

**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 ESPÁRRAGOS EN CONSERVA

La presente Ficha Técnica se ha elaborado tomando en consideración aspectos generales del mercado de la India para “**espárragos en conservas**”. Este producto se encuentra comprendido y se exporta por Perú dentro de la **Sub Partida: 200560 Espárragos preparados o conservados, sin congelar**, del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

De acuerdo a Trademap, los principales países exportadores de la subpartida 200560 son China, Perú y Países Bajos. De acuerdo a SUNAT, las exportaciones peruanas de alcachofas en conservas durante el año 2019 ascendieron a US \$ 97.38 millones, mientras que durante el 2018 estas exportaciones fueron de US \$ 96.16 millones.

En India, el cultivo del espárrago es, prácticamente, desconocido y relegado, mientras que su consumo se da principalmente por los espárragos frescos que son importados casi en su totalidad desde Tailandia y en menor proporción se observa el consumo de espárragos en conservas, producto el cual se encuentra presente en algunas de las cadenas del retail organizado que ofrecen productos gourmet importados.

1. NOMENCLATURA ARANCELARIA

En India se ha identificado que las importaciones de espárragos en conservas se registran dentro de la subpartida: 200560 - Espárragos, preparados o conservados sin vinagre ni ácido acético, sin congelar.

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 **Partida 2005** en India se denomina “Other edible parts of plants prepared or preserved by vinegar/ acetic acid”. Mientras que la **subpartida 200560** es denominada e incluye “Asparagus prpd/prsvd, nt frzn”. En el mercado, los productos comerciales se encuentran con los siguientes nombres:

- Green Asparagus Spears
- Spears Asparagus

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:



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

TABLA 1: Aranceles e impuestos a la 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 – Tasa Advalorem

SWS: Social Welfare Surcharge - Sobretasa

IGST: Integrated Goods and Service Tax – Impuesto a las ventas

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 Cálculo de derechos e impuestos a la importación en India

A continuación, se explica el cálculo de los derechos e impuestos a la importación para un valor CIF de US\$ 10,000.00

Basic Custom Duty	30% del Valor CIF Aduanero	US\$ 30,000.00
Social Welfare Surcharge	10% del BCD	US\$ 3,000.00
Integrated Good and Service Tax	12% del CIF+BCD+SWS	US\$ 15,960.00

Total de Derechos e Impuestos a la importación US\$ 48,960.00

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

En India, la autoridad en materia de inocuidad es el Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), el cual establece las normas y regulaciones de carácter técnico para los alimentos que se importan, distribuyen, expenden y consumen en el territorio de la India.

En relación al producto “espárragos en conservas”, no existe una regulación específica. Sin embargo, se deben tomar en cuenta las siguientes regulaciones del Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI):



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

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

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

Food Safety and Standards (Packaging) Regulations, 2018, donde se establecen lineamientos generales para los materiales que están en contacto directo con los alimentos, sea papel, cartón, vidrio, metal, o plástico. Estos pueden encontrarse en el siguiente link:

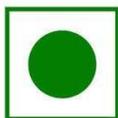
https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Gazette_Notification_Packaging_03_01_2019.pdf

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.

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

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, cada producto debe llevar el logo que indica si el alimento es para consumidores vegetarianos o no. Para el caso de los espárragos en conserva, al tratarse de un alimento que puede ser consumido por vegetarianos, deberá llevar en la etiqueta un cuadrado con un círculo en su interior de color verde



Logo obligatorio, según regulaciones del FSSAI, 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 deben tener al menos 60% de su tiempo de vida o 3 meses como mínimo de shelflife, al momento de su arribo al punto de ingreso. De esta manera, los importadores no podrán liberar ningún producto que tenga menos de 3 meses de vida útil del producto.

3.3 Certificaciones

Es importante mencionar que el mercado de India no es exigente, en cuanto a certificaciones de productos alimenticios. Por este motivo se ha observado que los productos presentes en el mercado no cuentan con certificaciones y si las cuentan no han sido requeridas por los importadores.

Actualmente India es un mercado con una mayoría de sus consumidores sin conocimiento de 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 la 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 los espárragos en conserva, que son importados en este país dentro de la subpartida 200560, en la **Tabla 3** se muestran los valores importados y exportados por India para los productos comprendidos dentro de la partida 2005, las cuales comprenden los diferentes tipos de vegetales que vienen preparados y/o conservados. Asimismo, se muestran los valores exportados por Perú para el año 2019 para los productos comprendidos dentro de esta misma partida. De esta información se observa que India es un importante exportador de productos comprendidos dentro de la **partida 2005**, siendo su principal producto de exportación las mixturas de vegetales (200599).

Asimismo, el contenido de esta tabla muestra un ligero crecimiento anual de las importaciones habiendo importado para el periodo correspondiente al año fiscal 2018-2019 un valor total de US \$ 7.27 millones correspondiente a vegetales preparados/conservados de US \$ 6.68 millones del 2017-2018. Aun así, con respecto a esta partida, India muestra un importante superávit comercial.

De igual forma, Perú es un importante exportador de vegetales en conservas, caracterizándose principalmente por la exportación de cinco productos: espárragos, alcachofas, pimientos, frejoles y aceitunas en conservas (Adexdatatrade). Sin embargo, la composición de las importaciones de India, la cual se muestran en la **Tabla 2**, indica que las categorías mayormente demandadas por los consumidores indios son las aceitunas las que provienen predominantemente de España y el maíz dulce en conserva que proviene, prácticamente en su totalidad, de Tailandia. De esta manera cerca de un 80% de los vegetales en conservas importados en India, son aceitunas y maíz dulce. De esta forma, para el año 2018-2019 de los US \$ 7.27 millones importados por India de vegetales en conserva, US \$ 5.48 millones correspondieron a aceitunas de España y Maíz dulce de Tailandia (Tabla 3).

Tabla 2: Composición de la importación de vegetales en conservas en India y países de origen

Sub partida	% importado en India en 2018	% importado en India en 2019	Principales países de Origen (2018 y 2019)
200570 Aceitunas	57.48 %	63.21 %	España (88%), Egipto (5%), Portugal (2%), Otros (5%)
200580 Maíz dulce	16.27 %	15.52	Tailandia (98.5%), Otros (1.5%)
200599 Otros vegetales y mixturas	12.92 %	9.64 %	China (22.16%), Francia (21.97%), EE.UU. (16.34%), Perú (7.34%), España (7.07%), Otros (25.12%)
200559 Otros frejoles	5.87 %	8.60 %	Reino Unido (30.57 %), Malasia (29.53%), Emiratos Árabes (15.72 %), Otros (24.18 %)
Otros	7.46 %	3.03 %	

Fuente: Veritrade.com

4.2 CONSUMO INTERNO

India es conocido 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 son 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 la Partidas 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
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 especies de vegetales se encuentran las alcachofas, los espárragos, aceitunas y alcaparras. Tal y como se mostró en la **Tabla 3**, el valor importado de espárragos en conservas para el año fiscal 2018-2019 tuvo en valor aproximado de US \$ 50,000, siendo un producto dirigido hacia el mercado gourmet (cadenas de retail organizado) y HoReCa. Esto permite inferir que no es un producto de consumo masivo en India. Además, se debe considerar que existe disponibilidad del producto fresco proveniente de Tailandia, lo cual es un importante factor que restringe el crecimiento de la demanda del producto en conserva.

Sin embargo, no se puede dejar de tomar en cuenta el rápido crecimiento de la población con poder adquisitivo para adquirir este tipo de productos y que al mismo tiempo está en búsqueda de nuevos productos de la cocina internacional, así como 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 consumidor en India abren una importante oportunidad para los productos como los espárragos en conservas.

Esporádicamente es posible encontrar tanto en medios escritos como redes sociales, como se hace énfasis en creciente interés del consumidor indio por nuevos sabores y gastronomía foránea, es en este contexto que aquellos productos que son ajenos al consumidor tradicional o conservador van incrementando su interés por parte de aquellos consumidores que disfrutan de la gastronomía global.

Asimismo, de acuerdo al India Brand Equity Foundation (IBEF), el mercado de 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%. Siendo el mercado de alimentos de India el sexto más grande del mundo.

5. ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN LOCAL

El cultivo comercial de espárragos en India es prácticamente nulo. De esta manera podemos afirmar que todo el producto consumido es mayoritariamente proveniente de Tailandia. Dos razones poderosas que explican esto son: 1) No existe una gran demanda del producto por desconocimiento de su consumo, siendo un producto dirigido a un mercado gourmet, y; 2) No existe conocimientos de los agricultores en relación al cultivo de esta hortaliza.

Por ello se concluye que no existe una estacionalidad local del producto fresco local, ni procesado.

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

En general, 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



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

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.

Las importaciones de espárragos en conservas a la India se han realizado por vía marítima.



Figura 1: Principales puertos de entrada a la India

7. DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

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

Se ha observado dos canales principales de distribución en el mercado por el cual el producto llega hasta el consumidor final. Estas son: las cadenas de retail organizado y el comercio online. Es importante resaltar que ambos canales vienen creciendo sostenidamente, lo cual permitirá incrementar la penetración de los productos del tipo gourmet en el mercado.

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 “espárragos 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, sin embargo, estos utilizan el producto fresco.



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

Finalmente, el retail online, e-commerce actualmente presenta un crecimiento exponencial, y este crecimiento se ha incrementado aún más con la actual coyuntura de la 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:

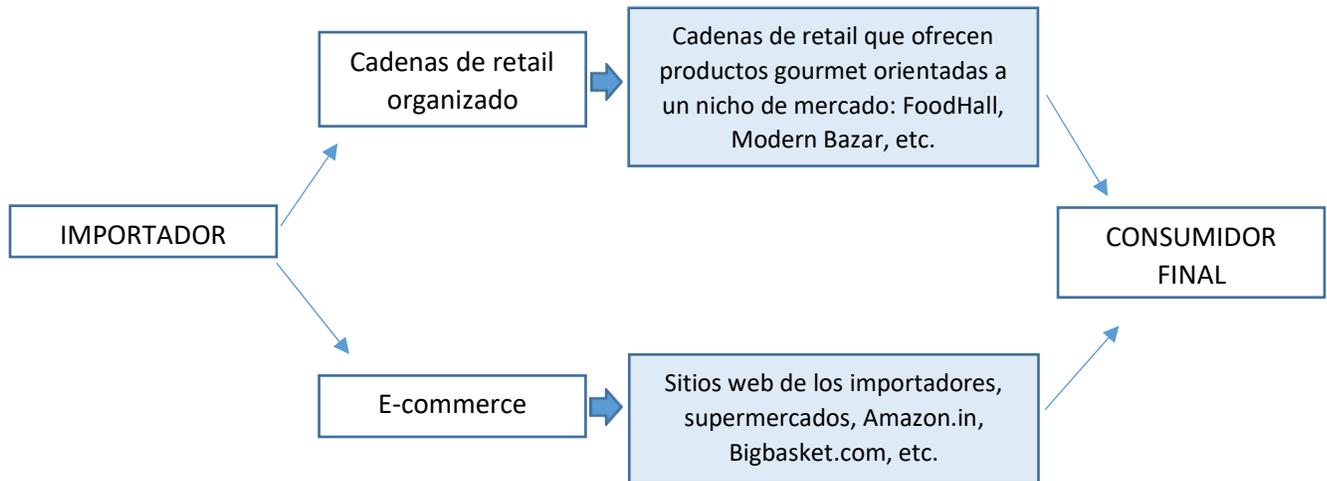
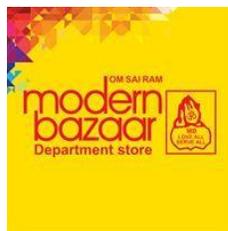


Figura 2: Cadena de distribución del producto “alcachofas en conservas”

7.1 Cadenas de retail organizado en las cuales se ha observado la presencia del producto espárragos en conservas:



Estas tres cadenas de super mercados ofrecen a sus clientes productos importados y productos del tipo gourmet, dentro de estos productos se observan productos enlatados los cuales se detallan en el anexo. La cadena de tiendas Modern Bazaar cuenta con 12 establecimientos ubicados en Delhi; Foodhall cuenta con 9 establecimientos en las ciudades de Mumbai, Delhi, Bangalore; mientras que Le Marche cuenta con 6 establecimientos.



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

7.2 Cadenas de retail online en las que se observa presencia del producto espárragos en conservas



Nature's Basket

amazon.in

En el caso de Nature's Basket es una de las principales cadenas de retail online del sector alimentos que distribuye productos dentro de la India. Mientras que Amazon.in es la principal compañía de ventas online en India en la cual se encuentran todas las categorías de productos, incluyendo alimentos.

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 en particular y el importador 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.

Como se ha mencionado anteriormente el consumo del producto “espárragos en conserva” es aún muy bajo en volumen de ventas y está principalmente orientado a un mercado gourmet, por lo cual es adquirido por consumidores pertenecientes a un sector socioeconómico medio-alto, el cual puede realizar sus compras en cadenas de retail organizado que tienen una importante presencia de productos importados. Es en estas cadenas que el importador se encarga de colocar el producto, ya que también tienen una relación de confianza con ellas por los años de negocios que han desarrollado juntos.

Precio: Es un criterio importante ya que debe permitir al importador manejar un margen adecuado de ganancias de acuerdo al mercado. En vista que el producto bajo el comercio físico se dirige a los mercados del retail organizado 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 en tienda.

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

**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

en el mercado y ofrezcan algún valor para ellos. Además de ello, comparan el precio de un producto procesado con el precio de comprar un producto fresco, en caso exista en el mercado, siendo otra razón por la cual se debe llegar al consumidor con un producto competitivo en precio.

Origen: Hay una tendencia muy importante de asociar la compra del producto con su origen. En este sentido productos como las aceitunas están fuertemente vinculadas con España, por ejemplo, por lo cual una etiqueta indicando “producto de España” o “producto de México”, para tortillas de harina de maíz, es un factor de peso para el consumidor al momento de su compra. En este sentido es fundamental fortalecer la imagen país y asociarlo con los productos peruanos.

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, los registros encontrados indican que el producto ha sido exportado desde Perú, durante el 2018.

Tabla 4: Exportaciones peruanas de espárragos en conservas (US \$)				
	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Subpartida 200560	0	0	5,826	0
Fuente: Adexdatatrade - SUNAT				

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 indio, es identificar a las empresas importadoras y las marcas importadas, que se contempla 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 espárragos en conservas buscando que inicien contactos comerciales.

En la actualidad, dentro del segmento del retail organizado de India, no se observan campañas de promoción para este producto 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 de Perú en India, debe mantener su presencia en las mencionadas ferias con un stand promocional de oferta exportable, a fin de poder exhibir la oferta exportable peruana incluyendo este producto y otros que ya tengan presencia en este mercado. Sin embargo, para tal fin se requieren muestras de los productos peruanos a fin de poder entregarlas a los importadores de productos gourmet presentes en la feria y conversar sobre las oportunidades para estos productos y ofrecerlos en degustación a los distribuidores y mayoristas que visitan estos eventos.

La Oficina Comercial de Perú en India además cuenta con una base de datos de chefs y personas de la industria culinaria en India, de modo que cualquier contenido elaborado por Promperú, como recetarios o libros de cocina digitales, por ejemplo, pueden ser compartidos con estas personas a fin de buscar promover el producto dentro de la canasta de Superfoods Peru.



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

11. EMPRESAS IMPORTADORAS IDENTIFICADAS EN EL MERCADO INDIO

Se han identificado algunas empresas importadoras de espárragos en conservas. Estas empresas son:

- **TREE OF LIFE**

Página web: www.tolindia.com

Importador de la marca Epicure

Origen del producto: Reino Unido



- **MRK FOODS PRIVATE LIMITED**

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

Origen del producto: Perú



12. CONCLUSIONES

Los espárragos, junto con las alcachofas y pimientos en conservas se encuentran dentro de los productos más importantes de las exportaciones peruanas. En este caso, Perú es el segundo mayor exportador de espárragos en conservas comprendidos dentro de la subpartida 200560, es por ello que se elaboró la presente ficha a fin de determinar el potencial presente y futuro del producto en el mercado indio.

Si bien India es un mercado en el cual el segmento de alimentos gourmet se encuentra en rápido crecimiento, las importaciones y consumo de espárragos en conservas es aún reducido estando en una etapa de introducción; tal y como se mencionó anteriormente durante el periodo fiscal 2018-2019 en India solo se importó US \$ 50 mil de este producto.



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

No siendo un producto de consumo masivo, los espárragos, tanto frescos como en conservas, están dirigidos hacia el segmento gourmet que es aún de nicho en India. Sin embargo, el rápido crecimiento económico, crecimiento de la clase económica media-alta, expansión del retail organizado y del retail online, así como los cambios en los hábitos de consumo del mercado, 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.

Se han identificado dos empresas importadoras del producto, las cuales son listadas en la presente Ficha Técnica, pudiéndose además encontrar en el mercado el producto que a pesar de no cumplir con las regulaciones de etiquetado (no indica el importador), se expende en las tiendas de retail.

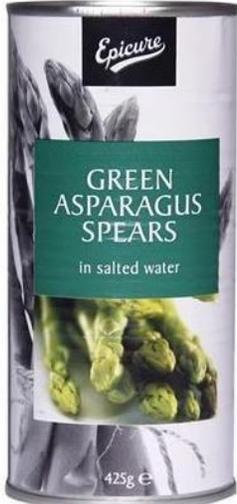
En relación a las actividades de promoción del producto, debido a que se encuentra en una etapa de introducción no se observan actividades de promoción específicas en los puntos de venta. Actualmente la promoción observada es la llevada a cabo por los importadores mediante su participación en las ferias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

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 (Amazon.in, Nature's Basket)	Lata, Peso Neto 425 grs. Peso drenado 235 grs.	Máximo precio de venta: 550 Rupias, aproximadamente US \$ 7.43	Producto peruano. Envasado en Reino Unido	01/12/2020	Espárragos verdes: Agua y sal Importador: TREE OF LIFE PVT LTD	
Cadena de retail organizado y online (Amazon.in)	Lata, Peso Neto 430 grs. Peso drenado 240 grs.	Máximo precio de venta: 550 Rupias de la India, aprox. US \$ 7.43	Empacado en USA. Proveniente de Dubai	01/12/2020	Espárragos blancos: Agua, Sal y ácido cítrico Importador: No identificado	

<p>Cadena de retail organizado y online (Amazon.in)</p>	<p>Lata, Peso Neto 425 grs.</p>	<p>Máximo precio de venta: 534 Rupias de la India, aprox. US \$ 7.21</p>	<p>Producto peruano, Distribuido por USA</p>	<p>01/12/2020</p>	<p>Espárragos verdes, agua y sal Importador: No identificado</p>	
<p>Online (Amazon.in)</p>	<p>Frasco de vidrio Peso Neto 330 grs. Peso drenado 205 grs.</p>	<p>Máximo precio de venta: 495 Rupias de la India (incluido envío), aprox. US \$ 6.69</p>	<p>Producto peruano</p>	<p>01/12/2020</p>	<p>Espárragos blancos: Agua, Sal y ácido cítrico Importador: MRK Foods</p>	

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

