
Estudio de Mercado sobre Conservas de Frutas en India

Mayo 2011



www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Nueva Delhi, India.

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	6
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	6
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	9
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	10
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	11
1. Estadísticas 2010	11
2. Estadísticas 2009	11
3. Estadísticas 2008	11
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	14
1. Potencial del producto.	14
1.1. Formas de consumo del producto	16
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	17

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).	17
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	17
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	18
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	19
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	21
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	23
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	23
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	24
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	24
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	25

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

2008→ Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, procesados, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte, cabe destacar que en este informe la investigación se realizó con un mayor énfasis sobre el sector de *conservas de frutas*.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Código	Descripción del código
2008.11	Maníes (cacahuates)
2008.19	Los demás, incluidas las mezclas
2008.20	Piñas (ananás)
2008.30	Agrios (cítricos)
2008.40	Peras
2008.50	Damascos (albaricoques, chabacanos)
2008.60	Cerezas
2008.70	Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarines
2008.80	Frutillas (fresas)
2008.91	Palmitos
2008.92	Mezclas
2008.99	Los demás



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Código	Descripción del código	Arancel Básico
2008		16%
2008.11	<i>Maníes (cacaahuates)</i>	16%
2008.19	<i>Los demás, incluidas las mezclas</i>	16%
2008.20	<i>Piñas (ananás)</i>	16%
2008.30	<i>Agrios (cítricos)</i>	16%
2008.40	<i>Peras</i>	16%
2008.50	<i>Damascos (albaricoques, chabacanos)</i>	16%
2008.60	<i>Cerezas</i>	16%
2008.70	<i>Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarines</i>	16%
2008.80	<i>Frutillas (fresas)</i>	16%
2008.91	<i>Palmitos</i>	16%
2008.92	<i>Mezclas</i>	16%
2008.99	<i>Los demás</i>	16%

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

A pesar de que existe entre Chile e India un Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) que fue suscrito en Nueva Delhi el 8 de marzo de 2006 y que entró en vigencia desde el 17 de agosto de 2007, lamentablemente la canasta de productos considerados en dicha instancia no incluyen las asociadas al código 2008, es decir no existe ningún tipo de ventaja arancelaria para las conservas de frutas cuando se trata del intercambio comercial entre Chile e India, sin embargo se está en negociaciones ampliar dicho acuerdo a una canasta de cerca de 4.5000 productos que debería incluir conservas de frutas, lo cual podría materializarse a fines del presente año .

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

De los países; Francia, Estados Unidos, Israel, China, Filipinas, Tailandia, Bélgica, Bangladesh, Sudáfrica y Sri Lanka (que corresponden a los principales exportadores de 2008XX), ninguno posee algún tratado especial de reducción de impuestos sobre productos relacionados a frutas en conserva.

4. OTROS IMPUESTOS Y 5. BARRERAS PARA ARANCELARIAS: NO HAY.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

1.a) Regulaciones de Importación

Dentro de las regulaciones de importación existen ciertos certificados exigidos por la aduana de India (como parte de la regulación de ingreso de productos extranjeros) así como otros exigidos por la contraparte importadora. A continuación se adjunta un listado potencial de certificados que podrían ser requeridos:

Certificado de origen

Acredita el origen de los productos y es exigido por la aduana india por motivos de política comercial.

Certificado de calidad y pesos

Es exigido por el importador indio para asegurar que las mercaderías objeto de expedición se corresponden con lo acordado en el contrato de compraventa. Son las compañías de inspección las encargadas de emitir este certificado.

Cuaderno ATA

Estos documentos aduaneros internacionales, expedidos por las Cámaras de Comercio, permiten a las empresas enviar mercancías temporalmente a 74 territorios y países de los cinco continentes. De una manera fácil y barata substituyen a los documentos nacionales de exportación e importación temporal y se convierten en una herramienta esencial para la libre circulación de mercancías. Cualquier empresario puede utilizar un Cuaderno ATA para que sus productos, siempre que no sean de naturaleza perecedera o requieran elaboración o reparación, viajen fuera de sus fronteras temporalmente para ferias, trabajos profesionales, envío de muestrarios, etc.

Certificado fitosanitario

Es un instrumento de control y lucha contra las plagas. Determinados vegetales, productos vegetales y otros objetos relacionados con ellos, deben ir acompañados de su correspondiente pasaporte fitosanitario en el momento de la expedición.

Certificado de inspección (Certificate of survey)

El objetivo de este documento es el de prevenir el fraude o proteger al importador ante el posible recibo de una mercancía no deseada. El importador indio puede también solicitar que el certificado de inspección sea expedido por alguna agencia designada por él.

Certificado de Sanidad Exterior

En defensa de la salud y seguridad física de consumidores y usuarios, es obligatoria la expedición del correspondiente certificado de sanidad exterior para la exportación de determinados productos.

1.b Regímenes de importación general

1. Productos de libre importación (Imports free unless regulated):

En principio, todos los productos pueden importarse libremente, a menos que la “Foreign Trade Policy 2004-09” u otra ley en vigor en el momento de realización de la actividad importadora, especifique lo contrario. La política de importación y exportación especificada por artículo deberá ser notificada por el “Director General de Intercambio Extranjero” y los cambios efectuados por la misma se actualizarán en el libro llamado “ITC (HS) Classifications of Export and Imports Items”.

En el 2001 se liberalizaron los productos restringidos por razones de Balanza de Pagos. Sin embargo aún continúan las restricciones a algunos productos basándose en otras razones (seguridad u otras). Gracias a las medidas exigidas por la OMC cada vez hay más productos incluidos en la política de libre importación.

2. Productos cuya importación está restringida (Restricted):

Existen productos cuya importación está prohibida salvo que se obtenga una licencia de importación concedida por el “Director General de Intercambio Extranjero”. El importador de productos clasificados como “restringidos”, debe por tanto solicitar la licencia o permiso de importación a las autoridades competentes.

3. Productos cuya importación está canalizada bajo “State Trading Enterprises” (STE):

Estos son productos clasificados como importables sólo por las agencias estatales de comercio autorizadas. El “Director General de Intercambio Extranjero” tiene potestad, para emitir licencias o permisos de importación para importar o exportar los bienes agrupados en esta categoría. La lista de artículos con este régimen de importación se ha reducido a sólo 17, y se espera que continúe esta tendencia en los próximos ejercicios. Esta clasificación incluye productos agrícolas básicos, petróleo y sus derivados, urea, y otros productos.

4. Productos cuya importación está prohibida:

Existen artículos cuya importación está prohibida por motivos de seguridad, salud, cultura, protección de animales etc. El gobierno indio ampara estas prohibiciones en los artículos XX y XXI del GATT. Desde la comunidad internacional, se ejercen presiones para que India suprima tales impedimentos al comercio, argumentando la inviabilidad de esas restricciones en tales artículos del GATT.

1.c Normas de Ingreso:

Estándares

El Bureau of Indian Standards (BIS) operativo desde abril 1987 es el responsable de la formulación y la aplicación de estándares para 14 sectores (producción e ingeniería general; químicos; electrónica y tecnología de la información; estándares electrotécnicos; alimentación y agricultura; ingeniería mecánica; ingeniería civil; gestión y sistemas; equipo médico y planificación hospitalaria; petróleo, carbón y productos relacionados con los mismos; ingeniería de transporte; ingeniería metalúrgica; textiles y recursos acuáticos. www.bis.org.in) El BIS también ha sido designado por India como el punto de información sobre temas OMC de Barreras Técnicas al Comercio (TBT), mientras que el Ministerio de Comercio e Industria es la autoridad designada para la administración del acuerdo TBT de la OMC. Además de los estándares desarrollados por el BIS, existen estándares específicos para la industria automovilística, contaminación, alimentación, productos farmacéuticos, cosméticos, energía atómica y aviación civil.

Certificación de productos

El BIS elabora certificaciones de productos (ISI – Bureau of Indian Standards Mark) que, aunque de carácter voluntario, se ha hecho obligatorio para 66 productos relacionados con la salud y la seguridad de los consumidores. Las certificaciones se pueden realizar en los laboratorios del BIS, o independientes, siempre y cuando cumplan las normas ISO/IEC 17025:1999 y hayan sido aprobados y concedida licencia por el BIS.

Medidas sanitarias y fitosanitarias

Los estándares sanitarios y fitosanitarios (SPS) son establecidos y aplicados a través de varias leyes y agencias como se detalla en la tabla de la página siguiente. En este caso las agencias y leyes serían:

1. Fruits Product order 1955, ley aplicada sobre productos frutícolas procesados cuya agencia vinculada es el Ministry of Food Processing.
2. Prevention of Food Adulteration Act 1954, ley aplicada para la prevención de la adulteración de cualquier producto alimenticio, la cual es controlada o más bien está vinculada con el Ministry of Food Processing, Ministry of Agriculture y Ministry of Health.

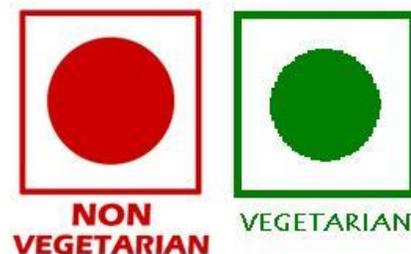
Requisitos impuestos por el Ministry of Health

Los puntos de información bajo el Acuerdo SPS de la OMC son: Ministry of Health and Family Welfare (para temas relacionados con la salud humana), el Department of Animal Husbandry, Dairy and Fisheries (para salud animal) y el Agriculture and Cooperation (para calidad de las plantas), estos dos últimos del Ministry of Agriculture. **Las importaciones de productos agrícolas primarios requieren de un permiso fitosanitario, emitido por el Department of Agriculture and Cooperation.** Las importaciones de plantas o productos de las mismas (con la excepción de aquellas enumeradas bajo Lista VII del Plant Quarantine (Regulation of Imports into India) Order 2003 <http://www.plantquarantineindia.org/>) requieren de un permiso bajo este artículo, que se emite únicamente tras un análisis de control de plagas, por parte del Department of Agriculture and Cooperation. Esta institución está asistida por varios institutos de investigación, como el Council of Agricultural Research (ICAR). Se debe solicitar el permiso 7 días antes de la importación, y se emite, en dos días, con una validez de 6 meses, permitiendo varios envíos. Cada envío debe estar acompañado de un certificado fitosanitario emitido por las autoridades competentes del país de origen, en nuestro caso el SAG.

Etiquetado

El etiquetado y empaquetado de productos alimenticios se regula por el Prevention of Food Adulteration Rules (part VII). Todas las etiquetas de productos alimenticios debe contener: nombre, marca o descripción del alimento contenido en el paquete; ingredientes, en orden descendiente de acuerdo a su composición por peso o volumen; nombre y dirección del fabricante o importador; peso neto o medida del volumen del contenido; mes y año de fabricación; fecha de caducidad, la cual, para productos que contengan aspartamo no debe superar los 3 años desde la fecha de empaquetado; y la fecha de caducidad. Además, para los productos que contienen sabores artificiales, no se deberán usar los nombres químicos. Para los productos que contengan sabores naturales, se debe mencionar el nombre común. Para los productos que contengan gelatinas de origen animal, éste debe mencionarse. Otros requisitos específicos se aplican para leches infantiles, alimentación infantil, agua mineral embotellada y productos lácteos.

Las etiquetas deben ser en español conteniendo los ingredientes y sus aditivos, las fechas de manufactura y vencimiento, productor, importador, tamaño y peso en sistema métrico además de la caracterización de vegetariano o no vegetariano como se muestra a continuación.



2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

De esta forma y siguiendo lo indicado anteriormente el listado potencial de todas las agencias con las cuales se deberá realizar algún tipo de trámite es el siguiente:

1. Ministry of Commerce and Industry → Directorate General of Foreign Trade
2. Ministry of Food Processing
3. Ministry of Health
4. Ministry of Agriculture → Department of Agriculture and Cooperation
5. Camara de Comercio India
6. Bureau of Indian Standards

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



Algunas cosas importantes que se pueden extraer del etiquetado de la fruta en conserva, es que por ejemplo, se adjunta la etiqueta de “vegetariano”, la información nutricional y en la etiqueta se hace referencia al potencial uso del producto, que en este caso de las piñas se recomienda para acompañar un sándwich vegetariano.

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010 (ESTIMACIÓN PROPIA DEL SEGUNDO SEMESTRE)

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	260.356	\$2.797.934	33,0%
Israel	267.750	\$1.116.857	13,2%
Estados Unidos	607.990	\$1.102.538	13,0%
Chile (43º)	0	0	0,0%
Subtotal	1.136.096	5.017.328	59,2%
Total	3.681.569	\$8.473.958	100,0%

2. ESTADÍSTICAS 2009

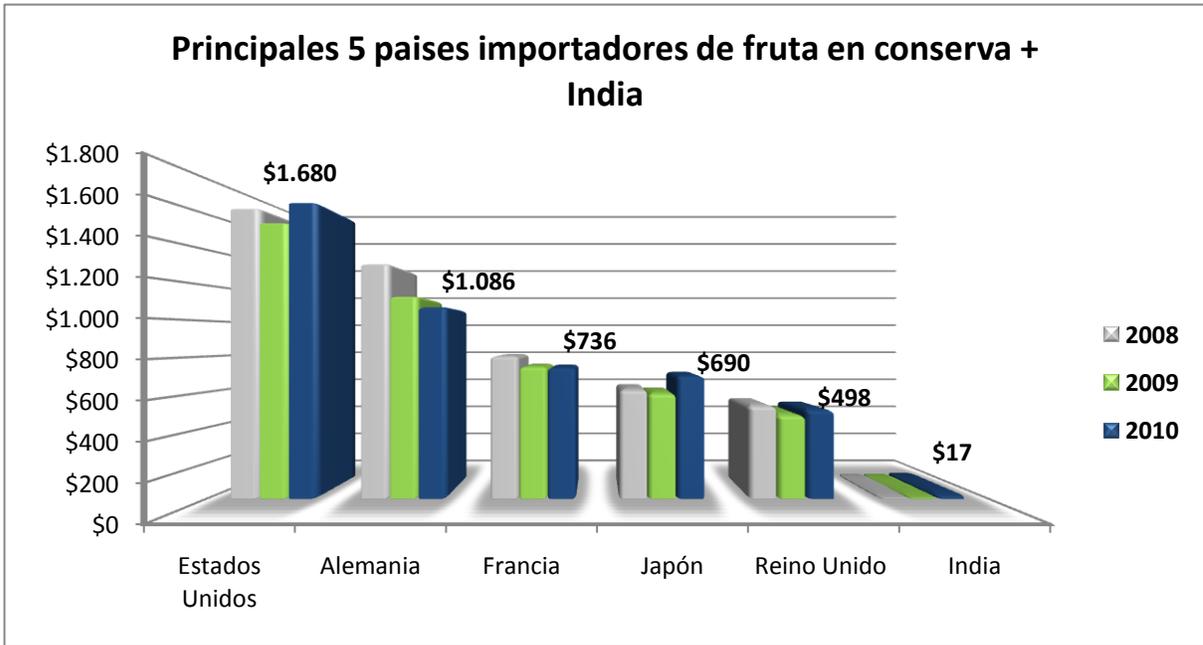
Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	265.406	\$3.044.205	39,5%
Filipinas	594.971	\$739.872	9,6%
China	653.955	\$637.504	8,3%
Chile (43º)	0	0	0,0%
Subtotal	1.514.332	4.421.581	57,4%
Total	3.253.178	\$7.707.599	100,0%

3. ESTADÍSTICAS 2008

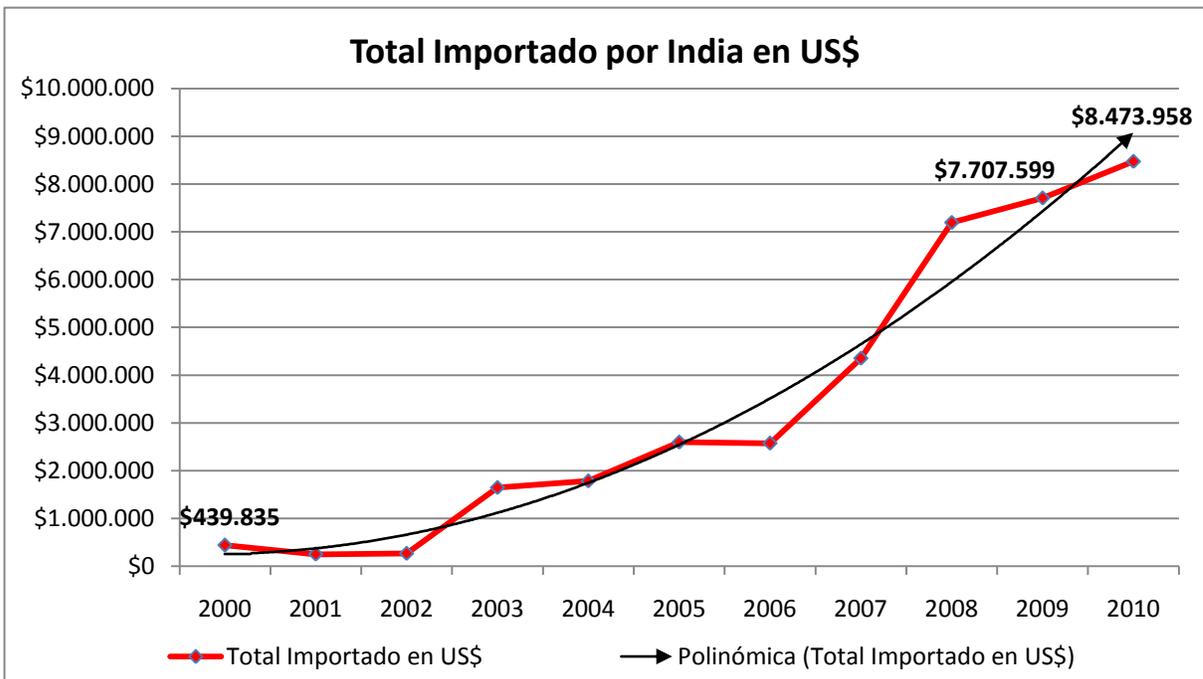
Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	246.795	\$3.065.087	42,6%
Estados Unidos	622.703	\$1.225.058	17,0%
Tailandia	158.293	\$510.279	7,1%
Chile (17º)	16.000	28.652	0,4%
Subtotal	1.043.791	4.829.076	67,1%
Total	2.371.242	\$7.193.611	100,0%

Fuente: GTA.

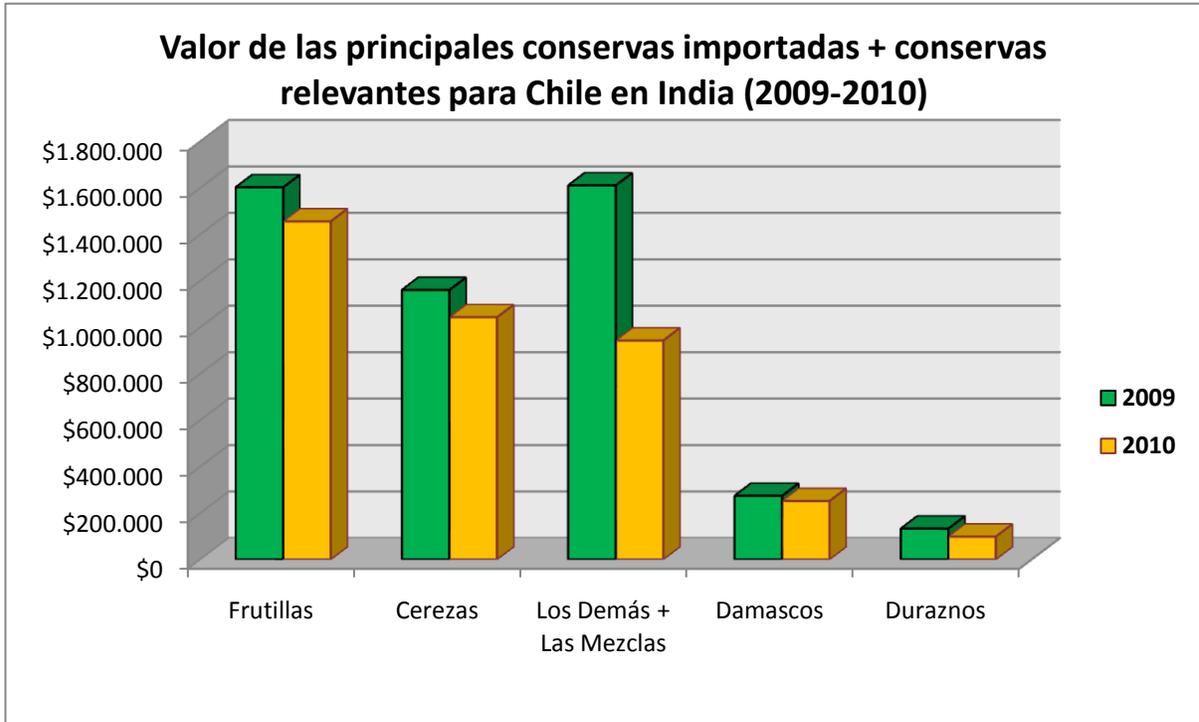
A continuación se adjuntan un conjunto de gráficos con información que es relevante para el lector en el sentido de brindar un margen comparativo a las estadísticas antes presentadas.



Fuente: GTA, valores en millones de dólares.



Fuente: GTA, Elaboración propia, valores en US\$.



Fuente: GTA, Elaboración propia, valores en US\$.

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Como bien se puede observar en las estadísticas anteriormente presentadas, es claro que el consumo de este tipo de productos está aumentando considerablemente en India. Por otro lado las mejoras en los canales de comercialización y distribución que serán explicadas más adelante, sustentan que India es un país realmente atractivo por su tamaño y su viabilidad estructural como mercado que se ha venido desarrollando durante los últimos años.

Algunos datos que afirman lo siguiente;

En los próximos 10 años, la India tendrá otros 180 millones de habitantes adicionales a su población actual, totalizando más de 1,3 billones de habitantes.

Más del 65% de ellos todavía estará por debajo de los 40 años de edad por lo tanto la demanda aumentará más rápido que el simple aumento de número de la población. Además, con los ingresos reales per cápita probablemente casi el doble en los próximos 10 años y con más de dos tercios de la población actual justo por encima o por debajo del umbral de la pobreza se espera que exista un considerable aumento en la demanda sobre los productos de la primera categoría, es decir alimentos.

El aumento de la urbanización, el aumento de circulación en la India, y el aumento de la globalización – reflejan cambios rápidos en el paladar indio; la multiplicidad de las cocinas y el gusto por nuevos sabores se están convirtiendo en temas centrales para la clase media emergente. Los cambios en el estilo de vida serán cada vez más pronunciados, por lo tanto se observarán cambios en lo que comen, cuando comen y cuando tiempo dedican a la preparación de las comidas. A su vez el impacto de la nuclearización de la familia india ya es visible en los principales centros urbanos.

En la medida que más mujeres se incorporan a la fuerza de trabajo urbana, llegando en 2020 a más del 50% de todas las mujeres del grupo de trabajos públicos, el impacto será profundo en la dinámica de la "cocina" y el "comedor".

A continuación se adjunta las composiciones de las importaciones de conservas India de los productos de principal interés para las exportaciones chilenas;

Principales proveedores de Cerezas en Conserva Importadas para India								
País Socio	2007		2008		2009		2010*	
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	\$ 579.861	46.493	\$ 810.250	56.336	\$ 1.160.961	85.161	\$ 1.098.125	82.790
Francia	\$ 552.453	41.799	\$ 803.603	53.975	\$ 1.104.996	78.725	\$ 1.079.815	80.392
Tailandia	\$ 2.015	185	\$ 1.068	50	\$ 3.133	750	\$ 7.423	1.330
Estados Unidos	1.567	171	3.305	2.115	0	0	4.789	314
Bélgica	147	14	0	0	0	0	808	162
Italia	\$ 17.872	2.573	\$ 0	0	\$ 262	25	\$ 652	80

Principales proveedores de Duraznos en Conserva Importados para India								
País Socio	2007		2008		2009		2010*	
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	\$ 91.871	46.559	\$ 76.851	39.261	\$ 132.988	96.415	\$ 122.470	59.301
China	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 48.736	45.900	\$ 51.503	17.199
Sudáfrica	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 63.355	29.383	\$ 42.597	19.532
Tailandia	0	0	0	0	214	50	17.361	12.278
Grecia	0	0	91	30	18.379	19.479	6.153	8.000
Singapur	\$ 492	85	\$ 2.093	325	\$ 1.810	1.320	\$ 4.616	2.122
Vietnam	\$ 1.246	512	\$ 1.399	487	\$ 0	0	\$ 240	171
Chile	\$ 29.072	17.000	\$ 28.652	16.000	\$ 0	0	\$ 0	0

Principales proveedores de SOLO COCKTAILS DE FRUTAS en Conserva Importados para India								
País Socio	2007		2008		2009		2010*	
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	\$ 28.044	5.542	\$ 10.018	3.073	\$ 10.031	2.224	\$ 7.644	1.844
Bélgica	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 23	10	\$ 4.737	1.112
Reino Unido	\$ 1.234	316	\$ 5.478	1.538	\$ 7.606	1.054	\$ 2.704	630
Vietnam	\$ 0	0	\$ 2.701	887	\$ 0	0	\$ 204	102
Estados Unidos	\$ 16.437	3.125	\$ 494	50	\$ 448	140	\$ 0	0

Fuente: GTA.

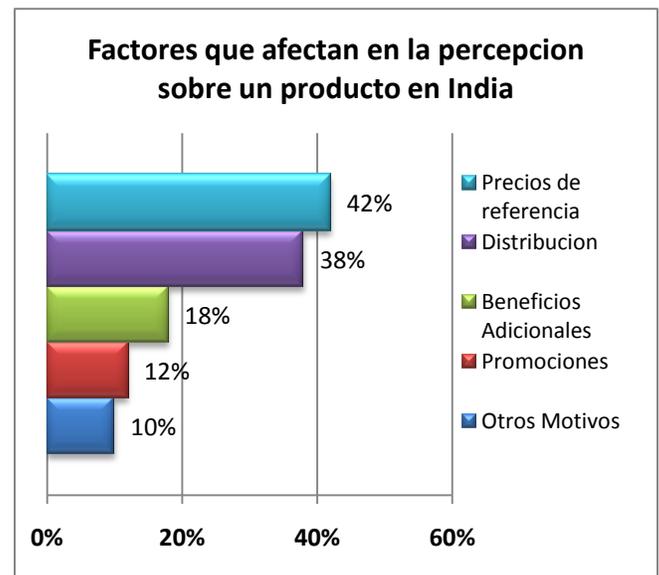
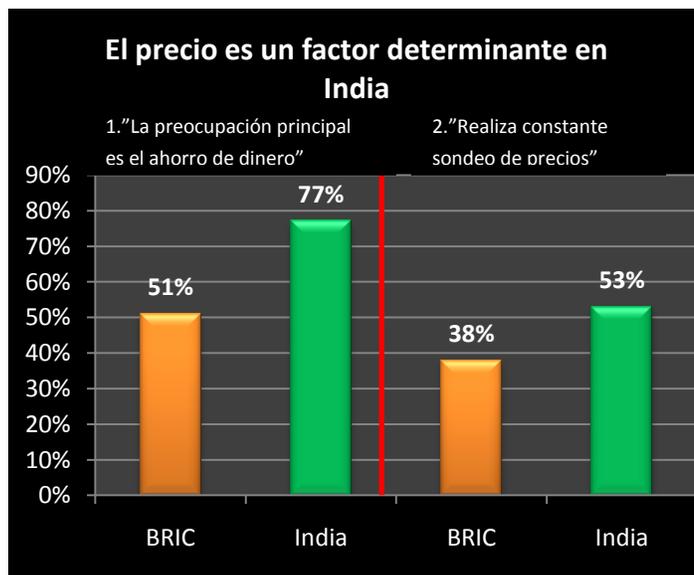
1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Caracterización del consumidor indio:

Hoy en día y al lugar que la gran mayoría de los países con ingresos per cápita bajo la media el principal factor sobre las decisiones de compra es el precio. Este punto se verá reforzado con lo planteado en los siguientes 4 puntos críticos sobre el comportamiento de compra de los indios y la figura adjunta más abajo.

Cuatro elementos críticos sobre el comportamiento del consumidor indio:

1. Para compras en estándar o compras de comida regular no están dispuestos a viajar o trasladarse por más de 15 minutos, lo que toma sentido con lo planteado en el punto de canales de distribución sobre la relevancia que tiene hoy día distribuir las conservas de frutas a través de aquellos retailers que tengan mayor alcance.
2. En los puntos de venta les gusta encontrar las mejores marcas posibles, aun cuando no tengan la capacidad de comprarlas por lo cual la presencia y recordación de marca es un factor fundamental a la hora de plantear una estrategia de marketing.
3. Al consumidor le gusta tener una variedad de marcas a la hora de elegir algún producto.
4. Son muy preocupados de comprar precio entre y dentro de las distintas tiendas.



Fuente: Resultados de la encuesta y análisis de "How the World Shops", BRIC= BRAZIL-RUSIA-INDIA-CHINA.

En base a lo presentado anteriormente podemos concluir que el comportamiento de compra indio no difiere significativamente de conductas occidentales, de esta forma tampoco lo hacen las formas de consumo, por lo tanto es lógico que se consumen este tipo de conservas en momento contra estación o para familias cuyos

padres poseen carga laboral pesada (sobre todo la nueve y grande clase media alta joven) y se están acostumbrando a un estilo de vida más rápido y de consumo de productos listos para comer.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Como bien ya se ha planteado en este estudio no existen cambios tecnológicos relevantes en este sector ya que mayoritariamente la compra de productos de este estilo se clasifica como de “proximidad”, “habitual” o de “lealtad espuria”, en los cuales no observamos diferencias tan marcadas entre las marcas y los precios. Por otro lado el uso del internet para este tipo de adquisiciones no ha sido desarrollado en el país.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES.

Según lo conversado con los importadores la mayor demanda por conservas de frutas es sobre cocktail o mezcla, durazno en mitades y cerezas. Esto principalmente al carácter exótico que tienen estas frutas en India hoy. El coctel de frutas Indio consiste en una mezcla de frutas tropicales como la piña, papaya y mango.

La cerezas son principalmente importadas desde Tailandia y China pero en términos de producción doméstica solo se encuentran cultivos en Kashmira.

Los importadores hicieron hincapié de que existe una gran demanda sobre otros tipos de fruta procesada como el concentrado de jugo de fruta de uvas, manzana y duraznos.

Luego de realizar pruebas sobre los cocktails de fruta chilena una compañía llamada Holyland Pvt. Ltd. encontró que la calidad y contenido del producto era bueno y mejoraba en la medida de que poseyera mas uvas y cerezas. Esta empresa está tratando de negociar los precios con algunas compañías chilenas.

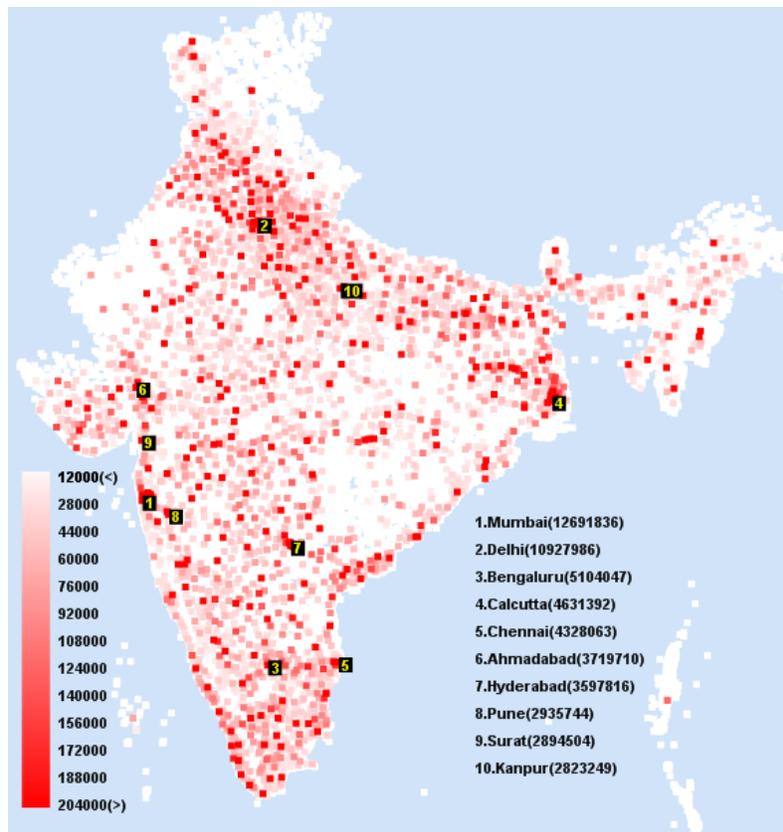
“Field fresh food pvt” corresponde al distribuidos oficial de Del Monte en India y tiene en mente comenzar importaciones de fruta en conserva chilena. Un punto importantísimo es que los importadores indios están interesados en controlar u observar toda la cadena productiva yendo incluso a las granjas para chequear las políticas agrícolas.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

En general durante todo el año y en especial fuera de la temporada de producción local.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Dado que se puede encontrar producción de frutas tanto a escala industrial como de menor volumen a lo largo de toda India, el principal filtro para definir las zonas de mayor consumo de este producto es la búsqueda de aquellos centros donde se pueda encontrar la mayor cantidad de personas dispuestas a pagar por estos productos y con el poder adquisitivo necesario. De esta forma en el siguiente mapa se muestran las ciudades más grandes en términos económicos y de mayor densidad poblacional.



VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Partiendo por el hecho de que se estima que para el año 2015 India corresponda a un mercado de retail evaluado en US\$ 450 billones y sumándole el alto crecimiento que ha tenido el comercio organizado (en el año 2007 no alcanzaba a ser el 4,5% de todas las transacciones realizadas mientras que hoy ya se encuentra en torno al 11% y se espera que para el 2015 alcance una participación de 30%), se puede concluir que India es un mercado muy interesante en términos de su tamaño y su factibilidad para la comercialización de productos agroindustriales.

Otra cifra muy relevante para los exportadores de frutas o alimentos procesados es que se estima que dentro de los próximos 4 años el 30% de las ventas en el comercio organizado correspondan a productos agroindustriales procesados.

Con respecto a cómo se compone el comportamiento de compra con respecto al tipo de tienda se puede decir que en el caso de la fruta en conserva al menos un 85% es adquirida en el vecindario, en tiendas “kirana” o en los mercados cercanos y un 10% en supermercados mientras que no más del 5% es comprada en tiendas muy grandes o hipermercados.

En conclusión creemos que el potencial que se tiene en India de comercializar fruta en conserva es alto dado al tamaño del mercado y al crecimiento que ha tenido la organización de este. Sin embargo un factor fundamental sería saber llegar a estos puntos de venta pequeños.

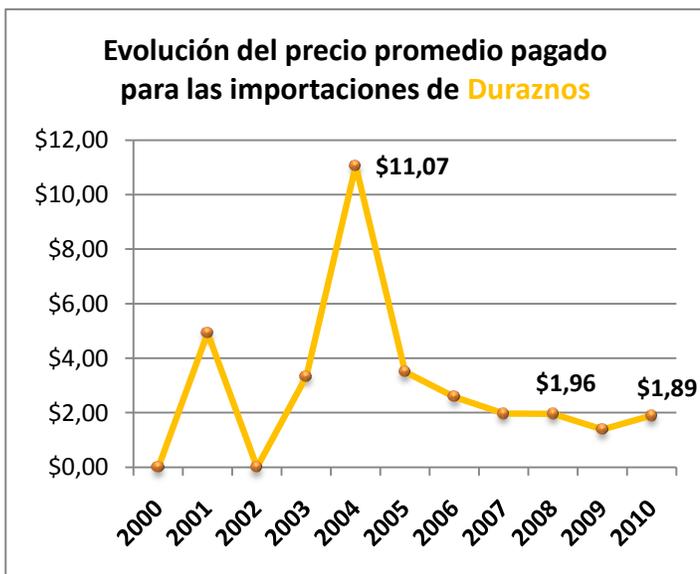
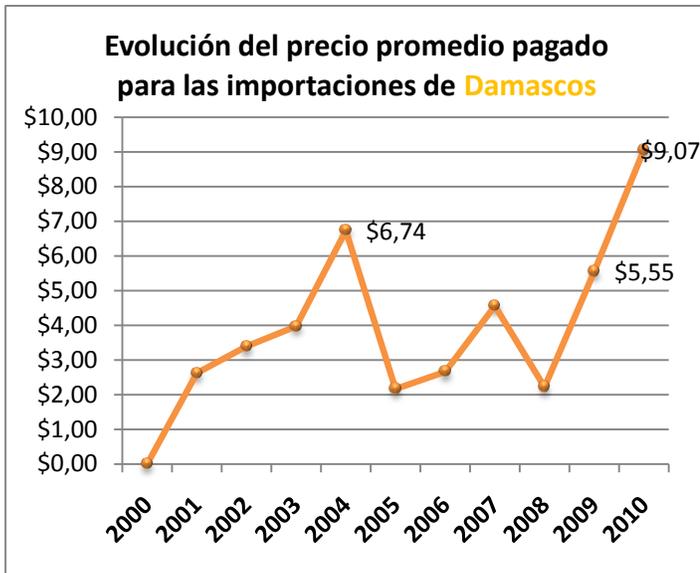
En la página siguiente se adjunta un listado con los principales puntos de venta organizados que existe al año 2011 en India;

Principales participantes del retail alimenticio y de abarrotes					
Compañía (*)	Volumen de Venta en Millones de US\$	Espacio Promedio de tienda	Número de tiendas	Segmento Objetivo	Tipo de Retailer
BIG BAZAAR	\$10.298	37.500	116	Bajo a medio bajo	Hyper-Super Mercados
VISHAL MEGAMART	\$3.358	15.000	180	Bajo a medio bajo	Hyper-Super Mercados
RELIANCE SUPER	-	25.000	25	Bajo a medio bajo	Hyper-Super Mercados
SPENCERS HYPER	\$224	45.000	21	Bajo a medio bajo	Hyper-Super Mercados
RELIANCE MART	-	72.500	15	Bajo a medio bajo	Hyper-Super Mercados
STAR INDIA BAZAAR	-	47.500	4	Bajo a medio bajo	Hyper-Super Mercados
HYPERCITY	\$336	87.500	4	Medio a medio alto	Hyper-Super Mercados
ADITYA BIRLA MORE	-	67.500	5	Bajo a medio bajo	Hyper-Super Mercados
BHARTI EASY DAY MARKET	-	22.500	2	Medio a medio alto	Hyper-Super Mercados
MORE	\$2.462	2.250	656	Bajo a medio bajo	Mini Mercados (Abarroterías)
RELIANCE FRESH	\$4.029	2.250	645	Bajo a medio bajo	Mini Mercados (Abarroterías)
6 TEN	\$1.791	1.150	385	Bajo a medio bajo	Mini Mercados (Abarroterías)
SPENCERS DAILY	\$2.462	2.250	162	Medio a medio alto	Mini Mercados (Abarroterías)
FOOD BAZAR	-	8.000	158	Bajo a medio bajo	Mini Mercados (Abarroterías)
NILGIRIS	-	3.250	120	Medio bajo	Mini Mercados (Abarroterías)
FRESH @	\$448	3.000	75	Medio a medio alto	Mini Mercados (Abarroterías)
FOOD WORLD	-	3.000	67	Medio a medio alto	Mini Mercados (Abarroterías)
SHARTI EASY DAY	-	3.000	28	Medio a medio alto	Mini Mercados (Abarroterías)
METRO (8)	-	-	5		Retailer Internacional
SHOPRITE (7)	-	-	1		Retailer Internacional
SPAR (4)	-	-	2		Retailer Internacional
WAL-MART (2)	-	-	1		Retailer Internacional
BOOKER (2)	-	-	1		Retailer Internacional
TESCO (1)-entrada en proceso	-	-	0		Retailer Internacional
CARREFOUR (1)-entrada en proceso	-	-	0		Retailer Internacional

*Entre paréntesis se incluye la cantidad de años que llevan los retailers internacionales en India.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

A continuación se adjuntan las distintas evoluciones para los precios promedio pagados por las importaciones de fruta en conserva de todos los orígenes (precios CIF en dólares por KG de fruta importada).



Por otro lado los precios de mercado son los siguientes;

Tabla de precios de referencia de fruta en conserva en India durante 2010			
Tipo de Fruta	Marca	Peso en gramos	Precio en US\$ por KG
Cocktail de frutas tropical <i>Composición: 40% Piña, 40 % Papaya, 12% Melón, 6% Cereza, 2% Uvas.</i>	WESTERN FAMILY	425	\$7,90
	DEL MONTE	850	\$2,24
	GOLDEN CROWN	840	\$2,40
Cerezas en conserva	GOLDEN CROWN	840	\$4,00
	DRUK	225	\$8,46
	DRUK	225	\$8,46
Durazno en conserva (mitades)	DEL MONTE	850	\$3,16
	GOLDEN CROWN	825	\$4,34
	LIBBYS	432	\$8,29
	WESTERN FAMILY	410	\$13,11

Como bien se puede observar en esta tabla, existe una gran diferencia de precios según sean las distintas marcas de fruta en conserva. Por otro lado al comparar los márgenes que se generan entre el valor de las importaciones y los precios de referencia se puede observar que existe un amplio rango de márgenes de comercialización.

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Apoyo en participación en eventos feriales y visitas regulares a sus clientes, el contacto cara a cara es vital para desarrollar lazos de confianza en perspectivas de negocio de largo plazo.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Como bien se puede observar en las imágenes dispuestas a continuación la presentación del producto no posee ninguna diferencia con respecto a cómo se realiza en Chile. Es más las conservas de frutas se encuentran normalmente en la sección de abarrotes, junto a otro tipo de productos variados como tallarines, conservas de vegetales, jugos en polvo etc.



X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Ideal es visitar el mercado y participar en eventos feriales como la feria de alimentos Fine Food India 2011 en la cual Pro Chile participará este año con un pabellón oficial, al cual invitamos a los exportadores chilenos de alimentos a participar.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Nombre	Inicio	Termino	Ciudad	Información Adicional
India Packaging Show	01-06-2011	04-06-2011	Hyderabad	http://www.expoua.com/Event/lang/en/id/115544/
BulkPack Hyderabad	01-06-2011	04-06-2011	Hyderabad	http://www.expoua.com/Event/lang/en/id/128945/
Food Retailing Expo	09-08-2011	11-08-2011	Bengaluru	http://www.expoua.com/Event/lang/en/id/112367/
FoodEx India	09-08-2011	11-08-2011	Bengaluru	http://www.expoua.com/Event/lang/en/id/108592/
Food Technology Show	07-11-2011	10-11-2011	New Delhi	http://www.expoua.com/Event/lang/en/id/115897/
Annapoorna-Worl of Food	16-11-2011	18-11-2011	Mumbai	http://www.expoua.com/Event/lang/en/id/118657/
Fine Food India 2011	05-12-2011	07-12-2011	New Delhi	http://www.indiafooddrinkexpo.com/

*Para ver ferias que sucederán durante el año 2012 haga click sobre este link;
<http://www.expoua.com/Exhibition/lang/en/region/147/country/156/mode/byCategory/category/11/>*

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Links:

<http://www.docstoc.com/docs/22269988/Importing-Food-Products-into-India>

<http://www.cybex.in/indian-custom-duty/Fruit-Nuts-Uncooked-Steaming-Boiling-Hs-Code-0811.aspx>

<http://www.mhhe.com/business/management/thompson/11e/case/foodworld4.html>

<http://www.foodindustryindia.com/newfood/allfoodshows.jsp>

<http://www.saiagri.com/>

<http://www.technopak.com>

Estudios:

INDIAN FOOD PROCESSING INDUSTRY - Indian Law Office.

Opportunities in the Packaged Food Market in India – TechnoPak Perspective

Procesing Food in India – Business Network Switzerlad

Indian Food Report 2010

Notas de seminarios como:

Flavors of India

Second Leadership Forum 2010 “Consumer Products and Retail.”

Food Forum India 2010

Documento elaborado por: Nicolás Caso – ncaso@prochileindia.com, nicolas.caso@gmail.com
Nestor Riveros_ nriveros@prochileindia.com