas de retail organizado en la India. Estas cadenas se caracterizan por tener una mejor capacidad y sistema de almacenamiento (infraestructura) para productos perecibles en comparación con el “retail no organizado” llamado popularmente en India como “kiranans”.

Estas cadenas de retail moderno tienen como segmento de mercado principalmente a la creciente clase media y alta, la cual tiene mayores expectativas en términos de calidad y variedad de productos. Se puede acotar que el mercado gourmet en India tiene un valor actual de \$ 1.3 billones y crece a una tasa compuesta anual del 20%. Siendo el mercado de alimentos de India el sexto más grande del mundo.

Rápido crecimiento del canal de ventas online.- En la India el e-commerce viene creciendo en gran medida siendo algunos de los más importantes participantes dentro de este segmento: BigBasket, Nature’s Basket, Amazon, de igual modo se espera que las ventas de alimentos bajo este formato continúen en aumento en este país. El 2017, Bigbasket uno de los más importantes supermercados

	<p>online, con presencia en más de 26 ciudades anunció que había alcanzado la cifra de 5 millones de consumidores, recibiendo actualmente 50,000 órdenes diariamente.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>El cultivo de la quinua en India comenzó de forma incipiente en el año 2015, con pequeñas parcelas experimentales en zonas remotas usando granos a modo de semillas. A partir de este momento las áreas sembradas con este cultivo se han incrementado considerablemente y se ha distribuido hacia diferentes partes de India, como se señala en las siguientes notas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geographical adaptation of quinoa in India and agrotechniques for higher productivity of quinoa (2019): Disponible en: https://www.phytojournal.com/archives/2019/vol8issue3/PartAP/7-2-610-341.pdf • Jamnagar's tryst with wholesome quinoa (Febrero, 2021): Disponible en: https://timesofindia.indiatimes.com/city/rajkot/jamnagars-tryst-with-wholesome-quinoa/articleshow/80693903.cms • Superfoods: A rollercoaster ride from boom to bust for farmers (Diciembre, 2018): Disponible en: https://www.hindustantimes.com/india-news/superfoods-a-rollercoaster-ride-from-boom-to-bust-for-farmers/story-t0jR8QKsGVhT5ifbSoK1aM.html • Student brings quinoa to Ladakh, can help farmers earn up to Rs 1000 per kg (Junio, 2020): Disponible en: https://www.thebetterindia.com/229612/ladakh-farmers-earning-quinoa-how-to-grow-income-organic-farming-healthy-peru-india-nor41/ • Rajasthan bats for super-grain quinoa (Enero, 2018): Disponible en: https://www.thehindubusinessline.com/economy/agri-business/rajasthan-bats-for-supergrain-quinoa/article9710839.ece • Urban India's Quinoa Craze is Further Endangering Millets (Noviembre, 2015): Disponible en: https://thewire.in/agriculture/urban-indias-quinoa-craze-is-further-endangering-millets <p>Lo anterior evidencia que el cultivo se ha ido difundiendo en India. En el año 2016, la OCEX Nueva Delhi como parte de las actividades de inteligencia comercial, visitó a la familia Kilaru en Hyderabad, los cuales importaban en un inicio quinua desde el Perú, así como otras empresas, y estas indicaron que su interés principal era el sembrar el cultivo en India, debido a la diversidad de climas y grandes áreas de terrenos disponibles para la agricultura en el país.</p> <p>En la actualidad las compañías indias comercializan el producto durante todo el año, habiéndose identificado a las principales empresas indias que se abastecen de producción local y que comercializan este producto:</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 20px;">  <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 300px;"> <p>Queen's Quinoa https://queensquinoa.com/</p> <p>Especializado en quinua. Productos: Quinua en granos, fideos, chips de quinua con sabores locales, quinua crisps con sabores locales, quinua + chía.</p> </div> </div>



Organic Wellness

KRBL Limited <http://www.krblrice.com/>

La principal y más conocida marca de arroz basmati de India el 2017 lanzó su producto "India Gate 100 % natural Quinoa"

Kilaru Naturals <https://www.kilarunaturals.com/>

Especializados en granos andinos. Productos: Quinoa, Amaranto, Linaza, Chía. Es una empresa que comenzó importando y ahora produce e investiga en diferentes localidades de India, aún realiza pequeñas importaciones. No se descarta que esté empleando el producto importado para siembra.

Zero Calz <http://zerocalz.com/>

Productos: Quinoa Golden, Quinoa instant risotto, quinoa protein bars, quinoa flakes.

A continuación se muestran algunos ejemplos de productos que se han desarrollado en India en base al cereal quinoa y que se encuentran disponibles en el mercado:

La marca WiseCrack ha desarrollado unas galletas de quinua y arroz con sal de himalayas.



La marca The Green Snack Co. ha lanzado el snack "quinoa puffs" con diferentes sabores indios.

Organic Big Quinoa Power Rice Cakes



La marca Queen's Quinoa ha desarrollado galletas de quinua con sabores.



La marca New Tree ha desarrollado chips de quinua, con sabores para el mercado local.



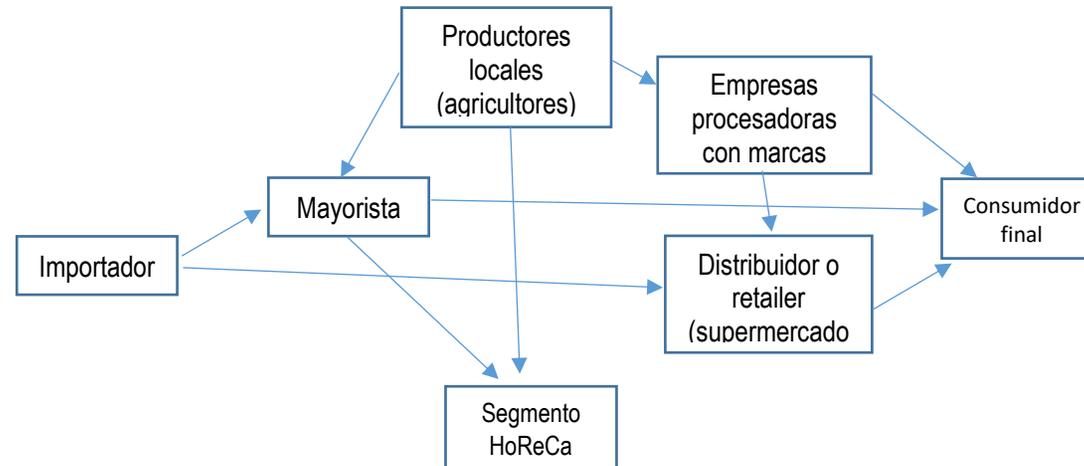
Diferentes marcas entre ellas "Queen's quinoa" producen pasta con la harina de quinua.



2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)

En general, la India posee puertos de descarga tanto marítimos como aéreos. En India los 13 principales puertos de entrada son los de Kandla, Mumbai, Mundra, Cochin, Murmagoa, y New Mangalore en la costa oeste; y Chennai, Tuticorin, Vishakhapatnam, Paradeep, Ennore y Kolkata en la costa Este. El puerto de Mumbai, seguido por el de Chennai, son los más grandes puertos donde contenedores con alimentos y otros productos utilizados en la industria arriban a la India. Mientras que los envíos aéreos típicamente arriban a los aeropuertos de Mumbai o Delhi.

2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)



Tal y como se muestra en el diagrama anterior, existen diferentes formas en las cuales el producto “quinua” llega hasta el consumidor final. Inicialmente el principal eslabón era el importador el cual abastecía con el producto a los demás participantes de la cadena de distribución (mayoristas, supermercados para su venta a granel y segmento HoReCa); además de esto también llegaban hasta el consumidor final mediante marcas propias las cuales se ofertaban mediante el canal online.

Posteriormente, con el crecimiento del cultivo local, los productores locales se convirtieron en el principal eslabón, pues abastecen tanto a mayoristas, así como al segmento HoReCa y también a empresas procesadoras las cuales empacan el producto bajo su propia marca y que además la procesan ofreciendo subproductos a los consumidores.

El Distribuidor o retailer.- para el tipo de productos gourmet está constituida por las cadenas de retail organizado que ofrecen productos gourmet orientadas a un nicho de mercado: FoodHall, Modern Bazar, etc.

Segmento HoReCa.- Constituido por hoteles 5 estrellas localizados en las principales ciudades de India. Son restaurantes que ofrecen un menú con platos internacionales.

	<p>En India un factor muy importante que determina la distribución de los productos es el comercio online, puesto que existen diferentes plataformas que permiten a los productores de lugares alejados llegar con volúmenes pequeños a consumidores finales, restaurantes, hoteles, etc. De igual forma cada empresa cuenta con una plataforma propia que permite a los consumidores realizar sus compras desde sus propias websites. Lo mismo ocurre con las cadenas de supermercados que atienden pedidos de sus clientes por medio de sus páginas webs.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Principal criterio del importador</p> <p>Precio.- Es el criterio limitante, principalmente debido a que actualmente existe una importante oferta del producto local a un precio mucho menor, además de considerarse que no existen los mismos costos logísticos que implican la importación del producto. El precio debe permitirle al importador manejar un margen adecuado de ganancias, puesto que un precio elevado no le permitiría competir con el producto local aunque la calidad del producto peruano sea superior. Además se debe considerar que el producto importado competirá con el producto local compartiendo los espacios dentro de los anaqueles de productos nutritivos o superfoods, por lo que la calidad del producto importado deberá ser evidentemente superior como para que el consumidor se decida por el producto importado.</p> <p>Además de esto, en el comercio físico, este producto se dirige a los mercados retail que ofrecen productos del tipo gourmet, estos establecimientos no tienen el mismo tamaño que los supermercados o hipermercados que ofrecen predominantemente productos locales, por lo cual el costo de colocar el producto es mayor, a esto se le añade que no es un producto con una rápida rotación o FMCG sino que es un producto de nicho, lo cual encarece aún más el costo.</p> <p>Principal criterio de los consumidores</p> <p>Precio.- Si bien en el retail de tipo gourmet de India el precio no es un factor limitante para la compra por parte del segmento de consumidores finales objetivos; para el consumidor el ir al punto de venta y ver el mismo producto producido localmente a un precio menor lo hace decidirse por el producto local, a menos que sea un conocedor de la diferencia de calidad.</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>La presencia de la quinua peruana se ha ido reduciendo principalmente debido a la gran disponibilidad de quinua de origen local y el bajo precio de esta. En determinado momento 3 marcas indias ofrecieron quinua peruana, estas son Chenab, Viola y Roosta; sin embargo, oferta disponible actualmente solo se encuentra de las marcas Chenab y Voila.</p>

<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Las actividades de promoción orientadas a promover el producto en el mercado deben estar dirigidas a resaltar el origen del producto y la diferencia de calidad del mismo. En este sentido se sugiere lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="625 289 1871 565">1. El consumidor indio es altamente influenciado por el marketing de contenidos en lugar del marketing tradicional; artículos y advertoriales conteniendo información nutricional, beneficios a la salud y formas de consumo son efectivos, ya que el consumidor indio sigue recomendaciones de algunos influencers y chefs. Por ejemplo, “Olives from Spain” tiene un plan de campaña por el cual publican advertoriales en revistas del sector de la industria de alimentos en India resaltando los beneficios del consumo de este producto y su composición nutricional. Además de esto tiene un sitio web específico y cada publicación que realiza está vinculada a este sitio web. La misma estrategia sigue USA cranberries además de asociarse con algún reconocido chef de la India y generar contenido de videos en youtube preparando alimentos en base a un ingrediente específico.<li data-bbox="625 602 1871 732">2. Una actividad importante orientada al sector HORECA es la participación en la feria internacional AAHAR “The International Food & Hospitality Fair”, llevada a cabo anualmente en la ciudad de Nueva Delhi. Link: http://indiatradefair.com/aahardelhi/ Es importante la participación en esta feria a fin de vincularse con las personas de la industria de alimentos y hacerles llegar información acerca de Perú como origen de la quinua y la calidad superior del grano.
--	--

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto. Imágenes comúnmente encontradas en el sector retail de India.

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Supermercado FoodHall	Bolsa de ½ kg	237 Rps. equivalente a \$ 2.89	Indio	Octubre 2022	Empaque hermético de 500 gr. de la empresa Kilaru Naturals con su marca Nourish You	
Canal online propio Trueelements	Bolsa de 1 kg	1 kg a 390 Rps. Equivalente a \$ 4.75 2kg a 660 Rps. Equivalente a \$ 8.04 5 kg a 1296 Rps. Equivalente a \$ 15.80	India	Octubre 2022	Empaque hermético de 1 kg. de la empresa True Elements	

Amazon.in	Caja de ½ kg	154 Rps. Equivalente a \$ 1.87	India	Octubre 2022	Caja de ½ kilo de la marca India Gate	
Amazon.in	Bolsa de 1 kg	165 Rps. Por kg equivalente a \$ 2.01	India	Octubre 2022	Bolsa de 1 kg de la marca SFT (SONA FRUIT TRADERS)	
Amazon.in	Bolsa de 1 kg	175 Rps. Por kg equivalente a \$ 2.13	India	Octubre 2022	Bolsa de 1 kg de la marca MILTOP	

Canal propio online Urban Platters	Bolsa de 1 kg	300 Rps. Por kg equivalente a \$ 3.66	India	Octubre 2022	Bolsa de 1 kg de la marca Urban Platter	
Canal propio online Neuherbs	Bolsa de 1 kg	349 Rps. Por kg equivalente a \$ 4.25 Y 299 Rps por Amazon.in	India	Octubre 2022	Bolsa de 1 kg de la marca Neuroherbs	
Amazon.in	Bolsa de 1 kg	499 Rps por kg equivalente a \$ 6.08	Perú	Octubre 2022	Bolsa de 1 kg de la marca Voila	

IndiaMart.in comercio online	Caja de 1 kg	475 Rps por kg equivalente a \$ 5.79	Perú	Octubre 2022	Caja de 1 kg de la marca Chenab Impex	
<p>* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.</p>						