

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN NUEVA DELHI, INDIA

FICHA MERCADO PRODUCTO

ALCACHOFAS EN CONSERVA

La presente Ficha Técnica se ha elaborado tomando en consideración aspectos generales del mercado de la India para el producto “**alcachofa en conservas**”. Este producto se encuentra comprendido y es exportado por Perú dentro de la **Partida: 2005 Hortalizas, incl. “silvestres”, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético, sin congelar**, del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

De acuerdo a Trademap, los principales países exportadores de la subpartida 200599, dentro de la cual se encuentran las principales exportaciones peruanas de alcachofas, son: China, Países Bajos y Perú. De acuerdo a SUNAT las exportaciones peruanas de alcachofas en conservas, durante el año 2019, ascendieron a \$ 91.13 millones, mientras que el 2018 estas exportaciones fueron de \$ 109.57 millones.

En India el cultivo de alcachofas es prácticamente desconocido y relegado, mientras que su consumo se da por las conservas que se importan y que son principalmente dirigidas al sector HoReCa y en menor medida también hacia el sector de retail organizado.

1. NOMENCLATURA ARANCELARIA

En India se ha identificado que las importaciones de alcachofas en conservas ocurren dentro de las siguientes subpartidas:

Subpartida: 200599 Vegetales y mezcla de vegetales, preparados o conservados sin vinagre, sin congelar...

Subpartida: 200190 Legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético.

2. DENOMINACIÓN O NOMBRE COMERCIAL EN EL PAÍS DE DESTINO

De acuerdo al Department of Commerce, del Ministry of Commerce and Industry, del Gobierno de la India la **subpartida 200190** en India se denomina “Other edible parts of plants prepared or preserved by vinegar/ acetic acid”. Mientras que la **subpartida 200599** es denominada e incluye “Other veg and mixtures of veg”. En el mercado indio, los productos son comercializados bajo los siguientes nombres:

- Artichoke hearts in salted water
- Artichoke heart
- Hearts of artichokes
- Artichokes with herbs

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

3. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO (ARANCELES, REQUISITOS SANITARIOS Y FITOSANITARIOS, CERTIFICACIONES, OTROS)

3.1 Aranceles de importación

De acuerdo al Central Board of Indirect Taxes & Customs del Ministerio de Finanzas de la India, los aranceles e impuestos a la importación se muestran en la Tabla 1:

TABLA 1: Aranceles de importación de partidas contempladas dentro de las Partidas 2005: “other vegetables prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid, not frozen, other than products of heading 2006” y la 2001: “vegetables, fruit, nuts and other edible parts of plants, prepared or preserved by vinegar or acetic acid”

| Sub-Partida | BCD | SWS | IGST | TOTAL DUTY |
|--|-----|-----|------|------------|
| 2001 Vegetales, frutas, nueces y otras partes de plantas, preparadas o preservadas en vinagre o ácido acético | | | | |
| 2011000 Pepinillos | 30 | 10 | 12 | 48.96 |
| 20019000 Otros | 30 | 10 | 12 | 48.96 |
| 2005 Otros vegetales preparados o preservados diferente a vinagre o ácido acético, no congelados, y diferentes a los de la partida 2006 | | | | |
| 20055100 Frejoles | 30 | 10 | 12 | 48.96 |
| 20056000 Espárragos | 30 | 10 | 12 | 48.96 |
| 20057000 Aceitunas | 30 | 10 | 12 | 48.96 |
| 20058000 Maíz dulce | 30 | 10 | 12 | 48.96 |
| 20059100 Corazones de bambú | 30 | 10 | 12 | 48.96 |
| 20059900 Otros | 30 | 10 | 12 | 48.96 |
| | | | | |

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.

Es necesario mencionar que, el IGST es el equivalente al Impuesto General a las Ventas que se aplica en Perú.

3.2 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.

En relación al producto “alcachofas en conservas” se deben tomar en cuenta las siguientes regulaciones del Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI):

Food Safety and Standards (Packaging and Labelling) Regulations, 2011, donde se establecen los lineamientos para el empaque de los productos a ser comercializados en India. Estos pueden encontrarse en el siguiente link:



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

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

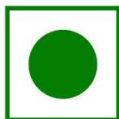
Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Packaging_Labeling_Regulations.pdf

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.

Dos de los puntos más importantes y particulares a considerarse para los productos envasados, dirigidos hacia el mercado de India son:

- 1) De acuerdo a las regulaciones vigentes, cada producto debe llevar el logo que indica si el alimento es para consumidores vegetarianos o no. Para el caso de las alcachofas en conserva al tratarse de un alimento para vegetarianos 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 que debe encontrarse en la etiqueta, el cual indica que el producto pertenece a la categoría de alimentos vegetarianos.

- 2) Además de lo anterior, el FSSAI ha publicado una norma por la cual se indica que los productos importados en India, al momento de su arribo al punto de ingreso en este país, debe contar con al menos 60% de su tiempo de vida o 3 meses como mínimo de shelflife. De esta manera, los importadores no podrán liberar ningún producto que tenga menos de 3 meses de vida útil.

3.3 Certificaciones

Es importante mencionar que el mercado indio, en lo que se refiere a las certificaciones de productos alimenticios, podemos decir, sin temor a equivocarnos que no es exigente. Por lo que se ha observado y encontrado en el mercado indio, los productos que se comercializan, no cuentan con certificaciones.

Actualmente India un mercado en donde el consumidor mayoritario no conoce las certificaciones de alimentos. Es por ello que los productos con todas las certificaciones necesarias para ingresar en mercados exigentes son castigados en el mercado de India, ya que el importador no está dispuesto a pagar por un producto muy diferenciado en calidad.

4. TENDENCIAS DEL MERCADO

4.1 IMPORTACIONES

A fin de poder evaluar el potencial que pudiese representar India para las alcachofas en conserva, las cuales se importan dentro de las subpartidas 200599 y 200190, en la **Tabla 3** se muestran los valores importados y exportados por India para los productos comprendidos dentro de las partidas 2001 y 2005 las cuales comprenden los vegetales que vienen preparados y/o conservados. Asimismo, se muestran los valores exportados por Perú durante el año 2019 para los productos comprendidos dentro de estas mismas partidas.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

De la **Tabla 3** se observa que India es un importante exportador de productos comprendidos tanto dentro de la **partida 2001** como de la **partida 2005**. El principal producto de exportación de India, dentro de la **partida 2001** son los gherkins (pepinillos en conservas).

De acuerdo al Ministerio de Comercio e Industria del Gobierno de la India, las importaciones, muestran un ligero crecimiento anual (**Tabla 3**). Aun así, India muestra un importante superávit comercial para ambas partidas. Sin embargo, se debe observar cuidadosamente cada partida ya que los productos exportados son diferentes a los importados, pudiendo existir oportunidades comerciales.

En tanto que Perú también tiene un importante potencial en la exportación de productos comprendidos dentro de estas dos partidas, caracterizándose principalmente por la exportación de cuatro productos: espárragos, alcachofas, pimientos y aceitunas, todos en conservas (AdexDataTrade).

Dentro de ambas subpartidas (200599 y 200190), India importa una amplia diversidad de productos y de diferentes orígenes, incluyendo las alcachofas preservadas. En la siguiente **Tabla 2** se observa un poco más de detalle a fin de precisar más el potencial real del producto.

| Tabla 2: Valores importados de alcachofas en conservas en India | | | |
|--|--|--|--|
| Sub partida | Valor importado por India en 2018 (US \$) | Valor importado por India en 2019 (US \$) | Principales países de Origen (2018 y 2019) |
| 20019000 | 1,045,777 | 717,804 | India (Zona franca) (35.84%), España (13.58%), Tailandia (13.39%), China (7.79%), Perú (4.72%), Otros (24.68%) |
| 20059900 | 856,614 | 838,914 | China (22.16%), Francia (21.97%), USA (16.34%), Perú (7.34%), España (7.07%), Otros (25.12%) |
| Valor de importación de alcachofas en conserva | 160,990 | 250,072 | Perú, España, Italia |
| Valor exportado por Perú a India | 79,992 | 83,988 | |
| Participación Perú % | 49.69% | 33.58% | |
| Fuente: Veritradecorp.com | | | |

De acuerdo a Veritradecorp.com, el valor total importado por India, de alcachofas en conservas, durante el año 2019 fue de US \$ 250,072 provenientes de Perú, España e Italia. De este valor, Perú participó con el 33.58% del valor importado (US \$ 83,988).

4.2 CONSUMO INTERNO

India es conocida, a nivel global, por ser uno de los principales productores de frutas y hortalizas. De hecho, ubica la segunda posición a nivel global en la producción de productos frescos. Sin embargo, existen ciertas especies de vegetales, las cuales no son producidas en importantes extensiones y poco conocidas por los consumidores; aun así, se importan en pequeños volúmenes dirigidos a un mercado gourmet.

TABLA 3: Importaciones – Exportaciones de la India para las Partidas 2001 y 2005

| | | Importaciones India (US \$ millones) | | | Exportaciones India (US\$ millones) | | Perú exportación (US\$ millones) |
|-------------|---|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------------------------------|---------------|----------------------------------|
| HSCode | Commodity | 2016-2017 | 2017-2018 | 2018-2019 | 2017-2018 | 2018-2019 | 2019 |
| 2001 | Vegetales, frutos, y otras partes comestibles de plantas preservados/preparados en vinagre/ ácido acético | 0.60 | 1.08 | 1.42 | 171.04 | 188.47 | 83.7 |
| 200110 | Cucumbers y gherkins | 0.13 | 0.37 | 0.21 | 115.65 | 129.42 | 0 |
| 200190 | Otras partes comestibles de plantas preparadas/preservadas en vinagre/ácido acético | 0.47 | 0.70 | 1.21 | 55.39 | 59.05 | 83.7 |
| 2005 | Otros vegetales preparados/preservados diferente a vinagre/ácido acético, no congelado y diferentes a los productos de la partida 2006 | 5.20 | 6.68 | 7.27 | 38.77 | 45.07 | 354.38 |
| 200520 | Papas preparadas/preservadas, no congeladas | 0.06 | 0.09 | 0.07 | 2.42 | 1.37 | 3.29 |
| 200540 | Guisantes preparadas/preservadas, no congeladas | 0.13 | 0.06 | 0.07 | 0.01 | 0 | 0 |
| 200551 | Frejoles pelados preparadas/preservadas, no congeladas | 0.20 | 0.11 | 0.18 | 0 | 0 | 4.49 |
| 200559 | Otros frejoles preparadas/preservadas, no congeladas | 0.20 | 0.24 | 0.47 | 1.20 | 1.14 | 0.03 |
| 200560 | Espárragos preparadas/preservadas, no congeladas | 0.0 | 0.02 | 0.05 | 0 | 0 | 99.6 |
| 200570 | Aceitunas preparadas/preservadas, no congeladas | 3.31 | 4.03 | 4.15 | 0 | 0.02 | 35.3 |
| 200580 | Maíz dulce preparadas/preservadas, no congeladas | 0.65 | 1.15 | 1.33 | 2.40 | 2.84 | 1.24 |
| 200591 | Corazones de bambú | 0.10 | 0.14 | 0.11 | 0 | 0.01 | 0 |
| 200599 | Otros | 0.55 | 0.83 | 0.84 | 32.59 | 39.61 | 210.40 |

Fuente

Department of Commerce, Ministry of Commerce & Industry
Government of India

Adexdatatrade

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Entre estas variedades de vegetales, se encuentran las alcachofas, los espárragos, aceitunas y alcaparras. Tal y como se mostró en la **Tabla 2**, el valor importado de alcachofas en conservas, entre los años 2018 y 2019, tuvo un valor promedio aproximado de US \$ 200,000, siendo un producto dirigido hacia el mercado gourmet (cadenas de retail organizado) y HoReCa. Es fundamental indicar que no es un producto de consumo masivo en este país.

Sin embargo, no se puede dejar de tomar en consideración el rápido crecimiento de la población con capacidad para adquirir este tipo de productos y que, al mismo tiempo, está en búsqueda de nuevos productos de la cocina internacional. Además, el crecimiento del sector HoReCa en este país junto con la expansión y penetración de nuevas cadenas de hoteles, restaurantes, estilos gastronómicos; y principalmente, la expansión del sector del retail organizado (supermercados) que ofrecen a sus clientes una mayor variedad de productos de distintos orígenes. En resumen, los nuevos hábitos de consumo del mercado indio, abren una importante oportunidad para los productos peruanos como las alcachofas en conservas.

Esporádicamente es posible encontrar en los medios escritos como se enfatiza el crecimiento en el gusto del consumidor indio por nuevos sabores y gastronomía foránea. Es en este contexto que, aquellos productos que son ajenos al consumidor tradicional van incrementando en interés por parte de aquellos consumidores que disfrutan de una cocina global.

De acuerdo al India Brand Equity Foundation (IBEF), el mercado retail en India tendrá un valor estimado de US \$ 1.1 trillones, para el 2020, de US \$ 840 billones en el 2017, con un crecimiento esperado del retail moderno del 20 a 25% por año, lo cual probablemente impulsará las ganancias de las compañías FMCG. Además, también señala que el mercado gourmet en India tiene un valor actual de US \$ 1.3 billones y crece a una tasa compuesta anual del 20%. El mercado de alimentos en India, es el sexto más grande del mundo.

5. ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN LOCAL

Como se indicó anteriormente, el cultivo comercial de alcachofas en India es prácticamente nulo. Dos razones poderosas que explican esto son: 1) No existe una gran demanda del producto por desconocimiento del consumo del mismo, siendo hasta el momento, en un producto dirigido a un mercado gourmet y, 2) No existen conocimientos de los agricultores, en relación al cultivo de esta hortaliza.

De manera podemos inferir que no existe una estacionalidad ni del producto fresco local, ni del producto procesado.

6. PRINCIPALES PUNTOS DE INGRESO DEL PRODUCTO AL MERCADO (PUERTOS/ AEROPUERTOS)

En general, la India posee puertos de descarga tanto marítimos como aéreos tal y como se muestra en la **Figura 1**. 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. Los puertos marítimos pueden apreciarse en la Figura adjunta.

Actualmente, las importaciones de alcachofas en conservas a la India se realizan por vía marítima a partir de los países de Perú, España e Italia.



Figura 1: Principales puertos de entrada a la India

7. DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

Dado que la producción local de alcachofas y procesamiento de las mismas son es prácticamente nulos, la presencia del producto “alcachofas en conservas” se debe en su totalidad a las importaciones, principalmente de las empresas importadoras de productos gourmet.

Se ha observado tres canales principales de distribución en el mercado por las cuales el producto llega hasta el consumidor final; estas son: las cadenas de retail organizado, el sector HoReCa y el comercio online. Los tres canales de distribución vienen creciendo sostenidamente en este país, por lo que en el mediano plazo se espera que se incremente la demanda.



Se incide en el canal de retail organizado (supermercados) para diferenciarlo del retail tradicional o retail masivo, el cual en India se conoce como “kiranas” que son los mercados de barrio; en este retail tradicional la presencia del producto “alcachofas en conservas” es casi inexistente.

En cuanto al sector HoReCa, la demanda viene dada por los hoteles y restaurantes que ofrecen un menú internacional usando ingredientes de la cocina global.

Finalmente, el retail online, conocido como e-retail, actualmente presenta un crecimiento exponencial, y este crecimiento se ha incrementado aún más con la actual coyuntura ocasionada por la pandemia del nuevo coronavirus (COVID 19), por la cual un gran número de consumidores ingresa a los sitios web de los diferentes supermercados o mercados online y realiza su compra mediante este canal.

En la **Figura 2** se muestra un diagrama de la cadena de distribución:

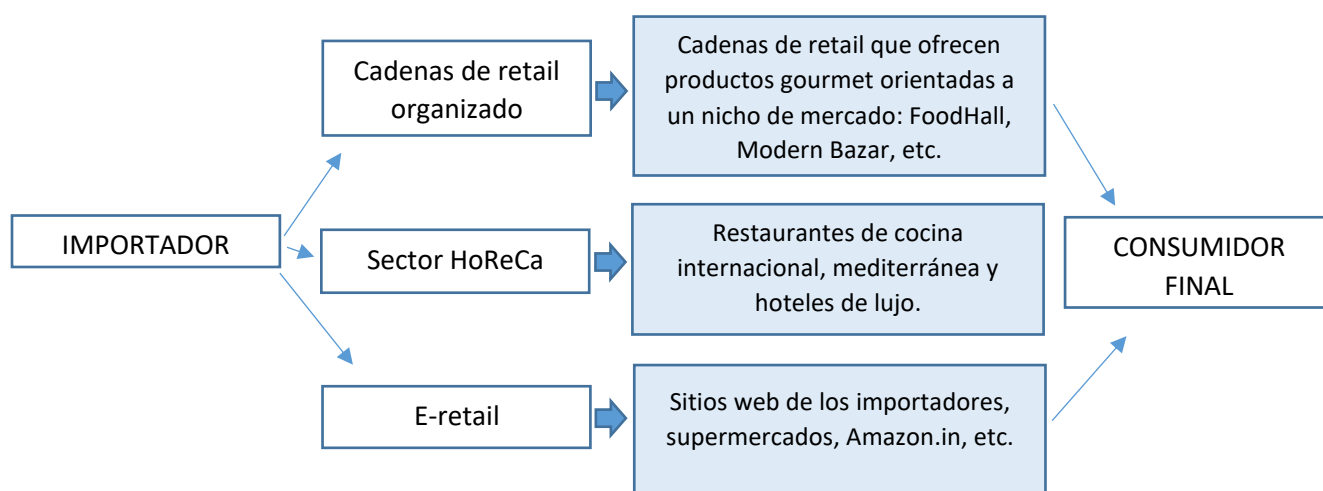


Figura 2: Cadena de distribución del producto “alcachofas en conservas”

8. CRITERIOS DE LOS ACTORES CLAVES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

En este punto se debe diferenciar el criterio del importador que lo lleva a realizar negocios con un determinado proveedor y el criterio del consumidor que lo acciona a la compra del producto.

Principal criterio del importador:

Relación Importador – Marca – Proveedor: Se ha observado una fuerte relación entre el importador y sus proveedores. Dicha relación comercial, en general, otorga exclusividad de una marca a un importador y éste promociona y actúa como representante de esta marca, promocionándola en su sitio web y en las actividades de promoción comercial en las cuales participe, tales como ferias.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Como se ha mencionado anteriormente, el consumo del producto “alcachofas en conservas” es aún bajo y principalmente orientado a un mercado gourmet, por lo cual es consumido por consumidores pertenecientes a un sector socioeconómico medio-alto, el cual puede realizar sus compras en cadenas de retail que tienen un fuerte volumen de productos importados, es en estas cadenas que el importador se encarga de introducir el producto, ya que también tienen una relación de confianza con las cadenas de retail.

Precio: Es un criterio importante ya que debe permitir al importador manejar un margen adecuado de ganancias. En vista que el producto bajo el comercio físico se dirige a los mercados retail que ofrecen productos gourmet, estos establecimientos no tienen el mismo tamaño que los supermercados o hipermercados que ofrecen productos predominantemente locales, por lo cual el costo de colocar el producto es mayor, a esto se le suma que no es un producto de rápida rotación lo cual encarece aún más el costo.

Principal criterio de los consumidores:

Precio: Una importante parte de los consumidores que están dispuestos a probar nuevos productos y productos gourmet, están dispuestos a hacerlo siempre y cuando el producto tenga un precio razonable en el mercado; además de ello, comparan el precio de un producto procesado con el precio de comprar un producto fresco, siendo otra razón por la cual se debe llegar al consumidor con un producto competitivo.

Origen: Hay una tendencia muy importante de asociar la compra del producto con el origen, en este sentido productos como la aceituna están fuertemente vinculadas con España, por ejemplo. De igual modo, productos gourmet como las alcachofas son relacionados con la cocina mediterránea, por lo cual el “producto de España” o “producto de Italia” es un factor de peso al momento de la compra. En este sentido es fundamental fortalecer la imagen país y asociarlo con los productos.

9. PRESENCIA DE LA OFERTA PERUANA EN EL MERCADO

No se ha observado producto de origen peruano en el canal de retail físico y tampoco online. Sin embargo, el producto ha sido importado desde Perú, durante los años 2017, 2018 y 2019.

| | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 |
|-----------------------|----------|----------|----------|----------|
| Subpartida 200599 | 0 | 39 | 80 | 84 |
| Fuente: Adexdatatrade | | | | |

10. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN IDÓNEAS PARA PROMOVER EL PRODUCTO

La principal actividad de promoción para este tipo de producto tomando en cuenta su estatus en el mercado de la India es identificar a las empresas importadoras y las marcas importadas (esto se contempla



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

en el punto 11 de esta Ficha Técnica), así como también identificar a otras compañías importadoras dentro del mismo segmento y alcanzar esta información al sector exportador peruano de alcachofas en conservas.

En la actualidad, dentro del segmento retail organizado de India no se observan campañas de promoción para el producto alcachofas en conservas (enlatadas) de ningún origen, la única actividad de promoción realizada por las empresas importadoras es su participación en las ferias AAHAR y SIAL India, en las cuales exhiben todo su portafolio de productos. Sin embargo, esta actividad va dirigida hacia los mayoristas y distribuidores y no hacia al consumidor final.

Considerando lo anterior, la Oficina Comercial del Perú en India debe mantener su presencia en las mencionadas ferias con un stand promocional a fin de poder exhibir la oferta exportable peruana incluyendo el producto alcachofas en conservas; sin embargo, para tal fin se requieren muestras de los productos peruanos a fin de poder entregar las muestras a los importadores de productos gourmet presentes en la feria y conversar sobre las oportunidades para estos productos.

La Oficina Comercial de Perú en India además cuenta con data recolectada en los años previos de chefs y personas de la industria culinaria en India, de modo que cualquier contenido elaborado por Promperu como recetarios de alcachofa pueden ser compartidos con estas personas a fin de buscar promover el producto dentro de la canasta de Superfoods Peru.

11. EMPRESAS IMPORTADORAS IDENTIFICADAS EN EL MERCADO INDIO

Se han identificado algunas empresas importadoras de alcachofas enlatadas. Estas empresas son:

- **TREE OF LIFE**

Página web: www.tolindia.com

Importador de la marca Epicure

Origen del producto: Reino Unido





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

- **SAKSHAM IMPEX PRIVATE LIMITED**

Página web: <https://www.sakshamimpex.com/>

Importador de la marca Montanini

Origen del producto: Italia



- **VICTORIOUS MARKETING PVT LTD**

Página web: <http://www.victoriousmarketing.in/index.htm>

Importador de productos de la marca Speranza

Origen del producto: España



- **SRI RODA FOODS**

Página web: <https://srirodafoods.com/>

Importador de la marca Figaro

Origen del producto: España



SRI RODA FOODS

TASTE THE AUTHENTIC

- **MRK FOODS PRIVATE LIMITED**

Página web: <https://www.mrkfoods.in/>

Importador de la marca Fresh

Origen del producto: España





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

- **SARWAR PRODUCTS**

Página web: <http://sarwar-foods.com/>

Marca: Conservas Algauzas SL

Origen del producto: España



12.CONCLUSIONES

Las alcachofas junto con los espárragos y pimientos en conservas se encuentran dentro de los productos más importantes de la exportación peruana. Para el caso de las alcachofas en conservas, el Perú es uno de los más importantes exportadores a nivel mundial. Del otro lado India es un mercado en el cual el segmento de alimentos gourmet se encuentra en rápido crecimiento, en este sentido la presente ficha técnica ha sido elaborada con la finalidad de describir la situación actual del mercado de la India para el producto “alcachofas en conservas” así como los principales factores relacionados a fin de determinar el posible potencial de este producto en el mercado en el mediano y largo plazo.

De la información descrita en este informe se puede concluir que el producto “alcachofas en conservas” está en una etapa de introducción al mercado, con relativamente pequeños volúmenes importados, y no siendo un producto de consumo masivo, está dirigido hacia el segmento gourmet que es aún de nicho en India. Sin embargo, el rápido crecimiento económico, el crecimiento de la clase económica media-alta, la expansión del retail organizado y online, así como los cambios en los hábitos de consumo, son algunos de los factores que sostendrán un paulatino crecimiento del consumo de este producto en India.

Especial atención debe prestarse a las regulaciones técnicas establecidas por el FSSAI tanto en el etiquetado, así como en el shelflife del producto al momento de ser importado.

Los principales canales de distribución de este producto son las cadenas de retail organizado (dentro de estas las cadenas gourmet), el sector HoReCa, y el comercio online; cualquiera que sea el canal el producto ingresa siempre por medio de una empresa importadora.

Se han identificado las principales empresas importadoras del producto, las cuales son listadas en la presente Ficha Técnica, siendo los tres orígenes del producto Perú, España e Italia.

En relación a las actividades de promoción del producto, debido a que se encuentra en una etapa de introducción no se observan actividades de promoción específica en el punto de venta, actualmente la promoción observada es la llevada a cabo por los importadores mediante su participación en las ferias de alimentos en India a fin de llegar a distribuidores.



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



Ineludiblemente la primera actividad de promoción a fin de consolidar la penetración del producto es lograr una relación importador – exportador en la cual una marca peruana pueda ingresar al mercado, a partir de esto se puede realizar el trabajo de branding para el producto alcachofas en conservas vinculado a la marca Perú.



13.REFERENCIAS UTILIZADAS

- Ministry of Trade and Commerce of India. <https://commerce.gov.in/>
- Trademap. <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Veritradecorp.com <https://www.veritradecorp.com/en>

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto. Imágenes de conservas comúnmente encontrados 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 |
|--------------------------------------|--|---|---------------------|------------------------------|---|--|
| Cadena de retail organizado y online | Lata, Peso Neto 400 grs. Peso drenado 240 grs. | Máximo precio de venta: 290 Rupias, aproximadamente US \$ 3.97 | España | 01/12/2020 | Corazones de alcachofa en agua, sal y ácido cítrico Importador: VICTORIOUS MARKETING PVT LTD |  |
| Cadena de retail organizado y online | Lata, Peso Neto 390 grs. Peso drenado 240 grs. | Máximo precio de venta: 375 Rupias de la India, aprox. US \$ 5.13 | Reino Unido | 01/12/2020 | Corazones de alcachofa en agua, sal y ácido cítrico Importador: TREE OF LIFE PVT LTD |  |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|--|--|--------|------------|--|--|
| Cadena de retail organizado | Frasco de vidrio, Peso Neto 280 grs. Peso drenado 180 grs. | Máximo precio de venta: 750 Rupias de la India, aprox. US \$ 10.27 | Italia | 01/12/2020 | Corazones de alcachofa en aceite de girasol Importador: SAKSHAM IMPEX PVT LTD |  |
| Cadena de retail organizado y online | Lata, Peso Neto 390 grs. Peso drenado 240 grs. | 295 Rupias de la India, aprox. US \$ 4.04 | España | 01/12/2020 | Corazones de alcachofa Importador: SRI RODA FOODS |  |

| | | | | | | |
|--------------------|--|--|--------|------------|---|--|
| Online (Amazon.in) | Lata, Peso Neto 390 grs. Peso drenado 240 grs. | 125 Rupias de la India+ 95 envío, aprox. US \$ 3.01 | España | 01/12/2020 | Corazones de alcachofa Importador: MRK FOODS PRIVATE LIMITED |  |
| Online (Amazon.in) | Lata, Peso Neto 390 grs. Peso drenado 240 grs. | Precio Máximo de Venta: 230 Rupias de la India+ 91 envío, aprox. US \$ 4.40 | España | 01/12/2020 | Corazones de alcachofa, agua, sal y ácido cítrico Importador: V.F. PVT LTD |  |

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.

