

---

# Estudio de Mercado Frutos secos en India

Junio 2011

---



[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por ProChile en Nueva Delhi, India.

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	6
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	6
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	9
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	9
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	10
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	10
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	10
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	13
<b>1. Potencial del producto.</b> .....	13
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	16
<b>1.2. Comercialización del producto</b> .....	17

<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).</b> .....	18
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.</b> .....	18
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.</b> .....	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> .....	22
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i> .....	22
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i> .....	23
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i> .....	23
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i> .....	24

## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

**Código 08** → Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.

<b>0801. 31/2</b>	Castañas de Cajú
<b>0802. 11/2</b>	Almendras
<b>0802. 50</b>	Pistachos
<b>0802. 90</b>	Nueces
<b>0804. 10</b>	Dátiles
<b>0804. 20</b>	Higos
<b>0806. 20</b>	Pasas
<b>0813. 10</b>	Damascos

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Todas aquellas frutas o frutos que estén deshidratados o secos como nueces, pasas, almendras o damascos entre otros.

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

**0801.31** Cocos, nueces del Brasil y de marañón (merrey, cajuil, anacardi, cajú), frescos o secos con cáscara.

**0801.32** Cocos, nueces del Brasil y de marañón (merrey, cajuil, anacardi, cajú), frescos o secos sin cáscara.

**0802.50** Pistachos.

**0802.90** Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.

**0804.10** Dátiles.

**0804.20** Higos.

**0806.20** Uvas secas y pasas.

**0813.10** Damascos secos.



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

Código	Descripción	Impuesto Básico
0801. 31/2	Castañas de Cajú	30%
0802. 11/2	Almendras con cascara	35 Rupias por Kg
0802. 11/2	Almendras sin cascara	100 Rupias por Kg
0802. 50	Pistachos	30%
0802. 90	Nueces	100%
0804. 10	Dátiles	30%
0804. 20	Higos	30%
0806. 20	Pasas	105%
0813. 10	Damascos	30%

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):

El APA vigente no contempla ninguna preferencia arancelaria para frutos secos enviados desde Chile.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

1. Nepal
2. Sri Lanka
3. Myanmar
4. Afganistán

Adicionalmente al que estos países tengan ventajas arancelarias, es que realmente poseen una ventaja competitiva con respecto a Chile, debido principalmente a la cercanía geográfica con India lo que minimiza considerablemente los costos de transporte.

### 4. OTROS IMPUESTOS Y 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Ninguno.



## 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 de 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](http://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 agencia. 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 Ministerio de Salud**

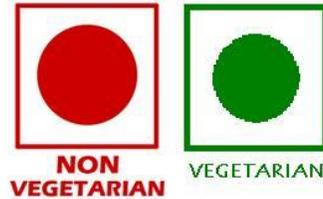
Los puntos de información bajo el Acuerdo SPS de la OMC son: Ministry of Health and Family Welfare (para temas relacionados con la salud humana), el Department of Animal Husbandry, Dairy and Fisheries (para salud animal) y el Agriculture and Cooperation (para calidad de las plantas), estos dos últimos del Ministerio de Agricultura. **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 deben 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:

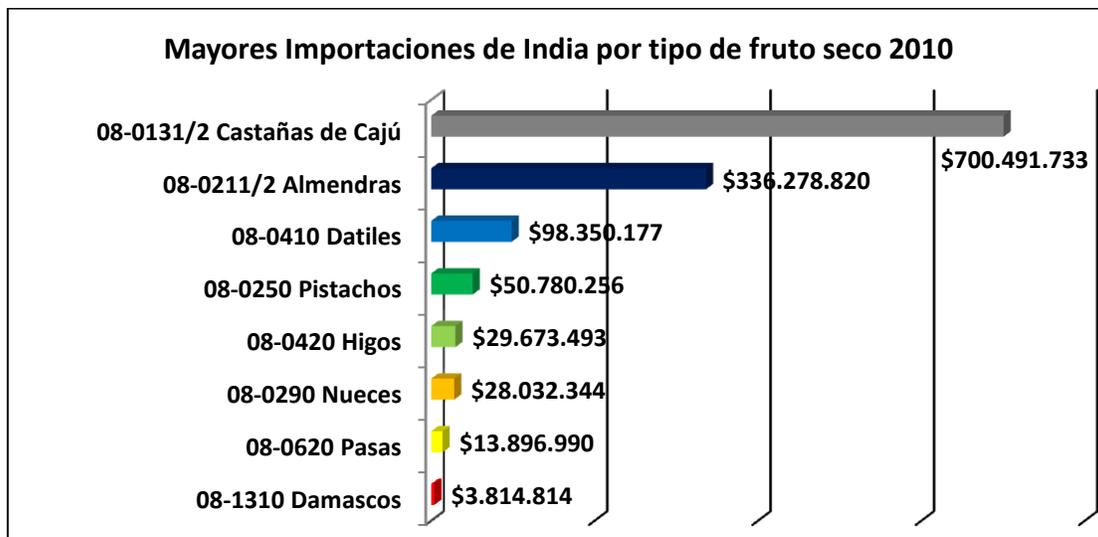
1. Ministry of Commerce and Industry → Directorate General of Foreign Trade
2. Ministry of Food Processing
3. Ministry of Health
4. Ministry of Agriculture → Department of Agriculture and Cooperation
5. Camara de Comercio India
6. Bureau of Indian Standards

**3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS**



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

Antes de entregar las estadísticas sobre las importaciones por cada tipo de fruta deshidratada, a continuación se muestra un gráfico con la composición de las importaciones de India a nivel agregado en este sector<sup>1</sup>.



Estadísticas de importaciones de India según los distintos tipos de fruto fresco<sup>2</sup>:

Fruta: Castañas de Cajú							
País	2008		2009		2010		
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	%Part(2010)
Mundo	\$647.353.462	656.573.846	\$597.268.253	729.605.288	\$700.491.733	726.151.891	100%
Costa Marfil	\$197.079.859	219.087.698	\$155.418.300	224.775.312	\$181.808.137	225.522.839	26%
Benín	\$79.875.332	84.568.024	\$92.980.897	113.901.161	\$143.684.280	152.034.711	21%
Tanzania	\$72.701.948	65.394.578	\$71.746.553	69.417.582	\$140.903.315	113.738.250	20%
Chile	\$0	0	\$0	0	\$0	0	0%

<sup>1</sup> Nota: Valores en dólares sobre el precio FOB de importación.

<sup>2</sup> Fuente: GTA, Elaboración propia.

Fruta: Almendras							
País	2008		2009		2010		
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	%Part(2010)
Mundo	\$221.437.040	56.245.343	\$229.368.178	64.877.378	\$326.937.742	77.731.081	100%
E.E.U.U.	\$158.650.257	41.326.674	\$153.643.125	44.696.609	\$265.837.106	67.838.983	81%
Australia	\$27.775.555	7.468.108	\$40.445.108	13.636.774	\$24.104.189	4.292.814	7%
Afganistán	\$21.549.476	5.876.720	\$17.646.470	4.345.231	\$12.489.200	2.050.508	4%
Chile	\$155.985	39.962	\$0	0	\$0	0	0%

Fruta: Dátiles							
País	2008		2009		2010		
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	%Part(2010)
Mundo	\$77.285.342	250.261.802	\$96.769.976	289.192.523	\$98.350.177	277.532.964	100%
Iraq	\$11.710.996	43.585.541	\$38.504.561	146.448.363	\$52.284.311	173.549.732	53%
Pakistán	\$33.910.596	88.492.447	\$44.829.506	110.496.228	\$32.014.686	74.957.498	33%
E.A.U	\$3.467.501	8.177.740	\$4.854.013	10.404.874	\$4.440.986	8.890.061	5%
Chile	\$0	0	\$0	0	\$0	0	0%

Fruta: Pistachos							
País	2008		2009		2010		
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	%Part(2010)
Mundo	\$49.095.684	7.170.795	\$48.847.067	7.811.962	\$50.780.257	7.194.352	100%
Irán	\$19.766.172	3.133.632	\$17.293.874	2.498.872	\$27.367.674	3.550.254	54%
E.E.U.U.	\$6.014.711	1.202.634	\$12.510.372	2.434.241	\$16.528.528	2.857.480	33%
Afghanistan	\$22.718.602	2.596.377	\$16.737.870	2.500.225	\$6.551.743	746.124	13%
Chile	\$0	0	\$0	0	\$0	0	0%

Fruta: Higos							
País	2008		2009		2010		
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	%Part(2010)
Mundo	\$31.725.741	4.972.669	\$37.682.749	5.646.654	\$30.814.781	4.623.612	100%
Afganistán	\$31.488.638	4.745.317	\$37.309.523	5.295.011	\$30.296.427	4.142.058	98%
Irán	\$236.679	226.972	\$354.169	336.599	\$511.900	481.285	2%
Turquía	\$0	0	\$941	200	\$5.992	192	0%
Chile	\$0	0	\$0	0	\$0	0	0%

Fruta: Nueces							
País	2008		2009		2010		
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	%Part(2010)
Mundo	\$22.892.951	43.542.482	\$20.193.584	39.056.089	\$25.955.874	45.902.480	100%
Bangladesh	\$4.119.666	7.271.643	\$3.770.405	5.871.245	\$10.344.594	14.315.730	40%
Indonesia	\$11.371.786	26.285.269	\$9.470.519	23.010.561	\$7.213.607	20.468.887	28%
Nepal	\$2.138.183	2.790.200	\$3.437.155	5.036.500	\$4.682.780	5.967.241	18%
Chile	\$0	0	\$0	0	\$0	0	0%

Fruta: Pasas							
País	2008		2009		2010		
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	%Prt(2010)
Mundo	\$13.546.136	8.615.677	\$13.513.810	9.383.724	\$13.409.377	9.573.458	100%
Afganistán	\$13.057.461	8.179.424	\$12.753.854	8.678.541	\$12.113.453	8.404.419	88%
China	\$355.727	322.594	\$593.550	563.047	\$1.057.468	964.782	10%
Pakistán	\$10.606	10.230	\$38.475	17.999	\$161.874	153.158	2%
Chile	\$35.949	19.900	\$0	0	\$0	0	0%

Fruta: Damascos Deshidratados							
País	2008		2009		2010		
	USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad	%Prt(2010)
Mundo	\$9.863.146	3.794.117	\$5.584.438	2.847.474	\$3.433.333	2.098.620	100%
Afganistán	\$9.344.692	3.437.881	\$4.515.015	1.988.433	\$2.867.397	1.611.760	84%
Turquía	\$484.110	326.376	\$1.041.040	832.081	\$447.740	401.993	13%
Pakistán	\$34.199	29.800	\$28.384	26.960	\$117.733	84.733	3%
Chile	\$0	0	\$0	0	\$0	0	0%

Para que el lector tenga una idea de cuál es la posición de nuestro país como agente competitivo en esta industria, dejamos a su disposición una tabla con la evolución en los últimos 3 años de las exportaciones a todo el mundo de los productos en este sector.

Exportaciones de Chile al Mundo					
Tipo de fruta seca	2009	2010	Tipo de fruta seca	2009	2010
Pasas	\$ 118.586.476	\$ 141.253.182	Damascos	\$ 12.531	\$ 97.012
Almendras	\$ 36.400.705	\$ 41.378.491	Dátiles	\$ 4.824	\$ 36.379
Castañas de Cajú	\$ 0	\$ 840.336	Pistachos	\$ 2.347.422	\$ 34.000
Higos	\$ 455.383	\$ 288.121	Nueces	\$ 1.406	\$ 4.504

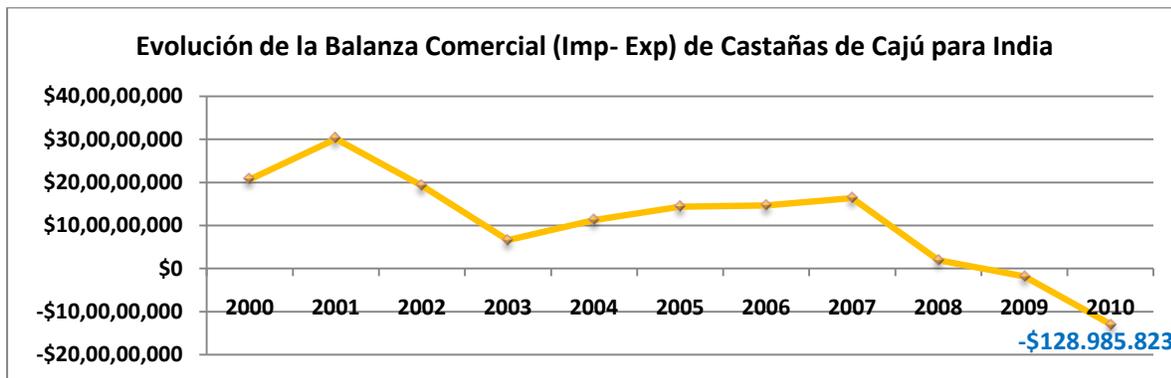
# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

A continuación solo se profundizará el potencial de los productos; pasas, almendras, castañas de Cajú y Damascos, debido a la oferta exportadora actual de Chile<sup>3</sup>. A modo de introducción se adjunta el gráfico con la balanza "Importaciones – Exportaciones" de cada fruto seco en cuestión para los últimos 10 años en el mercado indio. En la medida que la balanza se hace más negativa este mercado se hace más atractivo para Chile debido a que es un importador más grande, es imprescindible considerar el hecho de que India adquiere estos productos secos como insumos para la industria procesadora de muchos alimentos ó productos de consumo masivo.

### CASTAÑAS DE CAJÚ

Valor potencial del total del mercado a 2010: 5 millones de dólares.



Según los datos de Fresh Plaza se espera que durante el 2011 en India se genere una escasez de oferta de castañas de Cajú de al menos un 10-15%. Las estimaciones anteriores habían pronosticado una caída más severa de un 30% a 40% en la actual temporada, sin embargo, los portavoces de la industria son de la opinión de que la cosecha será mejor que las estimaciones anteriores. Las importaciones provenientes de Costa de Marfil cayeron debido a la inestabilidad política en ese país y Brasil también ha entrado en el mercado de importación ya que hay una escasez en su cosecha para este año. Brasil es un importante proveedor para el mercado de EE.UU de forma que existirían presiones alcistas sobre los precios de las importaciones desde África. Al momento los precios han sufrido un fuerte aumento de casi el 80% en el último año debido a la escasez de la oferta y a la competencia entre los países que procesan este fruto seco. Los precios han subido de 423 Rupias por kg en el inicio de esta temporada a Rupias 460 por kg en la actualidad (+8%). A pesar de los altos precios, la demanda de diversos segmentos de esta industria alimentaria ha sido constante.

La demanda de castañas de Cajú ha estado creciendo a un ritmo constante de 18% hasta el año pasado. Sin embargo, la capacidad de procesamiento de la industria se ha reducido en casi un 25% debido a la falta de disponibilidad de los trabajadores. La escasez de frutos secos crudos se ha traducido en mayores precios. Por otro

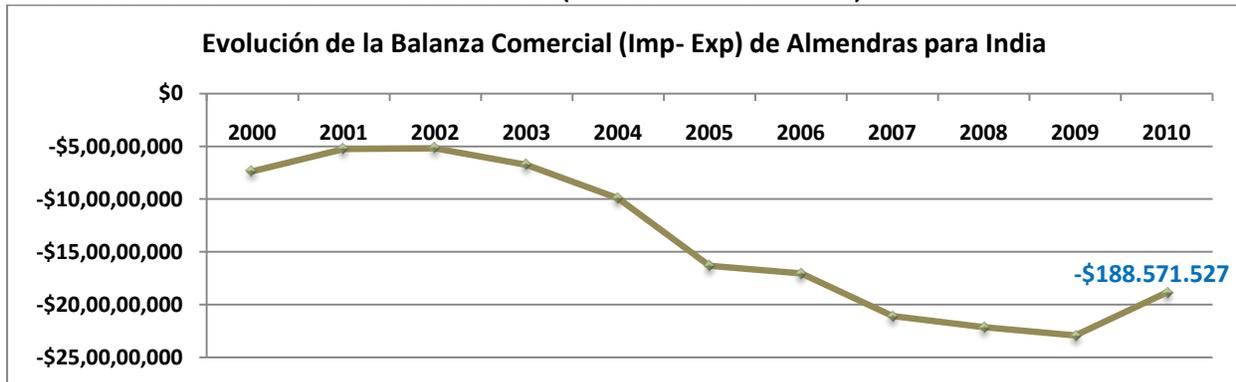
<sup>3</sup> Véase el cuadro "Exportaciones de Chile al Mundo" en la página 12.

lado el crecimiento de la demanda ha contribuido a la subida de precios, de modo que se espera una caída en la demanda estructural de este insumo para aquellas industrias que lo procesan debido al alto costo de adquisición como materia prima.

**ALMENDRAS**

**Valor potencial del total del mercado a 2010: 188 millones de dólares.**

**Consumo de India en toneladas: 51.000 Toneladas (Número 3 a nivel mundial)**



En el caso de las almendras, la gran mayoría de las que son consumidas en India son importadas, lo que corresponde a un monto 327 millones dólares anuales. Actualmente Estados Unidos es el principal exportador de Almendras a India, luego le siguen Australia y Afganistán. El verdadero potencial de las almendras se debe principalmente a las siguientes razones;

**1) Producto Dietético Barato:**

El precio promedio de 1 kg. de Almendras es de 23 USD (en el comercio) lo cual hace a este producto bastante accesible incluso para familias de clase media. Su buena relación precio - calidad posiciona con buenos ojos a las almendras en la sociedad India, tomando en cuenta además, que es un producto al cual todo el mundo le reconoce sus cualidades nutritivas y dietéticas.

**2) Pequeña Producción Interna:**

India depende prácticamente de las importaciones de este producto para satisfacer la demanda local. Sólo en el estado de Jammu y Kashmir se producen almendras, pero representan apenas un 0,20 % del consumo total.

**3) Múltiples Usos:**

Las almendras son utilizadas en distintos mercados en India. Un ejemplo son los productores de helados quienes requieren de este producto en gran escala al igual que para la fabricación de cosméticos y de algunos medicamentos.

**4) Consumo en Ocasiones Especiales:**

Existen diversas ocasiones especiales en que las almendras forman parte obligada en la tradición India. Es el caso de festivales, matrimonios, intercambio de regalos, etc. Además, es costumbre que los padres alimenten a sus hijos con Almendras dado que se cree que promueve el desarrollo mental.

**6) Demanda durante todo el año:**

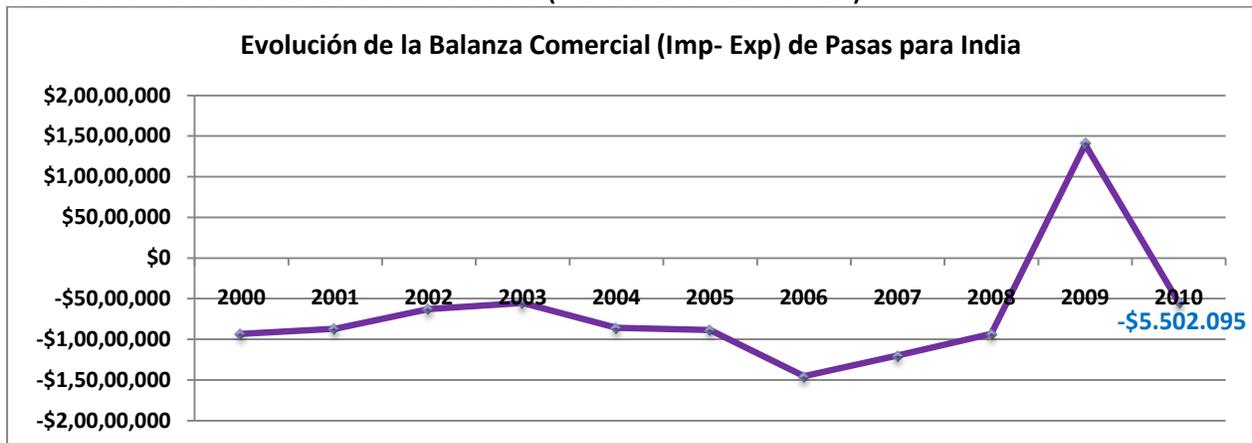
La demanda de almendras es sostenida durante todo el año. Se consume por personas de todas las edades y de distinto sexo durante el invierno, por sus propiedades calóricas que ayudan a dar energía al cuerpo y en verano, mezclado con hierbas, es ingerido para “refrescar la mente”.

Sobre los tipos de almendra, existen dos variedades principalmente, dulces y amargas. Entre las dulces existen las de cáscara dura y blanda. Estas últimas son llamadas en India “Kagzi” y son las más consumidas. Las almendras amargas no son consumidas porque contienen ácido prúsico, un veneno dañino para el cuerpo. Sin embargo, estos son usados para la producción de aceite, perfumes y cosméticos.

**PASAS**

Valor potencial del total del mercado a 2010: 5,5 millones de dólares.

Consumo de India en toneladas: 9.000 Toneladas (Número 13 a nivel mundial)

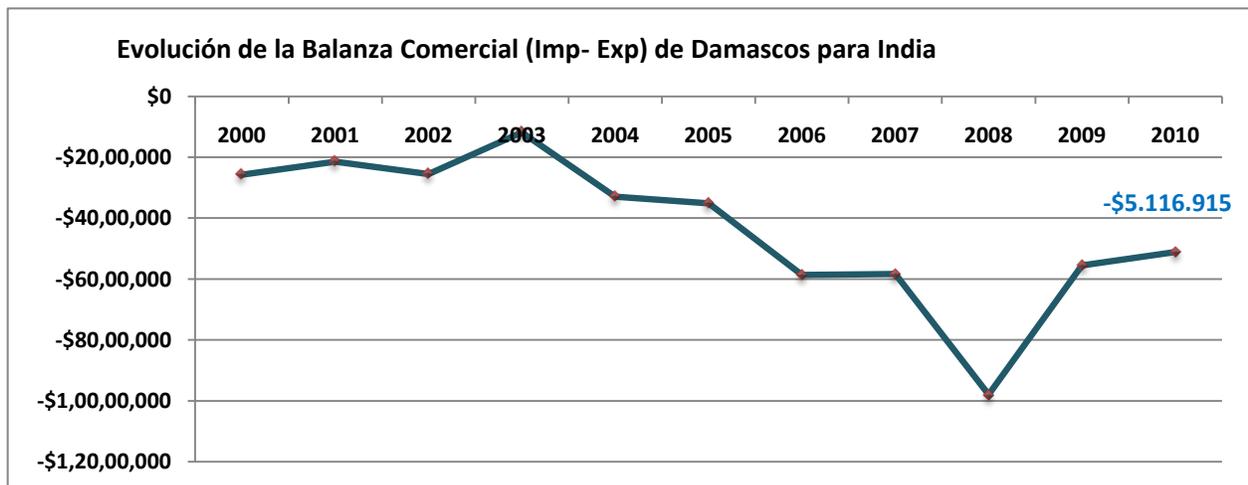


Dado el alto nivel de consumo de este producto en India, es que existe un potencial estructural bastante interesante, sin embargo el conjunto de proveedores de pasas está expandido a nivel mundial de modo que para saber el potencial en términos de cantidad y futuros precios será necesario conocer los datos y cambios de los competidores en este sector con respecto al año pasado.

- La producción en China se espera que se cuadruple para el año 2011, debido a una transferencia sustantiva del uso de uvas para la producción de pasas.
- Se espera que Irán vuelva a niveles de producción de 150.000 toneladas como solía ser en el pasado. Se espera lo mismo para Turquía.
- Se espera que los tres exportadores que experimenten un mayor crecimiento sean Irán USA y Turquía.

**DAMASCOS**

Valor potencial del total del mercado a 2010: 128 millones de dólares.



## 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

### Formas de consumo:

Existen principalmente dos formas de consumo de este producto y dos razones para ello. Las formas son a granel y en envases que de preferencia deberían ser transparentes dado de que existe la idea de que se debe corroborar la calidad de estos productos antes de adquirirlos, sobre todo en el caso de las pasas donde se busca identificar el nivel de humedad de la fruta deshidratada. Por otro lado las dos razones son: uno el balance dietético de estos productos así como las propiedades y cualidades de estas frutas (como ejemplo, los padres suelen dar frutos secos a los niños dado que existe la idea de que fomentan el desarrollo intelectual, finalmente la segunda otra razón son los ritos, costumbres y festivales.

Un detalle importante es que los frutos secos suelen ser comercializados como regalos, lo cual es una estrategia atractiva de entrada a este mercado.



### Caracterización del consumidor indio:

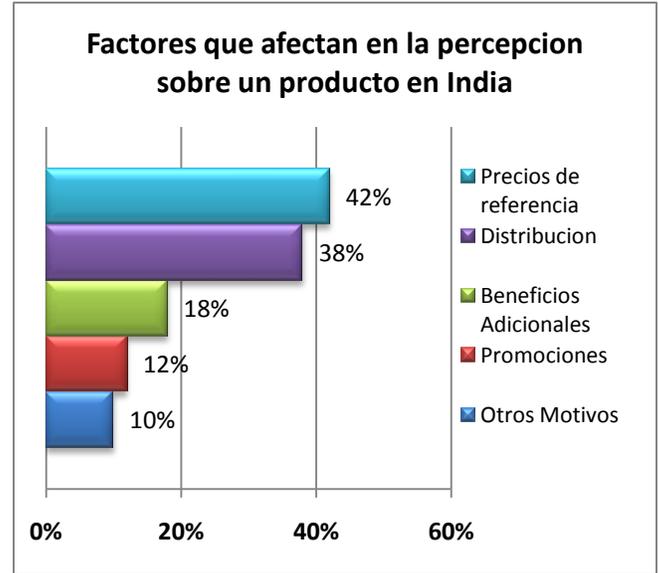
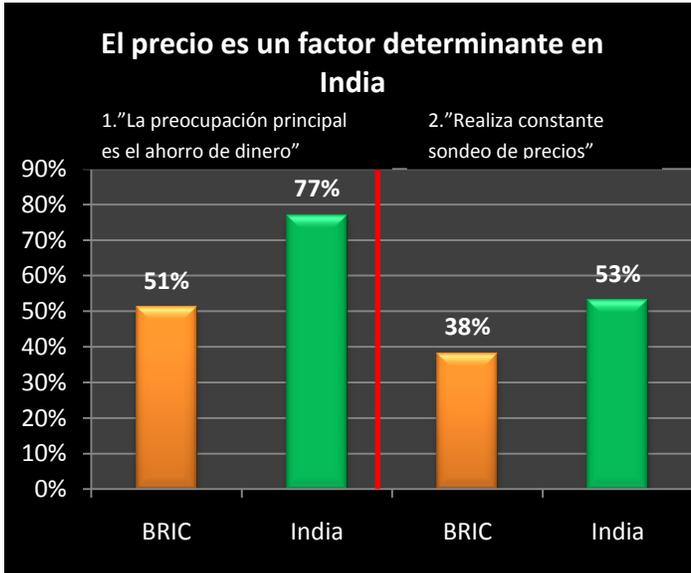
Hoy en día y al igual que la gran mayoría de los países con ingresos per cápita posicionados por debajo de la media internacional, el principal factor sobre las decisiones de compra es el precio. Este punto se verá reforzado con lo planteado en los siguientes puntos críticos sobre el comportamiento de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

Cuatro elementos críticos sobre el comportamiento del consumidor indio:

1. Para las compras en estándar o 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 a través de aquellos retailers de mayor alcance.
2. Al consumidor le gusta tener una variedad de marcas, a la hora de elegir algún producto.
3. Son muy preocupados de comparar precio en distintas tiendas.

A continuación el lector podrá apreciar dos figuras que describen básicamente al consumidor indio. 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 consuman este

tipo de conservas por familias cuyos padres poseen carga laboral mejor remunerada (sobre todo la nueva y gran clase media alta de edad juvenil) y que se están acostumbrando a un estilo de vida más rápido y de consumo de productos listos para comer. A su vez, esta mayor remuneración tanto para los hombres como para las mujeres les otorga una mayor capacidad de adquisición y por ende la posibilidad de compra de alimentos de mayor calidad.



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

## 1.2. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

Tal como se mencionó anteriormente los frutos secos se consumen principalmente para festividades, por un tema alimenticio, snack en reuniones familiares y de amistades ó finalmente para ser entregados como regalos.

De esta forma quienes comercializan los frutos secos suelen generar estrategias de comercialización en relación a los 3 argumentos presentados anteriormente, es decir, se ofrecen paquetes especiales para entregar los frutos secos envueltos de una manera atractiva ó se usan promociones para incentivar la demanda como se ve en las siguientes imágenes.



**1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).**

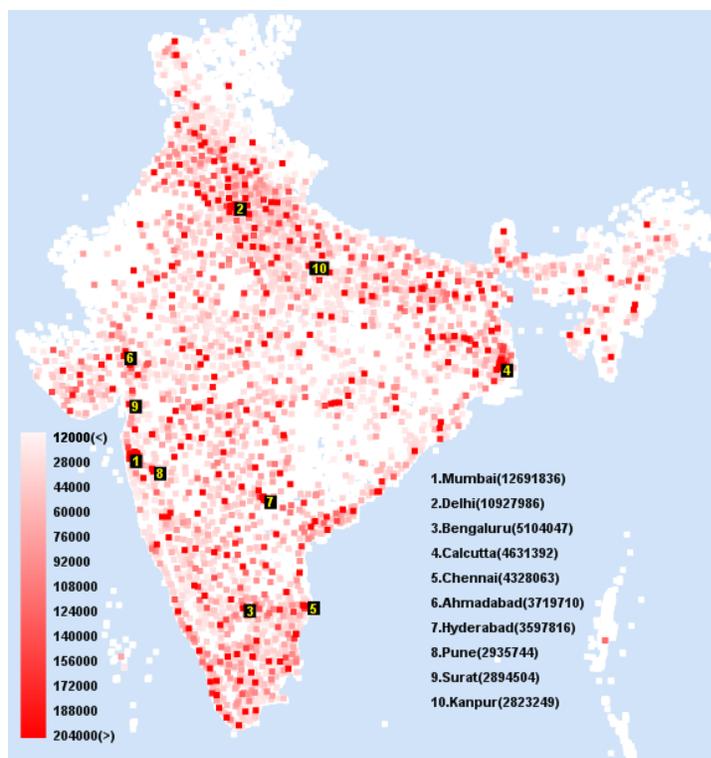
En entrevista a importadores, destacan estar muy sesgados por los tradicionales importadores como Irán, Afganistán, Turquía y USA. La Oficom Pro Chile ha iniciado labor de difusión sobre la potencialidad chilena, detectando que existen favorable percepción especialmente de almendras chilenas de calidad similar a la Californiana en contrastación, existen perspectivas además para pasas, pistachos, damascos, durazno con promoción, manzanas deshidratadas y arándanos secos.

**1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Como podría de esperarse (debido a la no necesidad de consumo inmediato) para este tipo de productos no existe un periodo determinado durante el año en el cual la comercialización sea más fuerte, sin embargo se podrán observar leves alzas en la demanda para las festividades efecto que se ve contrastado por el tiempo de duración de estas frutas deshidratadas.

**1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Dada la accesibilidad que entrega el precio de referencia de estos productos, se puede decir que es un producto consumido a nivel transversal por sectores socio - económicos, de esta forma los lugares donde más se consumen son las ciudades más pobladas como se puede apreciar en el siguiente mapa.



## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Un tema imprescindible en la comercialización de productos de consumo alimenticios en India son los canales de comercialización y distribución. Una vez que el exportador chileno tenga un receptor en este país deberá asegurarse de poseer la más ampliada cadena de distribución posible. El problema en este sentido radica en que la mayor parte del consumo de este tipo de productos, se distribuye a nivel de comercio no organizado como se muestra en el siguiente gráfico:



Fuente: *Opportunities in the Packaged Food Market in Indi, TechnoPak, valores en billones de dolares.*

En este contexto, el desafío es encontrar la manera óptima de llegar a este comercio no organizado, o partir a través del nexo con los principales retailers, segmento que ha venido creciendo sostenidamente en el tiempo, como se muestra en la siguiente página:

Principales participantes del retail alimenticio y de abarrotes (2011)					
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

*Nota: En paréntesis se encuentra la cantidad de años de los retailers internacionales en India.*

# VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

## 1. Precios CIF, de las importaciones de frutos secos según el país de procedencia.

Precio CIF de Importación: Damascos Deshidratados		Precio CIF de Importación: Castañas de Cajú	
País	Precio CIF Dólares por KG	País	Precio CIF Dólares por KG
Mundo	\$1,64	Mundo	\$0,96
Afganistán	\$1,78	Costa de Marfil	\$0,81
Turquía	\$1,11	Benín	\$0,95
Pakistán	\$1,39	Tanzania	\$1,24
Chile	No Existe	Chile	No Existe

Precio CIF de Importación: Pasas		Precio CIF de Importación: Almendras	
País	Precio CIF Dólares por KG	País	Precio CIF Dólares por KG
Mundo	\$1,40	Mundo	\$4,21
Afganistán	\$1,44	E.E.U.U.	\$3,92
China	\$1,10	Australia	\$5,62
Pakistán	\$1,06	Afganistán	\$6,09
Chile	No Existe	Chile	No Existe

## 2. Precios de Mercado.

Producto	Marca	Precio en Rupias	Gramos (gr)	Precio en Dólares	Precio USD/KG
Almendras	Genérica	Rs. 425	1000	\$9,34	\$9,34
Almendras	Food Bazaar - Premiun	Rs. 200	95	\$4,40	\$46,27
Almendras	Food Bazaar	Rs. 235	200	\$5,16	\$25,82
Almendras	Coco	Rs. 255	500	\$5,60	\$11,21
<b>Precio Promedio por Kg de Almendras</b>					<b>\$23,16</b>
Pasas	Genérica India	Rs. 275	1000	\$6,04	\$6,04
Pasas	Genérica India Premium	Rs. 300	1000	\$6,59	\$6,59
Pasas	Food Bazaar	Rs. 145	500	\$3,19	\$6,37
<b>Precio Promedio por Kg de Pasas</b>					<b>\$6,34</b>
Castañas de Cajú	Food Bazaar	Rs. 335	500	\$7,36	\$14,73
Castañas de Cajú	Coco	Rs. 185	200	\$4,07	\$20,33
Castañas de Cajú	Genérica - Suprema	Rs. 800	1000	\$17,58	\$17,58
Castañas de Cajú	Genérica - Standard	Rs. 575	1000	\$12,64	\$12,64
Castañas de Cajú	Genérica - Semi triturada	Rs. 500	1000	\$10,99	\$10,99
<b>Precio Promedio por Kg de Castañas de Cajú</b>					<b>\$15,25</b>

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En general participación en Ferias y visitas regulares a sus clientes, a los cuales también otorgan beneficios adicionales por ventas.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



## 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 entre el 5 al 7 de Diciembre, 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

Las ferias en el listado que se muestra a continuación corresponden a aquellas asociadas con el sector de alimentos procesados.

Nombre	Fecha	Ciudad	Información Adicional
Fine Food India <sup>4</sup>	5 – 7 Dic 2011	New Delhi	<a href="http://www.indiafooddrinkexpo.com/">http://www.indiafooddrinkexpo.com/</a>
Agritech India	9 -11 Sep 2011	Bengaluru	<a href="http://www.biztradeshows.com/agritech-india/">http://www.biztradeshows.com/agritech-india/</a>
Food Tech India 2011	9 -11 Sep 2011	Kolkata	<a href="http://www.biztradeshows.com/food-tech-india/">http://www.biztradeshows.com/food-tech-india/</a>
India Foodex-Bangalore	9 -11 Sep 2011	Bengaluru	<a href="http://www.biztradeshows.com/trade-events/india-foodex-bangalore.html">http://www.biztradeshows.com/trade-events/india-foodex-bangalore.html</a>
IndiaMART Food & Technology	29 - 31 Jul 2011	New Delhi	<a href="http://www.biztradeshows.com/food-technology-expo/">http://www.biztradeshows.com/food-technology-expo/</a>
PET + DRINK TECH ASIA	27 - 29 Ago 2011	Kolkata	<a href="http://www.biztradeshows.com/pet-drink-asia/">http://www.biztradeshows.com/pet-drink-asia/</a>
Food & Beverage World	23 - 25 Jun 2011	Mumbai	<a href="http://www.biztradeshows.com/trade-events/fb-world.html">http://www.biztradeshows.com/trade-events/fb-world.html</a>

<sup>4</sup> Pro Chile estará presente en esta feria, para más información contáctenos a través de Gurpreet Kaith Chadha [gkchadha@prochileindia.com]

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### Ministerio de Agricultura

Departamento de Investigación en Agricultura y Educación: <http://dare.nic.in>

Departamento de Agricultura y Cooperación: <http://agricoop.nic.in>

Plant Quarentine Organisation of India: <http://www.plantquarantineindia.org>

Agricultural Processed Food Products Export Development Authority: <http://www.apeda.com>

### Asociaciones Gremiales

<http://www.ciionline.org>: Sitio web oficial de la Confederación de Industrias India, entrega un panorama acontecer industrial por sector productivos y de la economía del país feria y eventos comerciales. Directorio de sus miembros.

<http://www.ficci.com>: Sitio web de oficial de la Federación de Cámaras de

Comercio e Industrias(CII): Contiene nomina de asociados, publicaciones en linea, servicios.

Directorio Oficial de Sitios web del Gobierno Indio : <http://nic.in>

Estadísticas de Comercio Exterior: <http://www.commerce.nic.in/eidb/default.asp>

Directorio de Importadores y Exportadores por producto: <http://www.tradeindia.com>,

Aranceles: <http://www.cbec.gov.in>

Política comercio Exterior: <http://dgft.delhi.nic.in/>

Acuerdos Comerciales: <http://commerce.nic.in/>

Documento elaborado por: Nicolás Caso; [ncaso@prochileindia.com](mailto:ncaso@prochileindia.com), [nicolas.caso@gmail.com](mailto:nicolas.caso@gmail.com)  
Néstor Riveros, [nriveros@prochileindia.com](mailto:nriveros@prochileindia.com)