



FRUTA FRESCA EN INDIA

2020

FRUTA FRESCA EN INDIA

Estadísticas

FRUTA FRESCA EN INDIA

ESTADÍSTICAS

IMPORTACIONES DE INDIA EN 2019



ARÁNDANO

US\$ 272,8
mil

| | |
|--------------------|-----|
| Arancel General | 30% |
| Arancel para Chile | 15% |



NUEZ CON CÁSCARA

US\$ 38
millones

| | |
|--------------------|------|
| Arancel General | 120% |
| Arancel para Chile | 120% |



CEREZA

US\$ 2,2
millones

| | |
|--------------------|-----|
| Arancel General | 30% |
| Arancel para Chile | 24% |



NUEZ SIN CÁSCARA

US\$ 11,9
millones

| | |
|--------------------|-----|
| Arancel General | 30% |
| Arancel para Chile | 30% |



KIWI

US\$ 45,9
millones

| | |
|--------------------|-----|
| Arancel General | 30% |
| Arancel para Chile | 15% |



PALTA

US\$ 1,1
millones

| | |
|--------------------|-----|
| Arancel General | 30% |
| Arancel para Chile | 15% |



MANZANA

US\$ 245,8
millones

| | |
|--------------------|-----|
| Arancel General | 50% |
| Arancel para Chile | 50% |



UVA

US\$ 13,2
millones

| | |
|--------------------|-----|
| Arancel General | 30% |
| Arancel para Chile | 24% |

FRUTA FRESCA EN INDIA

ESTADÍSTICAS



ARÁNDANO



CEREZA



KIWI



MANZANA



NUEZ



PALTA



UVA

RANKING DE CHILE EN IMPORTACIONES 2019

1° lugar

76,8% de participación de mercado en 2019

1° Lugar

53,5% de participación de mercado en 2019

2° Lugar

27,6% de participación de mercado en 2019

3° Lugar

17,7 % de participación de mercado en 2019

2° Lugar (con cáscara)

34% de participación de mercado en 2019

3° Lugar (sin cáscara)

18,8% de participación de mercado en 2019

5° lugar

0,1% de participación de mercado en 2019

4° Lugar

8,8% de participación de mercado en 2019

VARIACIÓN VALOR IMPORTACIÓN DE CHILE 2019/2018

142%

32%

-11%

-24%

-25% (con cáscara)

250% (sin cáscara)

-67%

-16%

PRINCIPALES ORÍGENES EN 2019

1. Chile (76,8%)
2. Irán (20,9%)
3. Países Bajos (2%)

1. Chile (53,5%)
2. Estados Unidos (21,8%)
3. Australia (11,6%)

1. Irán (29,5%)
2. Chile (27,6%)
3. Nueva Zelanda (20,8%)

1. Estados Unidos (24%)
2. Italia (21,6%)
3. Chile (17,7%)

Con cáscara:

1. Estados Unidos (37,3%)
2. Chile (34%)
3. EAU (16,7%)

Sin cáscara:

1. Vietnam (43,2%)
2. Chile (18,8%)
3. Turquía (15,8%)

1. Perú (37,3%)
2. Nueva Zelanda (33,3%)
3. Países Bajos (27,2%)

1. China (49,4%)
2. Estados Unidos (12,8%)
3. Perú (11,8%)

FRUTA FRESCA EN INDIA

Tendencias de Mercado



FRUTA FRESCA EN INDIA

TENDENCIAS DE MERCADO

TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO Y CONSUMIDOR INDIO

- **CONSUMIDORES EXIGENTES:** India cuenta con una población aproximada de **1.380 millones de habitantes**. El **19% corresponden a la clase media**, quienes son los principales consumidores de fruta. Este segmento se ha vuelto más exigente y demanda bienes de alta calidad.
- **EXIGENCIAS BASICAS:** El **precio es muy importante**, seguido por la calidad y los beneficios comprobados para la salud.
- **CULTURA DE CONSUMO:** India ha sido un mercado sensible al precio, pero ahora **los consumidores están dispuestos a pagar extra por productos de buena calidad**, especialmente si el **producto tiene beneficios para la salud**.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CONSUMIDOR INDIO

Se observa un cambio de comportamiento en el patrón de consumo en la India. Mientras que la población con mayor edad sigue siendo conservadora y prefiere solo el gasto basado en la necesidad, la juventud india moderna ha cambiado la dinámica:

- 1** Enfocarse en tener conocimiento detallado del producto
- 2** Dar importancia al aspecto y estética del producto
- 3** La alimentación saludable impulsa la demanda por frutas

FRUTA FRESCA EN INDIA

TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



ARÁNDANO



CEREZA



KIWI



MANZANA

DEMANDA DE LA FRUTA

- Debido al costo, la fruta importada siguen siendo de nicho.
- Los **arándanos chilenos son los más preferidos**, seguidos por los australianos.

- También se considera un producto de nicho.
- **La cereza chilena es preferida** seguida por la de EE.UU. por su apariencia y sabor.

- También tiene un alto costo y es considerado una fruta Premium.
- **Los consumidores prefieren las de Irán**, seguidas por las de origen chileno.

- Es un producto de consumo masivo y aunque la India es uno de los mayores productores, las manzanas importadas, principalmente las **Manzanas de Washington se perciben como de alta calidad.**

TENDENCIAS DE CONSUMO

- La **demanda ha crecido** a medida que los **consumidores son más conscientes de sus beneficios para la salud.**
- El arándano todavía es utilizado **principalmente en forma preservada en el sector HORECA** para decorar o aromatizar los platos.

- Las cerezas han sido consumidas principalmente en los **confiteros y en el sector HORECA.**
- Debido a la conciencia sobre los beneficios para la salud, el consumo directo de cerezas va en aumento.

- Su patrón de consumo era moderado. El aumento más grande de las importaciones de casi el 100% se vio durante el año 2014-2015.
- Este **aumento en el consumo se debió principalmente a la concienciación sobre la salud** en la población y al miedo a la fiebre dengue.

- Es una **fruta básica** en el plato de frutas de la India y su consumo se asocia con un beneficio general para la salud.
- Aunque la India es una de las naciones productoras de manzanas más grandes, pero **la producción nacional no es capaz de satisfacer la demanda.**

FRUTA FRESCA EN INDIA

TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



NUEZ



PALTA



UVA

DEMANDA DE LA FRUTA

- El consumo de nueces (junto con otros frutos secos) **es alto en India**, ya que son altamente **reconocidos por sus valores nutricionales**.
- Es común usarlos como regalos en varios festivales en el país.

- La palta no es una cultivo comercial en la India.
- Debido al aumento de la conciencia de salud entre la población educada y el alto valor nutritivo de las paltas, **se espera que encuentren su lugar legítimo en el mercado indio a su debido tiempo**.

- Las uvas **están ampliamente disponibles** en el mercado indio y en una amplia variedad.
- Está disponible tanto en el comercio minorista organizado como no formal.
- La India también importa algunas variedades Premium.

TENDENCIAS DE CONSUMO

- Las nueces son **unos de los productos chilenos con mejor perspectiva en el mercado indio**.
- Es un producto tradicional en este país, el cual y a cuenta con un mercado muy amplio.

- Hay una **posibilidad de que público no le gusta debido a su sabor** y por la disponibilidad de otras frutas tropicales durante el año que son más apetecibles.
- Desde hace unos años **el consumo está aumentando lentamente** debido a una mayor conciencia y exposición.

- Las uvas son **una de las frutas más consumidas en la India**.
- Se importan algunas variedades Premium.
- Las personas **no asocian las uvas con ningún beneficio para la salud en particular** y se consumen por su sabor y la noción general de comer frutas frescas para un estilo de vida saludable.

FRUTA FRESCA EN INDIA

TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



ARÁNDANO



CEREZA



KIWI



MANZANA

IMPORTACIONES

Principalmente todos los **arándanos en el mercado indio son de origen extranjero.**

Las **cerezas importadas son las preferidas** para el consumo directo.

Los **kiwis importados son más preferidos debido a su alta calidad.**

Los manzanas tienen una gran demanda en la India y son importados de varios países.

SEGMENTO OBJETIVO

Población de clase media y alta de etaria entre 28 y 50 años de edad.

PRINCIPALES ESTADOS CONSUMIDORES

El consumo está creciendo constantemente, principalmente en grandes ciudades metropolitanas como Delhi, Mumbai, Bangalore, Pune, etc.

FRUTA FRESCA EN INDIA

TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



NUEZ



PALTA



UVA

IMPORTACIONES

Una gran cantidad de las nueces son importadas

Las condiciones agroclimáticas prevaecientes en varias partes del país parecen ser favorables para utilizar más áreas bajo el cultivo de paltas. Los paltas importados también están ganando mercado principalmente debido al aumento de la demanda y la calidad asociados con los productos importados.

Algunas variedades Premium son importadas.

SEGMENTO OBJETIVO

Población de clase media y alta de etaria entre 28 y 50 años de edad.

PRINCIPALES ESTADOS CONSUMIDORES

El consumo está creciendo constantemente, principalmente en grandes ciudades metropolitanas como Delhi, Mumbai, Bangalore, Pune, etc.



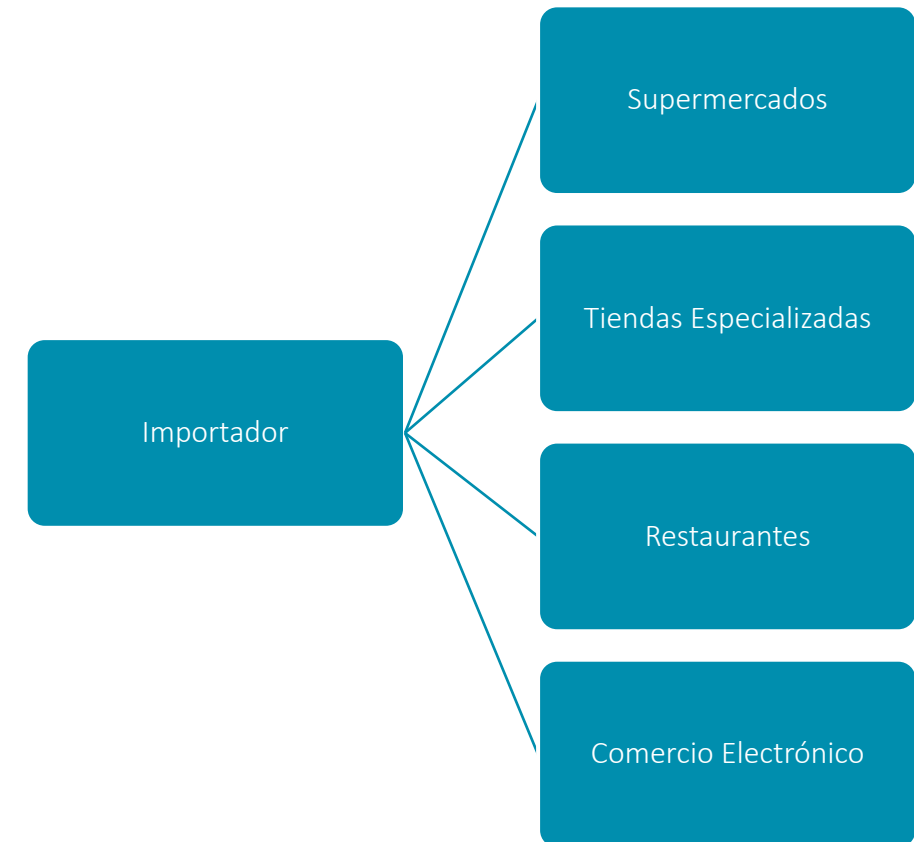
FRUTA FRESCA EN INDIA

Canales de distribución

FRUTA FRESCA EN INDIA

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **IMPORTADOR:** No hay importadores exclusivos para cada uno de los productos y la mayoría de la fruta es importada por importadores que venden fruta fresca en general.
- **SUPERMERCADOS:** La cultura de los supermercados es relativamente nueva. Las cadenas más grandes de supermercados son: Big Bazar y Easyday, ambos propiedad de Future Group, Reliance retail, Godrej Natures Basket y Food World (anteriormente conocido como Spencers).
- **TIENDAS ESPECIALIZADAS:** Las cadenas de tiendas gourmet más populares son Le Marche y Food Hall. Hay pequeños minoristas en diferentes áreas que tienen sus tiendas especializadas que venden frutas secas y especias. En algunas ciudades como Delhi y Mumbai, también se observan puntos de venta Premium para frutas secas.
- **RESTAURANTES:** Desempeñan un papel muy importante en la popularización de un producto. Incluir las frutas como ingrediente o guarnición en los alimentos y transmitir sus beneficios educará al consumidor final y aumentará la demanda del producto. En el caso de la uva, éstas son considerada una frutas básicas en la India por lo que la gente no prefiere pedir las cuando van a comer fuera. Los restaurantes no serán de ayuda para promocionar las uvas en la India.
- **COMERCIO ELECTRÓNICO:** Grofers y Bigbasket son las principales tiendas en línea en la India con más de 5 millones de usuarios registrados. Tienda de comestibles de Amazon también está ganando popularidad ahora.



FRUTA FRESCA EN INDIA

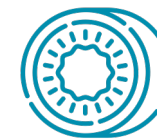
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



ARÁNDANO



CEREZA



KIWI



MANZANA

PRODUCCIÓN NACIONAL

- Pocos cultivadores han comenzado el cultivo en la zona de **Maharashtra**.
- La cantidad de rendimiento no está disponible.

- Las cerezas se producen principalmente en el **norte de la India**.
- La producción es de **12.300 toneladas** registradas en el año 2019.

- Las Kiwis se producen principalmente en el **norte** y estados del **noreste** de la India.
- Existe una producción de **10.650 toneladas** registradas en el año 2016.

- Las manzanas se cultivan principalmente en los estados del **norte de la India** como Jammu & Kashmir, Himachal y Pradesh
- En 2017-2018 la producción se estima en **2,3 millones de toneladas**.

PRECIOS

Es un producto de alto valor y el precio (del minorista) puede llegar hasta **42 USD por kg**

Es uno de los productos de nicho y el valor (del minorista) del producto ha subido a **20 USD por kg**.

El precio (del minorista) de Kiwi oscila entre **2,5 y 4 USD por kilo**.

El precio (del minorista) va desde **2,5 USD por kilo a 21 USD** por kilo para alguna variedad Premium de Ucrania.

FRUTA FRESCA EN INDIA

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



NUEZ



PALTA



UVA

PRODUCCIÓN NACIONAL

- Las nueces se producen principalmente en el estado de **Jammu y Cachemira**, es desorganizada y hay muchos pequeños productores que producen y venden su rendimiento a los comerciantes.
- Según el informe de ganancia, la producción de nogal en la India es superior a **34.000 toneladas**.

- En la actualidad, las plantaciones no están bien organizadas y están dispersas.
- El apoyo a la investigación para el cultivo sigue siendo insuficiente, pero la información de investigación disponible de Tamil Nadu y Sikkim demuestra ampliamente que el tamaño, el color y la calidad de las frutas alcanzadas en la India son comparables a las cultivadas en otros lugares.

- La mayor parte del área de cultivo de la uva se encuentra en **Maharashtra, Andhra Pradesh, Karnataka y Tamil Nadu**. Se está cultivando en los estados del norte de la India como cultivo templado.
- La superficie utilizada para el cultivo de la uva en la India es de **79,6 miles de hectáreas con una producción anual de 1.878,3 mil toneladas métricas**.

PRECIOS

El precio (del minorista) de las nueces oscila entre **20 y 25 USD por kilo**.

El precio (del minorista) de palta oscila entre **4,5 y 5 USD por kilo**.

El precio (del minorista) de la uva oscila entre **0,5 y 2 USD por kilo**.

FRUTA FRESCA EN INDIA

Acceso al Mercado

FRUTA FRESCA EN INDIA

ACCESO AL MERCADO

NORMAS Y REQUISITOS GENERALES

Las normativas más importantes son las siguientes al momento de ingresar a India:

- **Food Safety and Sanitation Act:** La ley que regula todos los aspectos de manejo, producción, Importación y comercialización de productos para consumo humano y también verifica cualquier etiquetado incorrecto de productos.
- **Plant Quarantine Act:** El propósito y la intención de esta Ley es prevenir la introducción de cualquier insecto, hongo u otra plaga, que sea o pueda ser destructiva para los cultivos.
- **Food Safety and Standards (Packing and Labeling) Regulation:** Food Safety and Standard Authority of India (FSSAI) establecen que para todos los productos alimenticios primarios, como granos alimenticios, legumbres, frutas, frutas secas, especias enteras, etc. importadas en el paquete, se puede verificar el nombre y la dirección del importador de los documentos que acompañan el envío.

REQUISITOS DE ETIQUETADO

Los requisitos de etiquetado para tales productos han sido revisados y ahora requerirán los siguientes detalles:

1. Nombre del Producto
2. Nombre y dirección completo del importador/ensavador
3. Fecha de fabricación / embalaje
4. Contenido
5. Número de lote / código / lote
6. Fecha de Vencimiento
7. País de origen
8. Logotipo y número de licencia FSSAI (como una etiqueta rectificable, que también se puede aplicar al llegar) Ejemplo (FSSL será específico para el importador).

FRUTA FRESCA EN INDIA

ACCESO AL MERCADO



ARÁNDANO



CEREZA

DECLARACIONES ADICIONALES A INCORPORAR EN EL CERTIFICADO FITOSANITARIO

Producto libre de:

- a) Spodopteraeridania (Gusano del sur)
- b) Spodopterafrugiperda (Gusano del otoño)
- c) Diaporthevaccinii (Phomopsis twig blight del arándano)
- d) Virus de la manchaanular del tomate (mancha anular del tomate)
Encaso de que sean usadas la fumigación con BM u opciones de tratamiento en frío en tránsito en lugar de PFA para la mosca de la fruta mediterránea, entonces se debe incluir ADR para Ceratitiscapitata. Si se detecta algún incumplimiento, el envío se tratará según las disposiciones pertinentes de la Orden de Cuarentena Fitosanitaria, 2003. La ONPF, India, también se reserva el derecho de revisar las condiciones si se observan violaciones de las mismas

Producto libre de:

- a) Polilla de la fruta oriental (Cydiamolesta)
- b) Polilla gitana (Lymantria dispar)
- c) Mosca de la fruta mediterránea(Ceratitiscapitata)
- d) Polilla de la fruta de Manchuria (Cydiainopinata)
- e) Gusano de la fruta de cereza (C. packardi)
- f) Polilla del ciruelo (C. prunivora)
- g) Mosca del cerezo (Rhagoletis spp.)
- h) Polilla del durazno (Carposinaniponenosis)
- i) Mosca de la fruta de Queensland (Bactroceratryoni)

CONDICIONES ESPECIALES DE IMPORTACIÓN

- a) Estado de área libre de plagas para Ceratitiscapitata (mosca de la fruta mediterránea) según las normas internacionales o;
- b) Fumigación con bromuro de metilo a 32 g/m³ durante 2 horas a 21° C o más en NAP o equivalente del mismo contra la mosca de la fruta mediterránea o;
- c) Tratamiento en frío en tránsito de 0°C o inferior durante 10 días; 0,55 grados C o menos por 11 días, 1.1 grados C o menos por 12 días. El tratamiento debe estar respaldado en un Certificado Fitosanitario emitido en el País de Origen/ reexportación.

- a) Estado del área libre de plagas para la mosca de la fruta mediterránea (Ceratitiscapitata) y la mosca de la cereza (Rhagoletis spp.) según los estándares internacionales o;
- b) Fumigación con bromuro de metilo a 32 g/m³ durante 2 horas a 21° C o más en NAP o su equivalente contra las moscas de la cereza y la mosca de la fruta mediterránea o;
- c) Tratamiento en frío previo al envío a 0°C o menos durante 10 días; 0,55 grados C o menos durante 11 días; 1.1 grados C o menos durante 12 días más refrigeración en tránsito contra las moscas de la cereza y la mosca de la fruta mediterránea.

FRUTA FRESCA EN INDIA

ACCESO AL MERCADO



KIWI



MANZANA



NUEZ

DECLARACIONES ADICIONALES A INCORPORAR EN EL CERTIFICADO FITOSANITARIO

Producto libre de:

- a) *Aspidiotusnerii* (aucuba scale)
- b) *Trialeurodesvaporariorum* (mosca blanca de invernadero)
- c) *Brevipalpus chilensis*
- d) *Pseudomonas syringaepv. actinidiae* (chancre bacteriano del kiwi)

Producto libre de:

- a) *Ceratitiscapitata* (mosca de la fruta mediterránea)

Producto libre de:

- a) *Pantomoruscervinus* (escarabajorosa de Fuller)

CONDICIONES ESPECIALES DE IMPORTACIÓN

- a) Estado del área libre de plagas para la mosca de la fruta mediterránea (*Ceratitiscapitata*) según los estándares internacionales o;
- b) Tratamiento en frío previo al envío a 0° C o menos durante 10 días; 0,55 grados C o menos durante 11 días; 1.1 grados C o menos durante 12 días más refrigeración en tránsito contra la mosca de la fruta mediterránea.

- a) Fumigación con fosfina a 3 g/ tonelada métrica durante un mínimo de 5-7 días. El tratamiento deberá estar respaldado en el Certificado Fitosanitario emitido en el país de origen/ reexportación S. O. 3141 (E) de fecha 29 de agosto de 2019.

FRUTA FRESCA EN INDIA

ACCESO AL MERCADO



PALTA



UVA

DECLARACIONES ADICIONALES A INCORPORAR EN EL CERTIFICADO FITOSANITARIO

Producto libre de:

- a) Chrysodeixisincludens (Soybean looper)
- b) Naupactus xanthographus (Gorgojo de la fruta de América del Sur)
- c) Peridromasauca (polillaperlada)
- d) Spodopteraeridania (gusano del sur)
- e) Phytophthora cryptogea (podredumbre del pie del tomate) Encaso de que se use fumigación con BM en lugar de PFA para la mosca de la fruta y Stenomocatenifer, se debe incluir ADR para Ceratitiscapitata y Sternomacatenifer. Si se detecta algún incumplimiento, el envío se tratará según las disposiciones pertinentes de la Orden de Cuarentena Fitosanitaria, 2003. La ONPF, India, también se reserva el derecho de revisar las condiciones si se observan violaciones de las mismas.

Producto libre de:

- a) Aspidiotusnerii (aucuba scale)
- b) Ceratitiscapitata (mosca de la fruta mediterránea)
- c) Frankliniellaoccidentalis (trips de las flores occidentales)
- d) Peridromasauca (polillaperlada)
- e) Pseudococcuscalceolariae (cochinilla escarlata)
- f) Selenaspidusarticulatus (scale roja de las Indias Occidentales)

CONDICIONES ESPECIALES DE IMPORTACIÓN

- a) Estado de área libre de plagas para Ceratitiscapitata y Sternomacatenifer, según las Normas Internacionales
- b) Enfoque de sistemas para la producción y exportación de fruta fresca Paltas.
- c) Declaración adicional que indique área libre de las plagas o la fumigación con bromuro de metilo a 32 g/m³ durante 2 horas a 21° C o más en NAP o su equivalente contra la mosca de la fruta mediterránea.

- a) Estado de área libre de plagas para Ceratitiscapitata (mosca de la fruta mediterránea) según los estándares internacionales o;
- b) Fumigación con bromuro de metilo a 32 g/m³ durante 2 horas a 21 grados C o más en NAP o equivalente del mismo contra la mosca de la fruta mediterránea o;
- c) Tratamiento en frío previo al envío a 0° C o menos durante 10 días; 0,55 grados C o menos durante 11 días; 1.1 grados C o menos durante 12 días más refrigeración en tránsito contra la mosca de la fruta mediterránea.



FRUTA FRESCA EN INDIA

Recomendaciones de la Oficina Comercial

FRUTA FRESCA EN INDIA

RECOMENDACIONES DE LA OFICINA COMERCIAL

RECOMENDACIONES GENERALES

- India es el mercado más grande del mundo con tantos consumidores y con un aumento en el ingreso disponible, una mayor exposición a la cultura global y una población urbana compuesta de demografía de personas conscientes por la salud, han fomentado que los consumidores comiencen a explorar frutas más exóticas.
- Respecto a la situación para las frutas que Chile ya exporta a India como **nueces, kiwis, manzanas y uvas**, **no se proyectan problemas de ventas en el mediano y largo plazo** en los canales tradicionales. El canal **e-Commerce aún no está tan desarrollado** para este tipo de productos.
- En el mediano plazo, **hay oportunidades que explorar para las paltas y los arándanos**, porque los consumidores tienen mayor consciencia de una alimentación saludable.
- El **costo y la vida útil han sido los únicos obstáculos importantes** en este camino y podrían ser **mitigados por el cambio en la fumigación, la mejora del tránsito con una temperatura controlada y la contratación de grandes volúmenes** para las importaciones.



FRUTA FRESCA EN INDIA

RECOMENDACIONES DE LA OFICINAS COMERCIALES



ARÁNDANO

- Con la **mejora en aspectos logísticos y promociones agresivas en el país**, se puede crear una gran demanda de arándanos en el futuro.
- Este **es el momento adecuado para entrar** y establecer la marca a largo plazo.



CEREZA

- Se **requieren campañas de mercado para educar** a los consumidores finales y establecer la marca Chile.
- Las cerezas en el AAP y pueden hacer uso del descuento de 50% a 100%, **este hecho debería usarse para promover cerezas** entre los importadores indios.



KIWI

- Con una estrategia adecuada de promociones, **Chile tiene el potencial de convertirse en el líder del mercado.**
- **Chile tiene una ventaja de descuento del 50%** en derechos/aduanas.
- Se debe **capitalizar el atributo saludable** de la fruta



MANZANA

- La demanda de manzanas está aumentando en la India, pero **hay falta de conciencia de los consumidores** sobre la disponibilidad de manzanas chilenas.
- Se recomienda **promover agresivamente** a través de promociones minoristas y HORECA



NUEZ

- El **aumento de aranceles** (antiguo arancel del 30%; nuevo arancel del 100%) la India afectará negativamente a los consumidores
- A pesar de esto, la demanda interna no puede ser satisfecha localmente y **se espera que las exportaciones no se verán afectadas.**



PALTA

- Desde su introducción en el mercado indio, **las paltas importadas han visto una tendencia de crecimiento** continuo.
- Chile necesitará **muchas estrategias promocionales para educar** a los importadores, minoristas y hoteleros.



UVA

- Aunque la producción local abastece el mercado interno, **el consumidor está exigiendo una mejor relación precio/calidad**, lo cual abre más oportunidades para el producto importado.
- Es importante **el fortalecer relación con importadores y estar presente** cuando surgen oportunidades de crecimiento.

Edición general

Gabriel Parra

Analista del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de la Dirección de Desarrollo Estratégico.

Revisión de textos

Marcela González

Jefa del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de la Dirección de Desarrollo Estratégico.

Entrega de información para la realización del estudio

Oficina Comercial de ProChile en Nueva Delhi, India



FRUTA FRESCA EN INDIA

2020