

**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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN NUEVA DELHI, INDIA
FICHA MERCADO PRODUCTO
GRANOS DE QUINUA

La presente Ficha Técnica se ha elaborado tomando en consideración aspectos generales del mercado de la India para el producto **“quinua en grano”**. Este producto se encuentra comprendido y se exporta desde Perú con la **subpartida: 100850 Quinua “Chenopodium quinoa”**, del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

De acuerdo a Trademap, los principales países exportadores de la subpartida 081050 que es dentro de la cual se encuentran las exportaciones peruanas de quinua son Perú, Bolivia y España. De acuerdo a SUNAT las exportaciones peruanas de quinua durante el año 2019 ascendieron a US \$ 136.67 millones mientras que durante el 2020 estas exportaciones tuvieron un valor de US \$ 126.31 millones.

Inicialmente la quinua en India fue un producto orientado hacia un nicho de mercado de consumidores con alto poder adquisitivo, interesados en alimentos funcionales con un alto contenido nutricional, por lo que los precios del producto eran altos y el 100% del producto encontrado en el mercado correspondía solo a producto importado de varios países. Posteriormente, agricultores de India comenzaron a sembrar este grano en algunas regiones del país, con buenos resultados, lo que ha derivado en el incremento de áreas sembradas, reducción del precio y penetración del producto local en el mercado. En los últimos meses se encuentra en una etapa de siembra para la exportación a mercados cercanos.

1. NOMENCLATURA ARANCELARIA

En India, de acuerdo al Department of Commerce del Ministerio de Comercio e Industria, las importaciones de quinua se realizan dentro de la siguiente subpartida:

Subpartida: 100850 Canary seeds – Quinoa (Chenopodium quinoa)

2. DENOMINACIÓN O NOMBRE COMERCIAL EN EL PAÍS DE DESTINO

Tanto en el retail físico y online, el producto se ofrece y se conoce con el nombre de:

- Quinoa seeds

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

3.1 Requisitos fitosanitarios de importación, establecidos por el Directorate of Plant Protection, Quarantine and Storage (DPPQS)

El Directorate of Plant Protection, Quarantine and Storage (DPPQS) – Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, Government of India, es el encargado de la publicación de los requisitos fitosanitarios (accesos) para productos de origen vegetal. Dichos requisitos fitosanitarios, que los productos vegetales importados deben cumplir, se encuentran compilados en el Plant Quarantine Order (Regulation of Import Into India), 2003. <http://plantquarantineindia.nic.in/PQISPub/pdf/files/pgorder2015.pdf>

**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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

De acuerdo a las regulaciones actuales establecidas por el DPPQS de India, Perú, Colombia y Ecuador tienen requisitos fitosanitarios establecidos para el ingreso de quinua este país. Estos se muestran en la tabla 1:

País	Plagas reguladas	Condición especial de importación
Perú	Nil	Libre de semillas de malezas cuarentenarias, suelo y restos vegetales.
Colombia	Nil	Libre de semillas de malezas cuarentenarias, suelo y restos vegetales.
Ecuador	Libre de: a) Semillas cuarentenarias listadas bajo el Schedule VIII del PQ Order, 2003 b) Suelo y otros restos vegetales	Nil

Fuente: Plant Quarantine (Regulation of Import into India) Order, 2003.

3.2 Aranceles de importación

De acuerdo al Central Board of Indirect Taxes & Customs, Ministry of Finance, Government of India, los aranceles e impuestos a la importación se muestran en la Tabla 2:

Sub-Partida	BCD	SWS	IGST	TOTAL DUTY
100850: Buckwheat, millet and canary seed; other cereals: Quinoa (Chenopodium quinoa)	0	0	5 %	5 %

BCD: Basic Custom Duty
 IGST: Integrated Goods and Service Tax
 SWS: Social Welfare Surcharge
 Fuente: Central Board of Indirect Taxes & Customs. Department of Revenue, Ministry of Finance, Government of India.

En términos generales, la importación de quinua en grano, solo paga 5% de impuesto a las ventas.

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

En India la autoridad en materia de inocuidad alimentaria, es el Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), organismo del gobierno que establece las normas y regulaciones de carácter técnico para los alimentos que se importan, distribuyen, expenden y consumen en el territorio de la India. El website de esta institución, en el cual se encuentran las regulaciones correspondientes, puede revisarse en el siguiente link: <https://www.fssai.gov.in/>

Es importante tomar en cuenta las siguientes regulaciones del Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), para el caso de granos son las siguientes:



“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

- **Food Safety and Standards (Import) Regulation, 2017**, donde se establecen las disposiciones generales que deben cumplir los alimentos importados para poder ingresar al mercado indio.

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

- **Food Safety and Standards (Contaminants, Toxins and Residues) Regulations, 2011**, donde se establecen los niveles máximos de residuos para los diferentes productos vegetales, además de otros contaminantes por grupo de alimentos.

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

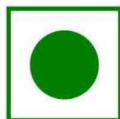
Estándares específicos han sido establecidos por el FSSAI para el producto quinua, este estándar menciona lo siguiente:

18. **Quinoa.** Grano seco y maduro obtenido de las plantas de *Chenopodium quinoa*, de los cuales la saponina ha sido removida mediante lavado, pulido u otro proceso disponible. Cumplirá con los siguientes estándares:

Humedad	No más de 12 %
Materia extraña	No más de 1% en peso del cual no más del 0.25% en peso será materia mineral y no más de 0.10 % en peso será materia de origen animal.
Otros granos comestibles	No más de 0.5 %
Granos dañados	No más de 3 %
Ácido Úrico	No más de 100 mg/kg
Contenido de saponina	No más de 0.1 %

Uno de los puntos más importantes y particulares a considerarse para los productos envasados dirigidos hacia el mercado de India es el logo de “producto vegetariano”:

- 1) De acuerdo a las regulaciones, cada producto (cajas) deberán llevar el logo que indica si el alimento es para consumidores vegetarianos o no. Para el caso de la quinua, al tratarse de un alimento para vegetarianos deberá llevar en la etiqueta un cuadrado con un círculo en su interior de color verde



Logo obligatorio establecido por el FSSAI que debe encontrarse en la etiqueta de los productos alimenticios, el cual indica que el producto pertenece a la categoría de alimentos para vegetarianos

3.3 Certificaciones

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



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Actualmente India es un mercado en donde la mayoría de consumidores no conoce sobre 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.

Un aspecto muy importante relacionado con la certificación es que, de acuerdo a la regulación de importaciones de India (Food Safety and Standards Organic Foods Regulation, 2017 - [https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Gazette Notification Organic Food 04 01 2017.pdf](https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Gazette%20Notification%20Organic%20Food%2004%2001%202017.pdf)) no se permite la importación de productos declarados como orgánicos de aquellos países que no hayan aceptado un acuerdo de reciprocidad con India. Es decir, para que la quinua orgánica peruana pueda ser importada, declarada y vendida como orgánica en el mercado de India, todos los productos certificados como orgánicos por India, bajo su esquema de certificación local, también deben ser aceptados en Perú.

4. TENDENCIAS DEL MERCADO

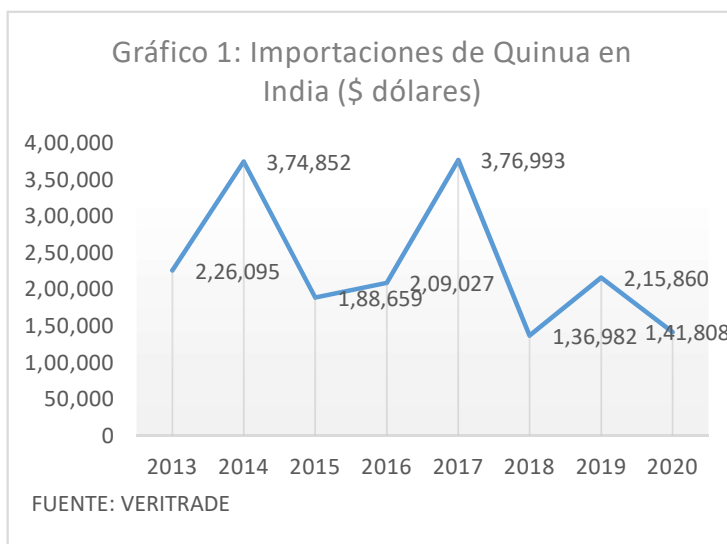
4.1 IMPORTACIONES

Las importaciones de quinua peruana en India comenzaron en el año 2013. Posteriormente, en el año 2014, el Perú fue el primer país en obtener requisitos fitosanitarios establecidos por el Ministerio de Agricultura, Cooperación & Bienestar del Agricultor del Gobierno de India, para la importación de este grano.

Posteriormente en el año 2015, el Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), notifica la autorización para la importación y consumo de este grano en India para posteriormente publicar los correspondientes estándares para su comercialización.

El gráfico 1, ilustra la tendencia de las importaciones de granos de quinua en India, las cuales mostraron una tendencia al crecimiento hasta el 2017. A partir de este año, las importaciones de quinua comenzaron a disminuir. Aunque Perú es el principal proveedor para la India (tabla 3), las importaciones del producto no han aumentado debido a que India comenzó a producirla localmente con costos muy bajos. Además, empresas locales han entrado al mercado con precios mucho menores al producto importado, relegando a este último a un mercado de nicho de aquellos consumidores que buscan un producto con una calidad superior.

Es importante mencionar que, de lo observado en el mercado indio, el grano de quinua producido localmente es de menor calidad siendo de menor tamaño y más oscuro. Aún así, dada la promoción e incentivos por parte del gobierno de la India en su política “Made in India”, varias empresas se lanzaron a producir la quinua como primera fase. En una segunda fase, la comenzaron a industrializar, como harina y preparaciones locales, incluidos snacks y fideos hechos en base a quinua, y, en una tercera fase India



**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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

está comenzando a exportar granos de quinua a otros países, convirtiéndose en un potencial competidor del producto peruano. Los valores exportados pueden observarse en la tabla 3.

Tabla 3: Comercio de quinua en India (USD millones)							
Importaciones							
País de origen	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Perú	0.22	0.42	0.39	0.23	0.4	0.17	0.24
Estados Unidos	-	-	-	-	-	0.01	0.02
Ecuador	-	-	-	-	0.02	-	-
Total importado	0.22	0.42	0.39	0.23	0.42	0.18	0.26
Exportaciones							
Estados Unidos	-	-	-	-	0.04	0.06	0.37
Emiratos Árabes	-	-	-	-	0.01	0.06	0.02
Tailandia	-	-	-	-	0.01	0.04	0.09
Singapur	-	-	-	-	-	-	0.05
Otros				0.01	0.03	0.26	0.59
Total exportado	-	-	-	0.01	0.09	0.36	1.12
Department of Commerce Ministry of Trade and Commerce – Government of India							

Tal y como se observa en la tabla 3, en los últimos años comienza a observarse un incremento importante en las exportaciones del grano de quinua de India, siendo mayor el valor exportado que el valor importado.

Las empresas que se han identificado que importan el producto peruano, distribuyen el producto principalmente hacia las cadenas de retail organizado que apuntan hacia el segmento gourmet, donde el producto importado es buscado por consumidores a pesar de encontrarse compartiendo anaqueles con el producto local, siendo preferido por su calidad, aunque, probablemente, la quinua india tenga mucha mayor rotación debido, básicamente, por su precio.

Si bien la quinua es un producto relativamente nuevo para el mercado, inicialmente se esperaba encontrar un importante mercado para el desarrollo del producto peruano despertando el interés de los importadores y del público en general. Sin embargo, la adaptación del cultivo, realizada en algunos estados del país por empresarios de India, ha mostrado ser exitosa e incluso ha dado origen a que se creen empresas que solo se dedican a la venta de este grano a precios muy bajos, lo cual ha reducido la participación de mercado para el producto peruano.

4.2 CONSUMO INTERNO

Aunque no existe información comercial referente al consumo de quinua en India, se puede asumir que es un producto cuyo consumo viene incrementándose ya que cada vez hay más marcas que comercializan el producto y subproductos. Tiene un precio alto en comparación con otros cereales, por lo que su mercado está en las cadenas de retail organizado, así como en el canal online.

El producto es consumido principalmente por el segmento perteneciente a la clase media-alta y clase alta en la India, los cuales tienen un hábito de consumo de productos del tipo gourmet y que se encuentran en las principales ciudades de este país (Delhi, Mumbai, Bangalore, Kolkata, Chennai, Hyderabad) que es



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

a donde llega a distribuirse el producto. En estas ciudades, además, es donde se pueden localizar cadenas de retail moderno a donde llega el producto. Sin embargo, el canal HoReCa también tiene un importante papel ya que al ser un país con un gran porcentaje de su población con hábitos vegetarianos, muchos restaurantes han incorporado en sus menús platos cuyo ingrediente principal es la quinua.

Algunos de los factores identificados que permiten predecir un incremento en el consumo de quinua en la India son los siguientes:

1) Crecimiento de la clase media-alta y alta.- Si bien India es un país con la segunda mayor población del mundo, es importante tener una idea real de la proporción de la población que podría ser parte del segmento de consumidores target para la quinua. Tal y como se indica en la figura 1, en el 2017 el 92% de los adultos de la India tienen una riqueza menor de \$ 10,000, por lo que no son un potencial target para los productos importados.

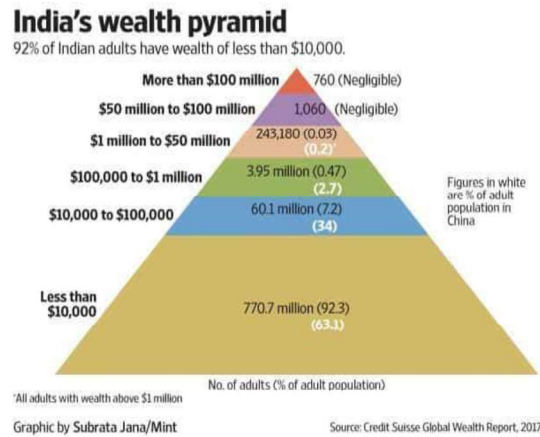


Figura 1: Pirámide de la riqueza en India (Fuente: Mint, 2017)

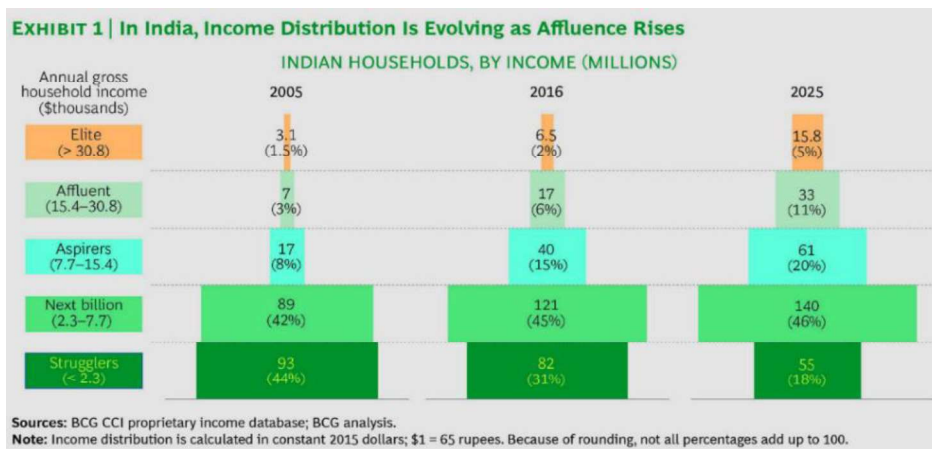


Figura 2: Cuadro de distribución de los ingresos (Fuente: BCG, 2017)



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

En la figura 2, también se muestra un gráfico que divide a la India en 5 grupos de acuerdo a sus ingresos. Nótese como el grupo “Elite + Affluent”, el cual sería el grupo target para los productos importados o gourmet y que equivaldría a la clase media-alta y alta, para el 2025 constituirían un 16% del total de la población de la India, siendo actualmente un 8%.

2. Crecimiento del sector HORECA.- Existe una importante expansión del sector hotelero en este país con la presencia de las principales cadenas de hoteles (figura 3) tanto mundiales como domésticas.



Figura 3: Principales hoteles en India

3. Cambios en los hábitos de consumo e incremento del consumo saludable.- El segmento de mercado de mayor poder adquisitivo en India se encuentra en la búsqueda de nuevas alternativas que aporten beneficios nutricionales a su salud. Es así que están abiertos a probar nuevos productos para incorporarlos a su dieta diaria. Son muy diferentes del consumidor tradicional el cual es mayoritario en la India y, generalmente, busca consumir comida e ingredientes locales. Este segmento de nuevos consumidores, además, son accionables por la promoción de contenidos, ya que tiene una formación superior a la media.

Actualmente en India se vienen produciendo subproductos de quinua como harinas y fideos, lo cual además, le da al consumidor la conveniencia de utilizarlo como un ingrediente en la preparación de sus comidas tradicionales.

4. Expansión del retail organizado.- Existe un incremento y participación de las cadenas de retail organizado en la India. Estas cadenas se caracterizan por tener una mejor capacidad y sistema de almacenamiento (infraestructura) para productos perecibles en comparación con el “retail no organizado” llamado popularmente en India ‘kiranas’.



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Estas cadenas de retail moderno tienen como segmento de mercado principalmente a la creciente clase media y alta, la cual tiene mayores expectativas en términos de calidad y variedad.

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.

Figura 4: Retail organizado y convencional (tradicional) en India



5. Rápido crecimiento del canal de ventas online.- En India el e-commerce viene creciendo en gran medida, siendo algunos de los más populares actores en este segmento: BigBasket, Nature's Basket, Amazon. De igual modo se espera que las ventas de alimentos bajo este formato continúen en aumento en India. Como referencia, en el 2017, Bigbasket, una de los más importantes supermercados online, con presencia en más de 26 ciudades en India anunció que había alcanzado la cifra de 5 millones de consumidores, recibiendo actualmente 50,000 órdenes diariamente.

Este retail Online resulta muy conveniente para la introducción del producto quinua por parte de marcas locales. En general, el rápido crecimiento de las ventas online se debe a cuatro principales factores: rápida penetración de la tecnología; rápida adopción de los medios online tanto por negocios como por consumidores: conveniencia del comercio online, y; el actual escenario del sector retail en India.

En resumen la adopción de nuevos hábitos de consumo de cierto segmento de consumidores en India, el crecimiento del segmento de mercado target, la expansión de la industria HORECA, y retail físico y online abren una importante oportunidad para la distribución de la quinua.

5. ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN LOCAL

Tal y como se mencionó anteriormente, el cultivo de quinua en India comenzó de forma muy incipiente en el año 2015, con unas pequeñas parcelas en áreas remotas de India. Sin embargo, ahora estas áreas sembradas se han incrementado considerablemente y se ha distribuido hacia diferentes partes de este país, tal y como se enuncia en las siguientes notas:

- Grain Shower: Indian Farmers are now growing quinoa (Octubre, 2016): Disponible en: <https://www.thedailypao.com/grain-shower-indian-farmers-are-now-growing->



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

[quinoa/#:~:text=Agarwal%20has%20thus%20been%20cultivating,owing%20to%20the%20conducive%20weather.](#)

- Superfoods: A rollercoaster ride from boom to bust for farmers (Diciembre, 2019): Disponible en: <https://www.hindustantimes.com/india-news/superfoods-a-rollercoaster-ride-from-boom-to-bust-for-farmers/story-t0jR8QKsGVhT5ifbSoK1aM.html>
- Student brings quinoa to Ladakh, can help farmers earn up to Rs 1000 per kg (Junio, 2020). Disponible en: <https://www.thebetterindia.com/229612/ladakh-farmers-earning-quinoa-how-to-grow-income-organic-farming-healthy-peru-india-nor41/>
- Jamnagar’s tryst with wholesome quinoa (Febrero, 2021). Disponible en: <https://timesofindia.indiatimes.com/city/rajkot/jamnagars-tryst-with-wholesome-quinoa/articleshow/80693903.cms>
- Rajasthan bats for super-grain quinoa (Enero, 2018). Disponible en: <https://www.thehindubusinessline.com/economy/agri-business/rajasthan-bats-for-supergrain-quinoa/article9710839.ece>

De esta manera existe evidencia de que el cultivo se ha ido difundiendo en India. Ya en el 2016, la OCEX Nueva Delhi tuvo la oportunidad de visitar a la familia Kilaru en Hyderabad, los cuales importan quinua desde Perú, así como otras empresas y estos manifestaron que su interés y planes era el sembrar el cultivo en India, debido a la diversidad de climas y grandes áreas de terrenos disponibles para la agricultura en este país.

De esta manera tal y como se ha mencionado, algunas compañías indias ahora comercializan el producto y subproductos durante todo el año siendo competencia para el producto importado. A fin de profundizar la información se han identificado las principales empresas y el tipo de productos que ofrecen en el mercado local en base a quinua:



Queen’s Quinoa <https://queensquinoa.com/>

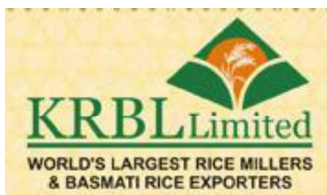
Especializado en quinua. **Productos:** Quinua en granos, fideos, chips de quinua con sabores locales, quinua crisps con sabores locales, quinua + chía.



Organic Wellness

<https://www.organicwellness.com/shop/about-us/>

Diferentes productos y dentro de la categoría superfoods ofrecen quinua



KRBL Limited <http://www.krblice.com/>

La principal y más conocida marca de arroz basmati de India en el 2017 lanzó su producto “India Gate 100 % natural Quinoa”



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”



Kilaru Naturals <https://www.kilarunaturals.com/>

Especializados en granos andinos. Productos: Quinoa, Amaranto, Linaza, Chía. Es una empresa que comenzó importando y ahora produce e investiga en diferentes localidades de India, aún realiza pequeñas importaciones. No se descarta que esté empleando el producto importado para siembra.



Zerocalz <http://zerocalz.com/>

Productos: Quinoa Golden, Quinoa instant rissoto, quinoa protein bars, quinoa flakes.

Se muestran a continuación algunos ejemplos de los productos que la industria de alimentos local de India ha desarrollado en base a quinoa:

La marca WiseCrack ha desarrollado unas galletas de quinoa y arroz con sal del Himalaya.



Organic Big Quinoa Power Rice Cakes

La marca The Green Snack Co. ha lanzado el snack “quinoa puffs” con diferentes sabores indios.



La marca Queen’s Quinoa ha desarrollado galletas de quinoa con sabores.





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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

La marca New Tree ha desarrollado chips de quinua, con sabores para el mercado local.



Diferentes marcas entre ellas “Queen’s quinoa” producen pasta con la harina de quinua.



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

En general, la India posee puertos de descarga tanto marítimos como aéreos tal y como se muestra en la figura 6. En India los 13 principales puertos de entrada son los de Kandla, Mumbai, Mundra, Cochin, Murmagoa, y New Mangalore en la costa oeste; y Chennai, Tuticorin, Vishakhapatnam, Paradeep, Ennore y Kolkata en la costa Este. El puerto de Mumbai seguido por el de Chennai son los más grandes puertos donde contenedores con alimentos y otros productos utilizados en la industria arriban a la India. Mientras que los envíos aéreos típicamente arriban a los aeropuertos de Mumbai o Delhi. Los puertos marítimos pueden apreciarse en la Figura adjunta.

Las importaciones de quinua hacia la India se realizan por la vía marítima.



Figura 5: Principales puertos de entrada a la India



“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

7. DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

Actualmente la producción local cubre la mayor parte de la demanda de quinua en India. Tal y como se mencionó en puntos anteriores, ya existe una producción importante de quinua en India a precios muy bajos lo cual ha permitido la aparición de marcas locales que comercializan el grano además de otros subproductos de quinua orientados al consumidor indio.

De forma paralela algunas empresas importadoras que dirigen sus productos a un cliente perteneciente a un nivel socioeconómico más alto que el estándar aún continúan importando quinua a granel y la envasan con su marca propia.

Los puntos de distribución hacia los clientes son comunes tanto para el producto local como para el importado, siendo el retail organizado de productos gourmet (supermercados) el principal medio por el cual el producto llega hacia los consumidores. En los mercados de barrio también llamados “kiranas” o retail tradicional, la presencia de quinua es reducida.

El segmento retail online, actualmente presenta un crecimiento exponencial y su participación en el mercado 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, convirtiéndose en la principal plataforma para aquellas empresas y marcas que promocionan quinua y subproductos.

En la figura 7 se muestra un diagrama de la cadena de distribución:

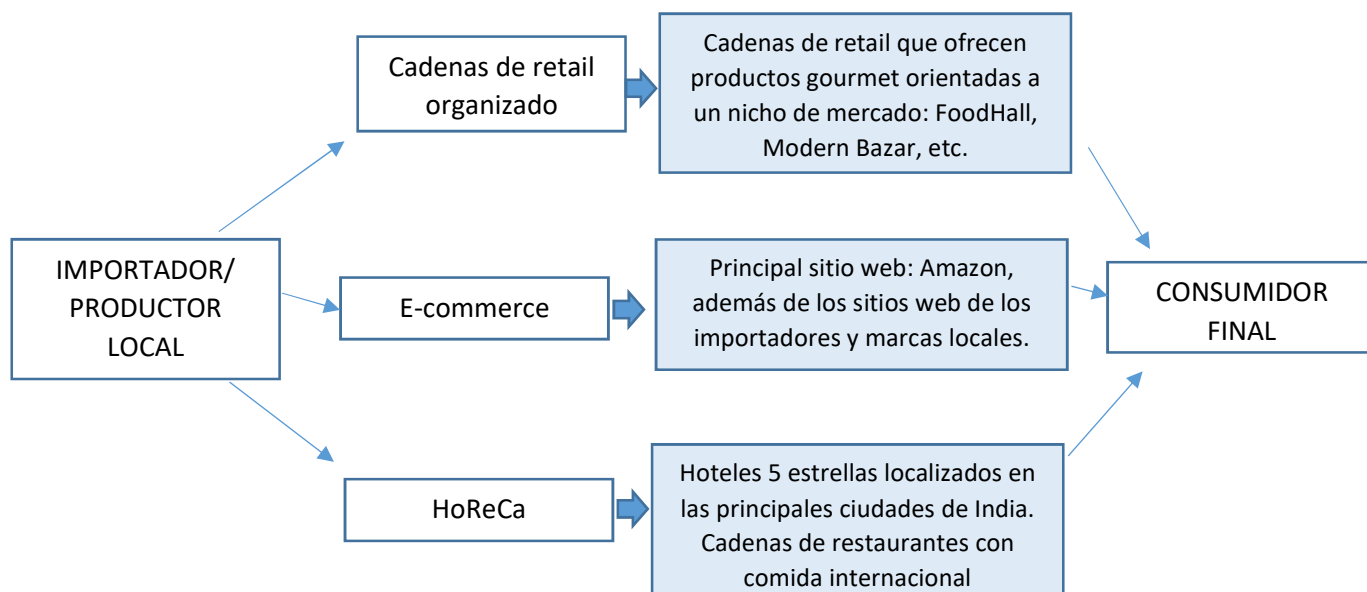


Figura 6: Cadena de distribución del producto “quinua” en India



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

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:

Precio: Es el criterio limitante si se tiene en consideración que existe una oferta de producto local a un precio mucho menor, eliminando además aspectos logísticos para el importador. Por esta razón se debe tener en consideración que los precios deben permitirle al importador manejar un margen adecuado de ganancias no pudiendo ser el precio muy elevado ya que no podría competir con el producto local, aunque la calidad del producto sea superior. El producto importado competirá con el producto local compartiendo anaqueles de productos nutritivos o superfoods, por lo cual la calidad superior del producto debe ser evidente para que el consumidor decida por el producto importado.

Algo que no se debe pasar por alto es que, bajo el comercio físico este producto se dirige a los mercados de retail que ofrecen productos gourmet, estos establecimientos no tienen el mismo tamaño que los supermercados o hipermercados que ofrecen productos predominantemente locales, por lo cual el costo de colocar el producto es mayor, a esto se le suma que no es un producto de rápida rotación o FMCG sino que es un producto de nicho, lo cual encarece aún más el costo.

Calidad: Tal y como se mencionó el producto importado tendrá que competir con un producto local de menor precio pero también de menor calidad (tamaño del grano, color más oscuro). Por lo que la forma en la cual el importador/distribuidor pueda vender el producto es ofrecer una característica diferencial, en este caso una calidad superior otorgada por el origen del producto.

Principal criterio de los consumidores:

Precio: Si bien en el retail de tipo gourmet de India, el precio no es un factor limitante para la compra por parte del segmento de consumidores finales objetivos, al ofrecerse el producto local a un precio menor lo hace decidirse por el producto local, a menos que sea un conocedor de la diferencia de calidad.

9. PRESENCIA DE LA OFERTA PERUANA EN EL MERCADO

El producto peruano se encuentra presente en el mercado indio, a pesar de la diferencia de precio con el producto local. Las primeras exportaciones significativas se dieron en el año 2013 y se continúa exportando hasta la actualidad. Inicialmente varios importadores se interesaron en el producto, pero la producción local ha ido reduciendo el potencial de crecimiento para el producto importado.



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Actualmente se observa tres marcas indias que comercializan el producto peruano: Chenab, Voila y Roosta.

A fin de tener una visión más clara acerca de la presencia del producto peruano, en la tabla 5 se aprecia la evolución del volumen exportado, la cual viene reduciéndose desde el 2017.

Tabla 4: Volumen exportado por Perú a India (kg)								
Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Peso exportado	56,350	74,039	38,634	69,250	155,528	59,200	63,860	15,000
Fuente: SUNAT								

10. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN IDÓNEAS PARA PROMOVER EL PRODUCTO

Las actividades de promoción orientadas a promover el producto en el mercado deben estar dirigidas a resaltar el origen del producto y la diferencia de calidad del mismo. En este sentido se sugiere lo siguiente:

1. El consumidor indio es altamente influenciado por el marketing de contenidos en lugar del marketing tradicional; artículos y avisos conteniendo información nutricional, beneficios a la salud y formas de consumo son efectivos, ya que el consumidor indio sigue recomendaciones de algunos influencers y chefs. Por ejemplo “Olives from Spain” tiene un plan de campaña por el cual publican avisos en revistas del sector de la industria de alimentos en India resaltando los beneficios del consumo de este producto y su composición nutricional. Además de esto tienen un sitio web específico y cada publicación que realiza está vinculada a este sitio web. La misma estrategia sigue USA cranberries, además de asociarse con algún reconocido chef de la India y generar contenido de videos en youtube preparando alimentos en base a un ingrediente específico.
2. Una actividad importante orientada al sector HORECA es la participación en la feria internacional AAHAR “The International Food & Hospitality Fair”, llevada a cabo anualmente en la ciudad de Nueva Delhi. Link: <http://indiatradefair.com/aahardelhi/> Es importante la participación en esta feria a fin de vincularse con las personas de la industria de alimentos y hacerles llegar información acerca de Perú como origen de la quinua y la calidad superior del grano.

11. EMPRESAS IMPORTADORAS IDENTIFICADAS EN EL MERCADO INDIO

Son tres las principales empresas importadoras de quinua en India, las cuales abastecen al mercado:

- CHENAB IMPEX PVT LTD.

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

Origen del producto: Perú





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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

- **SUPREME ENTERPRISES PVT LTD.**

Página web: <https://supremeenterprises.in/>

Origen del producto: Perú



- **ROYAL DRY FRUITS PVT LTD.**

Página web: <https://rosta.com/>

Origen del producto: Perú



12. CONCLUSIONES

La quinua es uno de los principales productos de la agroexportación peruana, siendo además el principal exportador a nivel mundial de este producto comprendido dentro de la subpartida 100850. Es por esta razón que se consideró conveniente elaborar la presente ficha técnica a fin de determinar el potencial presente y futuro de este producto en el mercado de la India.

Las primeras exportaciones de quinua al mercado de la India provinieron de Perú en el año 2013 y se esperaba un importante crecimiento debido al potencial económico del mercado, crecimiento de las clases medias, hábitos de consumo vegetarianos y la búsqueda de alimentos funcionales para incorporar a sus dietas. Sin embargo, un factor que ha limitado el crecimiento de las importaciones es la producción local. Diferentes empresarios en India identificaron una importante oportunidad para sembrar el producto en este país debido a que es un cultivo que no requiere un importante paquete tecnológico y las áreas agrícolas en India son abundantes con una gran cantidad de microclimas donde el cultivo puede prosperar.

Es importante mencionar que este interés por parte de empresarios y emprendedores de la India se debió a la gran campaña y auge global que adquirió la quinua, por sus beneficios y contenido nutricional, este mismo interés y conocimiento llegó a India, por lo cual ya durante el 2015 y 2016 comenzaron siembras experimentales del producto obteniendo un grano de tamaño muy reducido, oscuro y alto en saponinas.

De esta manera a partir del 2017 ya se podía observar producto local a un precio mucho menor en comparación con el producto importado, aunque de una calidad muy inferior. Progresivamente han ido



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

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

mejorando el producto, podría suponerse que algún importador ha realizado importación para sembrarlo y buscar mejorar el producto final.


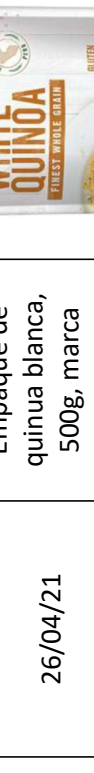

A partir del 2017 el volumen exportado de Perú a India se ha visto reducido al mismo tiempo que se ha observado la aparición de más marcas locales comercializando quinua y subproductos de quinua para la cocina local india u orientados a al consumidor y paladar indios.

El producto peruano está orientado a un mercado de nicho que busca consumir y valora el origen del producto y la calidad superior del mismo. Las ventas se dan directamente mediante el sitio web del importador, canales online como Amazon, y retail físico (cadenas organizadas-gourmet).

13. REFERENCIAS UTILIZADAS

- Ministry of Trade and Commerce of India. <https://commerce.gov.in/>
- Plant Quarantine India. <https://plantquarantineindia.nic.in/PQISMain/Default.aspx>
- Customs National Trade Portal. <https://www.icegate.gov.in/>
- BCG, 2017 <https://www.bcg.com/publications/2017/marketing-sales-globalization-new-indian-changing-consumer>
- Mint, 2017. <https://www.livemint.com/Money/HJkSWsigdz6Xvkg8wpr6jK/Where-are-you-in-Indias-wealth-distribution.html>

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto. Imágenes comúnmente encontradas 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
www.rostaa.com	Paquete de 500 gr	Precio en página de la marca: 299 Rupias (con promoción 30% de descuento) (aproximadamente \$ 4.04) Precio en Amazon: 349 Rupias (aproximadamente: \$ 4.71)	Perú	26/04/21	Empaque de quinua blanca, 500g, marca Rostaa	
www.roosta.com	Paquete de 500 gr	349 Rupias (aproximadamente: \$ 4.71)	Perú	26/04/21	Empaque de quinua roja, 500g, marca Rostaa	
www.roosta.com	Paquete de 500 gr	499 Rupias (aproximadamente \$ 6.74) con promoción de 30% de descuento. Precio en Amazon: 524 Rupias (aproximadamente: \$ 7.08)	Perú	26/04/21	Empaque de quinua tricolor, 500g, marca Rostaa	

Amazon.in	Paquete de 500 gr	290 Rupias (aproximadamente \$ 3.91)	Perú	26/04/21	Empaque de quinua blanca, 500g, marca Voilá	
www.chenabimpe.com	Paquete de 500 gr	430 Rupias (aproximadamente \$ 5.81)	Perú	26/04/21	Empaque de quinua blanca, 500g, marca Chenab	
www.chenabimpe.com	Paquete de 500 gr	475 Rupias (aproximadamente \$ 6.42)	Perú	26/04/21	Empaque de quinua roja 500g, marca Chenab	
www.chenabimpe.com	Paquete de 500 gr	490 Rupias (aproximadamente \$ 6.62)	Perú	26/04/21	Empaque de quinua negra, 500g, marca Chenab	

<p>Amazon.in</p>	<p>Paquete de 1 kg</p>	<p>309 Rupias (aproximadamente \$ 4.17). Paquete de 2 kg: 529 rupias (\$ 7.14)</p>	<p>India</p>	<p>26/04/21</p>	<p>Paquete de Quinoa blanca de 1 kg, marca True elements</p>	
<p>Amazon.in</p>	<p>Paquete de 1 kg</p>	<p>275 Rupias (aproximadamente \$ 3.71).</p>	<p>India</p>	<p>26/04/21</p>	<p>Paquete de Quinoa blanca de 1 kg, marca Urban Platters</p>	
<p>Amazon.in</p>	<p>Paquete de 500 gr</p>	<p>260 Rupias (aproximadamente \$ 3.51)</p>	<p>India</p>	<p>26/04/21</p>	<p>Paquete de quinoa blanca orgánica, Marca: Nourish You</p>	

Amazon.in	Paquete de 500 gr	295 Rupias (aproximadamente \$ 3.99)	India	26/04/21	Paquete de quinua blanca orgánica, Marca: Organic India	 <p>100% CERTIFIED ORGANIC QUINOA NATURAL HEALTHY CONSCIOUS LIVING</p> <ul style="list-style-type: none"> GLUTEN FREE ORGANIC PROTEIN DIETETIC FIBRE COMPLETE PROTEIN EASY TO PREPARE <p>Net Wt. 500g</p>
Amazon.in	Recipiente de 1 kg	375 Rupias (aproximadamente \$ 5.07)	India	26/04/21	Paquete de quinua blanca, Marca: Queen's Quinoa	 <p>QUEEN'S QUINOA GRAIN EASY TO COOK EASY TO DIGEST NATURALLY GLUTEN FREE COMPLETE PROTEIN 1 kg</p>
Amazon.in	Paquete de 1 kg	279 Rupias (aproximadamente \$ 3.77) y 5 kg (949 Rupias aproximado de 12.82 \$)	India	26/04/21	Paquete de quinua blanca, Marca: Sinew Nutrition	 <p>SIN EW Plant Based Super Food QUINOA SEEDS 5kg</p> <ul style="list-style-type: none"> GLUTEN FREE DIABETIC FRIENDLY COMPLETE PROTEIN SUPPORTS ALL DIGEST IMPROVES METABOLIC HEALTH

Amazon.in	Paquete de 500 gr	225 Rupias (aproximadamente \$ 3.04)	India	26/04/21	Paquete de quinua blanca, Marca: India Gate	
Amazon.in	Paquete de 500 gr	149 Rupias (aproximadamente \$ 2.01). Y quinua tricolor (350 gramos) 339 Rupias (aproximadamente \$ 4.58)	India	26/04/21	Paquete de quinua blanca, Marca: Pink Harvest Farms	
Amazon.in	Paquete de 400 gr	125 Rupias (aproximadamente \$ 1.68)	India	26/04/21	Paquete de quinua blanca, Marca: Neuherbs	

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

