

STREET DAYS

Alimento y Agropecuario



Título: India, Arándanos, 2018

a. Fecha: 30 de Septiembre de 2018.

b. Producto: Arándanos.

c. Sector: Agro-alimentos

d. País: India

e. Nombre Oficina Comercial: Nueva Delhi

1. Metodología

Este documento presenta una observación de los precios de Arándanos en el mercado indio. Los tres locales visitados corresponden a Big Bazaar, Foodhall y Spencer's. Los precios en los supermercados son casi iguales y existe una alta competencia en el sector minorista de la India. Entre las cadenas de los supermercados en India, Big Bazar es el más reconocido y con mayor presencia en el mercado. Por otro lado es importante considerar que el Arándano todavía se considera un producto exclusivo que llama la atención de las clases de mayor poder adquisitivo.

2. Establecimiento Comercial 1: BIG BAZAAR

a. Nombre: Big Bazaar

b. Giro Comercial:

Minorista (Hipermercado)

c. Breve descripción e historia del establecimiento

Big Bazaar es una tienda India que opera como una cadena de hipermercados, Establecida en el año 2001 por el Sr. Kishor Biyaniy pertenece a la cadena Future Group. Hoy en día cuenta con 253 supermercados en 127 ciudades representando a 26 estados de India.

Recientemente la marca ha abierto 3 tiendas más en tres ciudades nuevas – Guntur (Andhra Pradesh), Gorakhpur (Uttar Pradesh) y Kangra (Himachal Pradesh). Big Bazaar es la marca más antigua y la cadena más grande de hipermercados en India.

d. Distribución geográfica de la cadena

La cadena tiene locales distribuidos en todo el país cubriendo todas las ciudades metropolitanas como Nueva Delhi, Mumbai, Chennai, Kolkata, Hyderabad y Bangaluru entre otros. Además tiene una presencia en las ciudades de segundo nivel. Los 253 hipermercados están distribuido en todo el país. También se debe destacar que Future Group, además tiene otras cadenas de retail (como FBB, Food Hall e Easyday) que son tiendas relativamente pequeñas. En conjunto con estas tiendas, Future Group en total cuenta con más de 901 locales en India.

e. Ubicación del establecimiento visitado

El local visitado se encuentra en Ambience Mall, Vasant Kunj, Nueva Delhi. Es una zona habitada por la gente de la clase alta y media alta que tiene el mayor poder adquisitivo de la ciudad.

f. Fortalezas estratégicas que ofrece el establecimiento comercial

- *La marca Big Bazaar es muy conocida en India. Vende casi todos sus productos a sus consumidores de una manera rentable.*
- *Big Bazaar ofrece una gran variedad de productos y marcas internacionales bajo un mismo techo, atrayendo a más consumidores.*
- *Big Bazaar compra los productos de sus proveedores en grandes cantidades, es capaz de obtener los productos a precios más bajos, entregando un porcentaje de esa ventaja a los consumidores en precios muy económicos y les pasa un porcentaje de esta ventaja a los consumidores*
- *La base de los consumidores de Big Bazaar se extiende desde la clase media a la clase alta.*

g. Sitio Web

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

2. Establecimiento Comercial 2: Foodhall

a. Nombre: Foodhall

b. Giro Comercial

Minorista, Supermercados (Premium)

c. Breve descripción e historia del establecimiento

Foodhall es un supermercado de alimentos de estilo de vida premium y se lanzó en el año 2011 por Future Group. Fue posicionado como un supermercado que trae ingredientes únicos de todo el mundo al mercado indio. Es una tienda gourmet de categoría de nicho dedicada a todo tipo de alimentos frescos, productos envasados o procesados, ingredientes y también equipos de cocina. Comenzó con dos tiendas en Delhi y ahora se extiende por cuatro ciudades con 10 tiendas.

d. Distribución geográfica de la cadena

Foodhall atiende a nichos de población y está apuntando a ciudades metropolitanas para expandirse. Actualmente tiene presencia en cuatro de las principales ciudades de la India: Delhi, Gurgaon, Mumbai y Bagaluru con 10 tiendas. Recientemente, han abierto tiendas en Chankaya Puri, Nueva Delhi y también en el Aeropuerto Internacional de Delhi. También se debe tener en cuenta que Future Group también tiene otras cadenas minoristas (como FBB, Big Bazar e Easyday) que son supermercados para masas y tienen más tiendas. Junto con estas tiendas, Future Group tiene en total más de 901 tiendas en la India.

e. Ubicación del establecimiento visitado

El local visitado se encuentra en DLF Promenade Mall, Vasant Kunj, Nueva Delhi. Es una zona habitada por la gente de la clase alta y media alta que tiene el mayor poder adquisitivo de la ciudad.

f. Fortalezas estratégicas que ofrece el establecimiento comercial

- *Se proyecta como un supermercado gourmet premium y sigue expandiendo a un ritmo constante desde hace 7 años.*

- *Ofrece productos importados de categoría de nicho que no están comúnmente disponibles en otras configuraciones minoristas de alimento.*
- *Siguen organizando actividades promocionales en la tienda y también tienen cocina en vivo y ofrecen muestras gratis de algunos productos seleccionados. Mantienen productos de alto valor y se dirigen a la clase media alta y alta.*
- *También tienen algunos equipos importados de cocina de alta calidad y libros de recetas de chefs reconocidos en su tienda para proporcionar a los clientes.*

g. Sitio Web

<http://foodhallonline.com/>

2. Establecimiento Comercial 3: Spencer's

a. Nombre: *Spencer's*

b. Giro Comercial:

Minorista, Supermercados, Hipermercado

c. Breve descripción e historia del establecimiento

Spencer's es una cadena de supermercados fundada en 1996. Esta cadena pertenece al grupo RPG. Spencer's es uno de los primeros participantes en el espacio comercial en India y también presentó al consumidor indio el concepto de retail organizado. El primer hipermercado en India fue lanzado por Spencers' en Hyderabad en el año 2000. Actualmente la compañía opera en dos formatos distintos, hay tiendas de conveniencia e hipermercados. Hoy en día cuenta con 126 locales, incluidas 39 tiendas de gran formato en 35 ciudades de India.

d. Distribución geográfica de la cadena

Spencer's está presente en 35 ciudades incluidas las grandes y las de segundo nivel.

e. Ubicación del establecimiento visitado

El local visitado está en Mega City Mall, Gurugram en donde resalta la exclusividad en los interiores de la tienda. Atiende principalmente a la clase media alta y la clase alta.

f. Fortalezas estratégicas que ofrece el establecimiento comercial

- Reconocida por sus productos de calidad a precios asequibles.
- Su política comercial se basa en presentar al consumidor alta calidad de productos a precios relativamente competitivos.
- Cuenta con una amplia cartera de productos de alimentación y estilo de vida (moda, hogar y entretenimiento) con enfoque especial en la calidad.
- Cuenta con programas de captación de clientes y tiene ofertas especiales en sus productos de alta calidad durante ocasiones especiales.

g. Sitio Web

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

3. Punto de Venta y competencia

Marcas	País de origen	Precio USD	Packaging	Estrategias de promoción	Observaciones
125 gms	Perú	7,64	En caja de plástico	Más conveniente por su pequeña cantidad	Más caro en comparación con otras frutas
300 gms	Perú	16,66	En jarra de plástico	Promocionado como un pack para toda la familia.	El precio es poco económico.
125 gms	Sudáfrica	7,64	En caja de plástico	Fácil de llevar y almacenar	Precio alto, dirigido a consumidores de nicho.

Fuente Tabla: Elaboración de ProChile.

4. Observaciones adicionales y otros comentarios

Los arándanos han sido recientemente introducidos al mercado indio y sus consumidores. Pero con el aumento en el ingreso disponible y la conciencia de

salud entre la población joven, los arándanos han ganado mucha popularidad. Aún debido a sus altos precios, sigue siendo una fruta exótica disponible principalmente para nichos de mercado.

Con el aumento de la demanda, pocos productores indios también se aventuraron en el cultivo de arándanos, pero el mercado indio depende principalmente de las importaciones.

5. Imágenes de la distribución

Los arándanos no ocupan mucho espacio en el supermercado, ni tienen una alta visibilidad. Todas las marcas están juntas lo que genera una competencia fuerte.



6. Imágenes de los productos

Los productos están ofrecidos en cajas de plástico para cualquiera cantidad. Como otras frutas, no se venden los arándanos en embalajes sueltos debido a su naturaleza perecedera.



7. Conclusiones

Hasta hace pocos años, los arándanos eran raros a la vista en el mercado indio y solo se encontraban en unas pocas tiendas gourmet de primer nivel. Ahora está disponible en casi todos los supermercados del país y también en algunas tiendas minoristas de tamaño medio.

Aun cuando el panorama es auspicioso, las cifras comerciales muestran una disminución de US\$12.000 a US\$4.000 en el valor de la importación (fuente: Trademap), principalmente debido a algunas barreras no arancelarias como los requisitos de fumigación que no han sido resueltas. Esperamos que a medida que se modifiquen estos requisitos, los números aumenten en los próximos años.