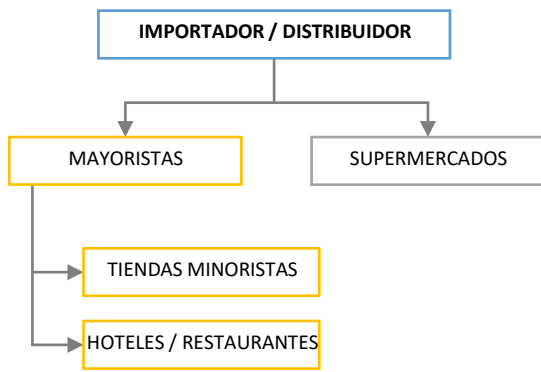









FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Dubai	1.2. Fecha	10 de febrero 2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Ana Berenc	
	Cargo	Promoción comercial	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Pallares - frijol de lima (Phaseolus Lunatus)		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	0713399100		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Lima beans (Butter Beans)		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>En Emiratos Árabes Unidos (EAU), los pallares se importan sin arancel. Los documentos requeridos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Factura comercial, debidamente atestada ante el Ministerio de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional (MoFAIC). www.mofaic.gov.ae/en/Services/attestation ✓ Certificado de origen. ✓ Conocimiento de embarque o guía aérea con lista de embalaje detallada según el peso. ✓ Certificado sanitario expedido por la autoridad competente del país exportador. 		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>En EAU, el consumo de pallares ha aumentado en los últimos años, debido en parte al aumento de la población local y a la popularidad de este ingrediente en la cocina local.</p> <p>Según un informe reciente de la Cámara de Comercio e Industria de Dubái, el valor de las importaciones de pallares aumentó un 20% en 2023 en comparación con 2022, y el consumo anual per cápita es en promedio 0,5 kg.</p> <p>Los principales países proveedores de la partida analizada en 2022 fueron Madagascar (43%), India (12%), Myanmar (11%), Afganistán (10%), Canadá (4%) y Brasil (3%). Perú ocupa el décimo lugar como proveedor de pallares, teniendo el 2% del mercado de EAU (Fuente: TradeMap)</p> <p>EAU fue el destino N° 27 de las exportaciones peruanas de pallares en 2023</p>		
2.6 Estacionalidad de la producción local	EAU no produce pallares. El clima y las condiciones del suelo no son ideales para cultivar dicha legumbre, ya que requiere temperaturas más frescas y un suelo bien drenado.		
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Los pallares suelen llegar principalmente por vía marítima a los puertos de Dubai y Abu Dhabi.		
2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)	<ul style="list-style-type: none"> a. Importadores/distribuidores que importan para su propio uso; venden a mayoristas, supermercados, restaurantes o reexportan a otros países de la región (Pulse India Spice & Grain Processing LLC, Harvestbelt, A.M. Trading Company, Al Saqr Trading, entre otros). b. Cadenas de supermercados que compran localmente o importan directamente para venta y/o distribución a otros supermercados (Carrefour, Lulu, Al Maya, Choithrams, entre otros). c. Las cadenas de hoteles y restaurantes son abastecidas por los distribuidores, mientras que los restaurantes y hoteles pequeños compran directamente a los mayoristas. 		

	 <pre> graph TD A[IMPORTADOR / DISTRIBUIDOR] --> B[MAYORISTAS] A --> C[SUPERMERCADOS] B --> D[TIENDAS MINORISTAS] B --> E[HOTELES / RESTAURANTES] </pre>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad en el grano 2. Precio (precios competitivos y razonables, sin comprometer la calidad). 3. La puntualidad en la entrega y el servicio del proveedor. 4. Condiciones de pago y comunicación fluida
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>El producto se encuentra en las góndolas de los supermercados durante todo el año.</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>La participación en ferias especializadas del sector es un instrumento potencialmente efectivo para dar a conocer el producto a los importadores. A su vez, la promoción en punto de venta en apoyo a importadores locales para demostrar variedades de uso del producto resulta idónea.</p> <p>Del mismo modo las misiones comerciales y la invitación de importadores locales a ferias especializadas en el Perú resultan positivas.</p> <p>Ferias del sector:</p> <p>GULFOOD, es considerada la mejor plataforma de negocios para la industria de alimentos y bebidas en la región MEASA (Medio Oriente, África y el Sur Centro de Asia) - www.gulfood.com</p> <p>Abu Dhabi International Food Exhibition www.adife.com</p>

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

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
Carrefour	500 gr	3.42	Perú	30-01-2024	Pallares secos	
Carrefour	400 gr	2.19	China	30-01-2024	Pallares secos	
Amazon	500 gr	4.45	China	30-01-2024	Pallares secos	
Spinneys	1 kg	6.85	India	30-01-2024	Pallares secos	

Kibsons	500 gr	7.07	Irlanda	30-01-2024	Pallares secos	
Kibsons	500 gr	2.88	China	30-01-2024	Pallares secos	
Lulu Supermarket	1 kg	5.47	India	30-01-2024	Pallares secos	
Bayara Online	1 kg	5.75	India	30-01-2024	Pallares secos	