

PMP

Estudio de Mercado Pasas en Rusia

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Rusia- ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. <i>Código arancelario SACH objeto del estudio</i>	4
2. <i>Las oportunidades del producto chileno en el mercado.....</i>	4
3. <i>Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.....</i>	4
4. <i>Recomendaciones de la Oficina Comercial.....</i>	5
5. <i>Análisis FODA</i>	6
III. Acceso al Mercado	6
1. <i>Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.....</i>	6
2. <i>Aranceles de internación para producto chileno y competidores.....</i>	7
3. <i>Otros impuestos y barreras no arancelarias.....</i>	7
4. <i>Regulaciones y normativas de importación (links a fuentes).....</i>	8
5. <i>Requerimientos de etiquetados para ingreso al país</i>	9
<i>Normas de Etiquetado.....</i>	9
6. <i>Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.....</i>	10
IV. Potencial del Mercado	11
1. <i>Producción local y consumo.....</i>	11
2. <i>Importaciones (valor, volumen y precios promedio) del producto últimos 3 (tres) años por país.....</i>	11
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado	13
1. <i>Identificación de los principales actores en cada canal</i>	13
2. <i>Diagramas de flujo en canales seleccionados.....</i>	15
3. <i>Posicionamiento del producto en canales analizados</i>	15
4. <i>Estrategia comercial de precio.....</i>	16
5. <i>Política comercial de proveedores.....</i>	16
6. <i>Política comercial de marcas.....</i>	16
<i>Proveedor-Importador.....</i>	16
VI. Consumidor/ Comprador	17
1. <i>Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.....</i>	17
1.1. <i>Formas de consumo del producto.....</i>	17
VII. Benchmarking (Competidores).....	18
1. <i>Atributos de diferenciación de productos en el mercado.....</i>	18
2. <i>Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.....</i>	19
3. <i>Campañas de marketing de competidores externos o productores locales.....</i>	20
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	21
IX. Fuentes de información relevantes (links).....	21

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Código arancelario SACH objeto del estudio

Glosa 08 06 20 – pasas

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

La diferencias geopolíticas de EE.UU. y los países occidentales con Rusia, las sanciones sobre importaciones de productos alimentarios desde estos países, la fuerte devaluación del rublo en 2014 – son factores que provocaron una reducción de las importaciones de frutos secos en Rusia. La razón principal es el aumento del precio de las materias primas. Para los compradores rusos el precio de compra de los frutos secos y nueces aumentó casi se duplicó.

La reducción de las importaciones no significa que no hay espacio para la competencia latinoamericana, aun siendo el producto chileno más caro. Los importadores rusos valoran altamente la calidad de pasas chilenas, lo que le permitió a Chile ocupar el 3er lugar entre los 30 proveedores en volumen de importaciones, superando a Turquía, Sudáfrica y otros países, quedando en la lista de los proveedores justo después de Afganistán e Irán.

En calidad del producto, el principal competidor de Chile en mercado ruso de pasas fue EE.UU. Las pasas de California tienen una excelente calidad y son famosas en Rusia como un Brand. Desde el momento de las contra-sanciones de Rusia contra EE.UU, la competencia radica en Sudáfrica y Turquía.

Durante el año 2014, las importaciones desde Turquía crecieron más de un 22%, debido a los precios más atractivos, pero el frío en Turquía este 2015, no habitual para esta temporada, las plantaciones fueron afectadas por heladas han causado preocupación entre los productores de pasas de las regiones donde se cultiva uva blanca Sultanina. Estos serios problemas con las pasas turcas, cambiaron de inmediato la atención de los importadores hacia las pasas Thompson de Sudáfrica y Chile.

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

La forma más segura de conseguir importadores de fruta deshidratada es participar en las ferias de alimentos como PRODEXPO, WORLD FOOD e INGREDIENTES RUSSIA, que se realizan anualmente en Moscú. Son grandes eventos internacionales que permiten presentar todos los productos alimenticios e insumos para la industria de alimentos.

La feria WORLD FOOD es la vitrina principal para los productos a granel, destinada para los importadores y distribuidores, mientras que la feria PRODEXPO, en la cual ProChile participa desde en los años 90, está enfocada en los productos envasados, con etiqueta, para el consumo directo. En esta feria, participan los importadores, distribuidores y envasadores que buscan clientes entre los supermercados y mayoristas, incluso regionales.

La Oficina Comercial de ProChile en Moscú coordina agendas de reuniones para proveedores, que visitan Rusia con el objetivo de encontrar nuevos clientes o ampliar sus contactos, en el caso si ya tienen socios rusos y suministran sus productos a este mercado.

En junio del presente año, ProChile junto con DIRECON realizó Sabores de Chile en Moscú. En el marco de esta actividad participaron 4 exportadores chilenos de frutos secos. Para cada uno fueron preparadas las agendas de reuniones con importadores rusos de Moscú, Tula, San Petersburgo, Ekaterinburgo, que trabajan en el segmento de frutos secos y nueces.

En el marco de esta actividad, fueron muy importantes las visitas guiadas a los supermercados, mercados y bodegas de importadores que permitieron conocer en terreno las exigencias de los diferentes eslabones del comercio ruso, la calidad de los deshidratados, los envases y las preferencias del consumidor.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

En últimos 10 años, Chile incrementó significativamente su presencia en el mercado ruso debido a la creciente demanda para pasas de alta calidad, que se comercializa principalmente a través de la industria de procesamiento y en HoReCa.

Las contra-sanciones del 2014 dirigidas contra los EEUU, países de la Unión Europea, Noruega y Australia, afectan las relaciones comerciales e importaciones en general. Al mismo tiempo, la situación económica de Rusia contribuyó a un acercamiento de Rusia hacia América Latina que podría potenciar sus vínculos comerciales, abrir y ampliar los nuevos mercados y firmar acuerdos bilaterales con países de dicha región, exportadora de productos agrícolas, materias primas y bebidas, entre otros.

Chile tiene posibilidad de sustituir una variedad de frutos deshidratados y de origen seco (especialmente nueces) que antes se importaban desde EE.UU., Canadá y re-exportaciones procedentes de Holanda.

5. Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> Situación económica de Rusia contribuye a un acercamiento de con Chile que permite ampliar presencia chilena en mercado ruso. Chile tiene posibilidad de sustituir sustancialmente pasas que antes se importaban desde EE.UU. y Canada 		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Alta calidad de la pasa chilena; Posibilidad de sustituir producto que antes de ingreso de sanciones se importaban desde EE.UU, Canada y re-destinaciones desde Holanda. 	<ul style="list-style-type: none"> Altos precios para producto y poca flexibilidad de los empresarios chilenos en negocio de precios de venta. Pocas publicaciones sobre productos chilenos en medios de prensa
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> El consumo de pasas es estable, el consumidor da mayor prioridad a la calidad que al origen de producto 	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de negocios con compradores que estan vinculados con la industria de procesamiento y en HoReCa Monitoreo del estado de precios en mercado y contacto permanente con los importadores del país Promoción de frutos deshidratados (papas) en medios de prensa local Actualizar precios de acuerdo a variación del dólar en Chile.
		<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento de la presencia en mercado de pasas desde Turquía y Africa del Sur puede provocar amenaza a los proveedores chilenos en contexto de precio/calidad actualmente ofrecido 	<ul style="list-style-type: none"> Participación en las ferias Internacionales y actividades que organiza ProChile en Rusia posibilita aumentar contactos con compradores para dar a conocer mejor las pasas chilenas. Mejorar conocimiento de consumidores sobre pasas chilenas, organizando promociones y degustaciones en supermercados y mercados alimentarios en ciudades grandes, donde la marca de Chile esta bien posicionada a través de otros productos (fruta fresca, salmon, vinos)

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Código Arancelario	Descripción
--------------------	-------------

Glosa 08 06 20

Papas

2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

La Federación de Rusia concede un descuento del 25% del arancel base para toda la fruta seca (ciruelas, pasas, manzanas, damascos, rosa mosqueta, bananas y mezcla de frutas). En general, 125 países gozan de ciertas preferencias, de ellos 104 tienen el mismo régimen que Chile, (todos los países de América Latina están incluidos en esta lista de preferencias).

Igual gozan de preferencias los competidores principales de Chile Afganistán, Irán y Turquía.

Partida Arancelaria chilena				Partida Arancelaria rusa		
Glosa 08 06 20				Glosa 08 06 20		
Partida Arancelaria (Mercado Informado)	Arancel General	Arancel Preferencial Chile	Impuestos	Arancel Afganistán	Arancel Irán	Arancel Turquía
08 06 20 Pasas	5%	3,75% (- 25%)	18%	3,75% (- 25%)	3,75% (- 25%)	3,75% (- 25%)

A partir del agosto del 2014, Rusia ha introducido las sanciones para ingreso de producción alimenticia (menos productos de alimentación infantil) contra EEUU, Canadá, Australia, Noruega y países de la UE, que excluyo las importaciones de pasas de EE.UU.

3. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

La información sobre costos adicionales de la logística y del producto importado no está disponible para libre acceso. Para presentarla se adjunta a este estudio una tabla incluida en la presentación del mercado ruso de pasas, preparada por el importador ruso de fruta seca August Topfer en el 2014, considerando una tasa de cambio del dólar de 34,5 rub (hoy 03/08/2015 es 61 rub por USD):

RUB/USD rate	34,5	
	Golden Jumbo	
		for FCL
Container load (kg)	20 000,00	
Contract price USD/kg, CIF Saint Petersbrg	\$4,60	
Full container load cost, CIF Saint Petersburg		\$92 000,00
Customs duty, %	3,75%	\$3 450,00
VAT	18,00%	\$17 181,00
Customs fee	5 500,00p.	\$159,42
THC	\$390,00	\$390,00
Cargo inspection	\$295,00	\$295,00
Release	\$190,00	\$190,00
Storage	\$100,00	\$100,00
Demurrage		\$0,00
Late pick-up (14 days)	\$250,00	\$250,00
Expedition services inside port area	3 000,00p.	\$86,96
Expedition services outside port area	13 000,00p.	\$376,81
Broker services	12 000,00p.	\$347,83
Declaration of Conformity	4 500,00p.	\$130,43
Total cost:		\$114 957,45
Total cost at customer`s disposal		\$5,75

4. Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*)

Organismo internacional	Título de la Ley, Norma o Reglamento	Breve Descripción	Link para bajar la documentación
FAO	NIMF 12 (normas internacionales para medidas fitosanitarias y directrices para los certificados fitosanitarios)	La actualización de esta Normativa se realizó en el año 2011, sin embargo Rusia sigue aplicando la versión del año 2005 apelando a que no le había llegado la traducción oficial de la última versión. En los productos de origen vegetal Chile y Rusia se rigen bajo la CIPF "Convención Internacional de	Link del SAG del Memorandum 2008 referido a la Inocuidad de la Producción de Origen Vegetal exportada por la República de Chile a la Federación Rusa: http://www.sag.cl/sites/default/files/memorando_en_espanol.pdf Link del SAG de la guía de cumplimiento a las normativas establecidas en Memorandum del 2008 de la Inocuidad de la

		<p>Protección Fitosanitaria” regulada por la FAO. Además, se rigen bajo un memorándum Bilateral entre Chile y Rusia del año 2008 relativo a la inocuidad de la producción de origen vegetal exportada por la Republica de Chile a la Federación Rusa. También se rigen por el Codex Alimentarius regulado por la FAO.</p>	<p>Producción de Origen Vegetal exportada por la Republica de Chile a la Federación Rusa. http://www.sag.cl/sites/default/files/directrices_de_inocuidad_para_la_exportacion_de_fruta_y_hortaliza_fresca_originaria_de_chile_a_rusia.pdf Link de FAO para ver Codex Alimentarius: http://www.fao.org/docrep/012/a1552s/a1552s00.htm Link de la NIMF 12: ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/009/A0450s/A0450s.pdf</p>
--	--	---	---

Normas de Calidad

Organismo	Título de la Ley, Norma o Reglamento	Breve Descripción	Link para bajar la documentación
Unión Económica Euroasiática	<p>Reglamento Técnico de la Unión Aduanera.</p> <p>TP TC 021/2011</p> <p>Sobre la seguridad de los productos alimenticios</p>	<p>El responsable en Rusia es el Servicio Federal de Supervisión de los Derechos de Protección al Consumidor y Bienestar Social “Rosпотребнадзор”</p>	<p>http://www.eurasiancommission.org/ru/act/textreg/deptexreg/tr/Documents/TR%20TS%20PishevayaProd.pdf</p> <p>La traducción fue realizada por la Agregaduría Agrícola en la federación de Rusia y entregada al SAG/SERNAPESCA/MINAGRO/DIRECCION.</p>

5. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

Normas de Etiquetado

Organismo	Título de la Ley, Norma o Reglamento	Breve Descripción	Link para bajar la documentación
Unión Económica Euroasiática	<p>Reglamento Técnico de la Unión Aduanera.</p> <p>TP TC 022/2011</p> <p>Los Productos Alimenticios y su Etiquetado.</p>	<p>El responsable en Rusia es el Servicio Federal de Supervisión de los Derechos de Protección al Consumidor y Bienestar Social “Rosпотребнадзор”</p>	<p>http://www.eurasiancommission.org/ru/act/textreg/deptexreg/tr/Documents/TrTsPishevkaMarkirovka.pdf</p> <p>La traducción fue realizada por la Agregaduría Agrícola en la federación de Rusia y entregada al SAG/SERNAPESCA/MINAGRO/DIRECCION.</p>

Muestra de etiquetado de caja de pasas de 10 kg. del proveedor chileno Agromar.

Foto del Producto	Descripción de Etiqueta
	<ul style="list-style-type: none"> - nombre y variedad del producto; - nombre y dirección del fabricante; - país de producción del producto/ país de origen - fecha de cosecha y producción - fecha de fabricación del producto - nombre y dirección del importador - nombre y dirección de la organización en Rusia, autorizada a recibir reclamaciones (importador) - marca comercial del productor (si hay); - contenido del producto; - valor nutricional; - peso neto, volumen o cantidad de producto; - condiciones de almacenamiento; - vida útil del producto; - valor energético; - número del partido

6. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.

Certificaciones y Sellos Obligatorios

Organismo	Organismo que fiscaliza	Nombre del Sello	Breve Descripción	Página Web
Unión Económica Euroasiática	En Rusia ante la Unión Económica Euroasiática el fiscalizador es el Rosselkhoznadzor	Se precisa el Certificado Fitosanitario Certificado Forma A	El responsable en Rusia es el Servicio de Control Veterinario y Fitosanitario de la Federación de Rusia "Rosselkhoznadzor" Los comercializadores de fruta seca NO necesitan estar registrados en el listado de exportadores	http://www.fsvps.ru/

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

La Pasa es un producto de la uva procesada de acuerdo a una tecnología especial. Las pasas pertenecen al grupo de los Frutos Secos y Deshidratados. Rusia no cultiva uvas en volúmenes industriales, por ende todas las pasas que se consumen ingresan a Rusia como importaciones. Las pasas mantienen una posición de liderazgo en el mercado ruso de los frutos secos debido a sus precios relativamente accesibles y la tradición rusa de utilizarlas en la industria alimenticia y en la comida casera.

Por sus aspectos nutricionales, las pasas atraen atención de compradores, que están orientados al consumo de productos saludables: las pasas tienen alto contenido de potasio: 100 gramos contiene 860 mg de potasio. Además comprenden elementos tales como fósforo, sodio, calcio, magnesio, hierro y vitaminas B1, B2, B5, PP (niacina). El producto tiene alto contenido calórico y consta de 264 kcal por 100 g de producto. Por ejemplo, 100 g de pasas Sultana tienen 279 kcal.

2. Importaciones (*valor, volumen y precios promedio*) del producto últimos 3 (tres) años por país.

Rusia Estadísticas de Importación
Artículo: 080620, Secas, Incluidas Las Pasas

Años calendario: 2012 - 2014

País Socio	Dólar Estadounidense			% de participación			% de cambio
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2014/2013
El Mundo	74117100	71336664	48686861	100.00	100.00	100.00	- 31.75
Irán	41998112	34041376	17041197	56.66	47.72	35.00	- 49.94
Afganistán	9971150	11664697	11167508	13.45	16.35	22.94	- 4.26
Turquía	6990216	7407978	9063858	9.43	10.38	18.62	22.35
Chile	11168180	12385990	7339633	15.07	17.36	15.08	- 40.74
India	895864	1247352	1638830	1.21	1.75	3.37	31.38

Rusia Estadísticas de Importación
Artículo: 080620, Secas, Incluidas Las Pasas

Años calendario: 2012 - 2014

País Socio	Unidad	Cantidad			% de participación			% de cambio
		2012	2013	2014	2012	2013	2014	2014/2013
El Mundo	KG	45057581	43396223	30276188	100.00	100.00	100.00	- 30.23
Afganistán	KG	9595708	9949566	10348685	21.30	22.93	34.18	4.01
Irán	KG	24419100	19387537	9300727	54.20	44.68	30.72	- 52.03
Chile	KG	6230319	7268645	4252777	13.83	16.75	14.05	- 41.49
Turquía	KG	2523619	2974312	3634665	5.60	6.85	12.01	22.20
India	KG	583350	767810	1076740	1.29	1.77	3.56	40.24

Rusia Estadísticas de Importación
Artículo: 080620, Secas, Incluidas Las Pasas

Años calendario: 2012 - 2014

País Socio	Unidad	Valor unitario(Dólar Estadounidense)			% de participación			% de cambio
		2012	2013	2014	2012	2013	2014	2014/2013
El Mundo	KG	1.64	1.64	1.61				- 2.18
Irán	KG	1.72	1.76	1.83				4.35
Afganistán	KG	1.04	1.17	1.08				- 7.95
Turquía	KG	2.77	2.49	2.49				0.12
Chile	KG	1.79	1.7	1.73				1.28
India	KG	1.54	1.62	1.52				- 6.31

Rusia Estadísticas de Importación
Artículo: 080620, Secas, Incluidas Las Pasas

Años calendario: 2012 - 2014

País Socio	Unidad	2012		2013		2014	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	KG	74117100	45057581	71336664	43396223	48686861	30276188
Irán	KG	41998112	24419100	34041376	19387537	17041197	9300727
Afganistán	KG	9971150	9595708	11664697	9949566	11167508	10348685
Turquía	KG	6990216	2523619	7407978	2974312	9063858	3634665
Chile	KG	11168180	6230319	12385990	7268645	7339633	4252777
India	KG	895864	583350	1247352	767810	1638830	1076740

Para el mes de Junio del 2015 Global Trade Atlas no tiene estadísticas de la Aduana rusa en importaciones.

Análisis de la Competencia

En el año 2014, en volúmenes físicos, Chile ocupó el 3er lugar en las importaciones rusas, después de Irán y Afganistán.

En valores, Chile tiene la 4ta posición después de Irán, Afganistán y Turquía. Cabe señalar que las estadísticas reales pueden ser diferentes a las publicadas. La explicación es la siguiente:

En julio del 2010, Rusia, Bielorrusia y Kazajstán crearon la Unión Aduanera con un único territorio aduanero, que permitió realizar la comercialización de mercaderías entre estos 3 países sin recaudaciones aduaneras (acuerdo de libre tránsito de mercaderías). Según los contratos sectoriales, a partir del 2010 Tayikistán y Uzbekistán reorientaron sus exportaciones a Rusia a través de Kazajstán, donde el IVA es mucho más bajo que en Rusia (el IVA en Kazajstán es de un 12%), además, los trámites y costos de los servicios aduaneros son más sencillos y económicos. Por ende las estadísticas oficiales de importaciones a Rusia de frutas secas no reflejan la situación real por no contar con una nueva logística de ingreso de mercaderías al territorio de Rusia. Esto se refleja en la 6ta posición de Kazajstán en la lista de importaciones de pasas por volumen:

País Socio	Unidad	Cantidad			% de participación			% de cambio 2014/2013
		2012	2013	2014	2012	2013	2014	
Kazakhstan	KG	0	1379973	561329	0.00	3.18	1.85	- 59.32

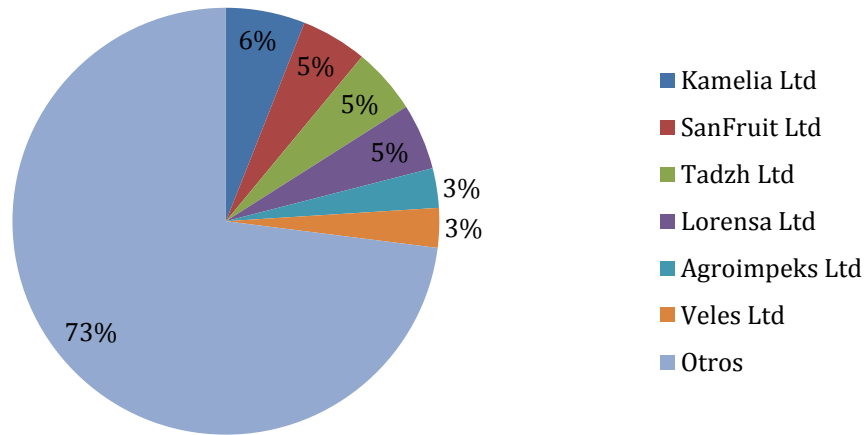
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

Principales Importadores

Entre las compañías rusas se destacan 4 principales importadores de pasas que ocupan entre un 5-6% del mercado, otras 158 empresas importan volúmenes bajos.

Principales importadores de pasas



Importadores y Distribuidores

Las compañías rusas que trabajan con la fruta seca a granel, se subdividen en tres grupos:

- empresas que trabajan básicamente para centros de venta minoristas;
- empresas de comercio mayorista pequeño y mediano;
- grandes empresas mayoristas.

En el primer grupo, figuran los importadores grandes, los que tienen su propia producción de empaques y formatos, además de comercio minorista. Sus productos están a la venta en grandes cadenas de Retail como MAGNIT, X5 RETAIL. Estas empresas cuentan con sus propias líneas de envasado de la fruta seca y posicionan el producto terminado con su propia marca o con marca propia de la cadena. Cada uno de estos productores trabaja con una serie de ítems exclusivos de fruta y tienen amplio surtido. Trabajan sólo con fruta de alta calidad, ocupando por lo tanto, el segmento superior de precios.

Las empresas mayoristas medianas y pequeñas trabajan con la fruta seca tradicional. Operan mayormente con la fruta a granel con destino al procesamiento posterior en la industria de confites, pero algunas de ellas tienen también líneas donde envasan la fruta.

Al tercer grupo pertenecen AB-MARKET de Moscú, AUGUST-TOPFER de San Petersburgo, OREKHPROM de Krasnodar, que actúan como grandes importadores de materia prima para otros productores. Estas empresas también ofrecen fruta seca envasada.

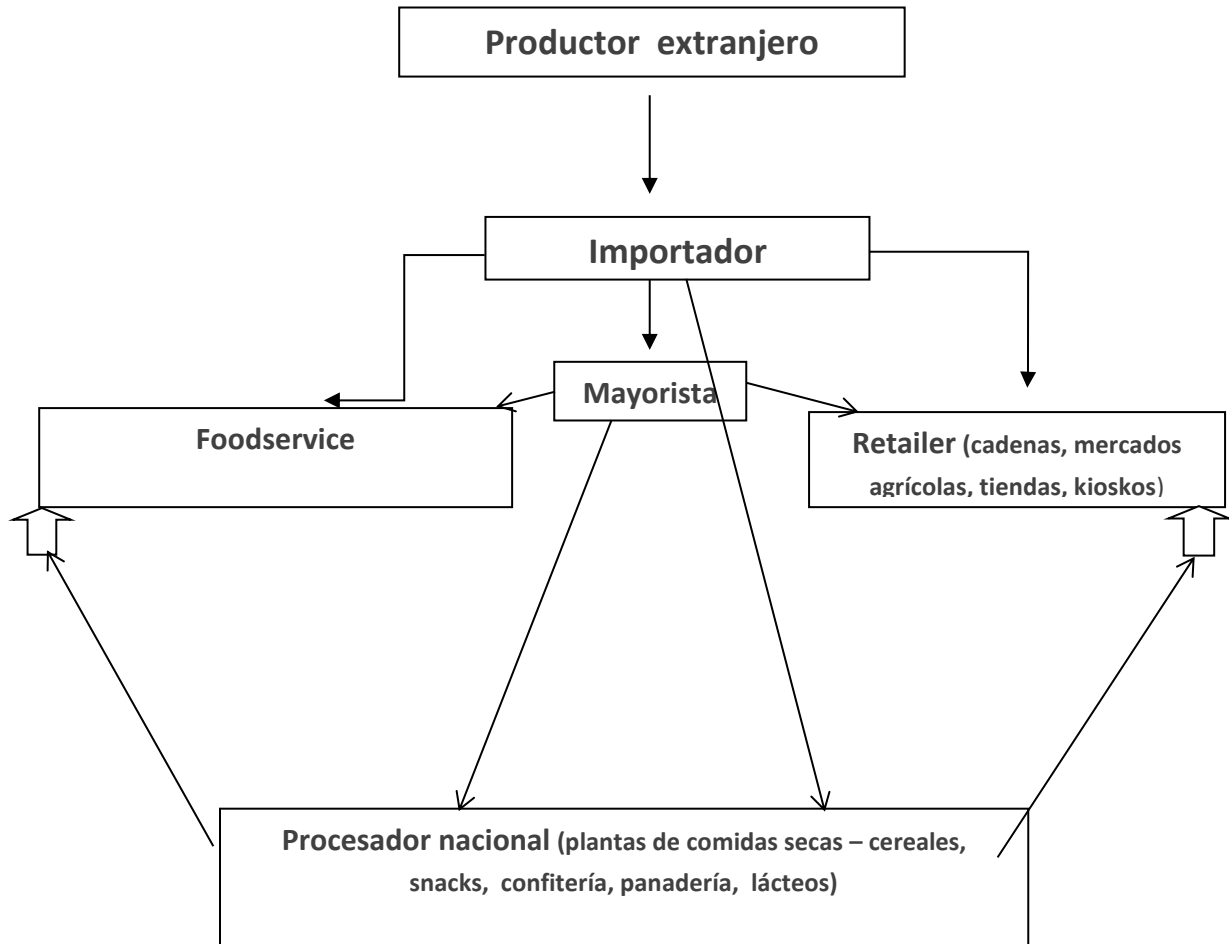
Cadenas de Retail

En los últimos cuatro años se ha visto el desarrollo de una tendencia global en donde el retail en Rusia se ha incorporado a las compras directas en ciertas categorías. El primero en iniciar esta fase fue cadena MAGNIT (Tander). La cadena del sur de Rusia es la primera en ventas y la primera por número de tiendas en el país.

Actualmente, existen 3 cadenas de Retail que presentan compras directas de frutos secos: - LENTA (San Peterburgo) - MAGNIT (Krasnodar) - MONETKA (Ekaterinburgo)

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.

Esquema de canales de Distribución:



3. Posicionamiento del producto en canales analizados

Las pasas se venden en todas las tiendas y supermercados en diferentes formatos: bolsas plásticas de 100/150/200/250/500/800 gramos. En el año 2014, el volumen de ventas de los productos envasados creció un 9% en comparación con el año anterior.

Así mismo, existen ventas a granel en kioskos, mercados agrícolas y cadenas de hipermercados (METRO CASH&CARRY; AUCHAN, SÉPTIMO CONTINENTE), donde se puede comprar frutos secos a su gusto: empaquetados o a granel.

El mercado de los snacks, donde se ofrece frutos secos (o fruta seca), sigue desarrollándose y es el objeto de innovaciones permanentes. Los consumidores exponen cada vez exigencias más altas a la calidad del producto: este debe ser saludable, tener ingredientes naturales y tener envase cómodo para guardar y usarlo. Según la

revista analítica rusa Russian Food & Drinks Magazine, en el año 2013, la producción de snacks creció en 3% y correspondió a 352.5 miles de toneladas.

Para el futuro, los expertos pronostican un crecimiento del consumo directo de frutos secos y deshidratados, aunque la situación de las restricciones económicas afecta a estos productos en gran medida, calificándose ellos como no de primera necesidad. Sin embargo, a esta altura se puede afirmar que en la sociedad rusa existe un segmento de la población que aspira y practica un modo de vida sano y prefiere los frutos secos y deshidratados, pudiendo reconocer sus hábitos que establecen la necesidad de consumirlos diariamente.

Cabe destacar que las industrias del pan, de productos comestibles secos (cereales, snacks, etc), confites y de lácteos en donde se utilizan mucho las pasas, requieren este producto en forma permanente, el cual se utiliza en las recetas de panes, galletas, tortas, chocolates, yogures, quesones, helados, dulces de leche y alimentos para los niños.

4. Estrategia comercial de precio.

Según comentarios de distintos analistas del mercado ruso, los empresarios chilenos mantienen los precios altos y estables y no son flexibles negociando precios con los compradores rusos. Los especialistas del mercado opinan que la situación económica y los precios para las pasas en el mercado mundial, obligarán a los proveedores chilenos a pensar en reducir sus precios para mantener sus niveles de ventas y atraer a los importadores rusos y, lo que es más importante, mantener el posicionamiento del producto chileno en el mercado ruso, que es un punto estratégico para los mercados futuros hacia el Lejano Oriente y el interior de China.

5. Política comercial de proveedores.

Las importaciones de pasas se redujeron en un 40% en los primeros cinco meses de 2015, comparado con el mismo período del año pasado. La disminución máxima registrada fue en enero y correspondió a un 54%, la mínima - en marzo y fue de un 23%. Los principales exportadores de pasas son Irán y Afganistán, ocupan casi el 80% del mercado ruso de pasas.

Se mantienen las importaciones tradicionales de pasas desde Uzbekistán y Tayikistán. Cabe señalar que la calidad de las pasas uzbekas y afganas no es muy alta, pero está mejorando poco a poco, debido a que adoptan tecnologías modernas en la producción de las mismas. En Uzbekistán se ubica el holding Berad Agro (Berad Group), que se especializa en cultivo, procesamiento y empaque de frutos secos.

6. Política comercial de marcas.

Proveedor-Importador

La forma de pago depende del grado de conocimiento y de las relaciones entre el proveedor y el importador y por ende en la confianza entre ellos. Los empresarios que recién comienzan a vender deben considerar que lo habitual es recibir el 30% del monto del contrato como anticipo y el resto del dinero contra la presentación de los documentos de embarque (primero se envían los documentos escaneados vía correo electrónico y luego se mandan por un courier). La mayoría de importadores que cuentan con proveedores estables suelen pedir el aplazamiento de pago (un crédito en mercadería), evitando el pre-pago.

Condiciones de ingreso del producto a las cadenas de Retail:

Para depositar artículos en las góndolas del Retail, el proveedor tiene que cumplir condiciones que no están adscritas al Contrato:

El proveedor debe presentar no menos de 5 SKU del producto (en algunas cadenas son 8 SKU).

El Proveedor tiene que prever 3 pagos obligatorios:

- Retro Bonus

Es un descuento de 3-10% del costo total de producción, que se ingresa a la cadena para un periodo limitado;

- Marketing-bonus

Es un descuento de 0-10% del costo total de la producción que se ingresa a la cadena para un periodo limitado;

- Entrance Ticket

En cadenas de retail grandes el Entrance Ticket corresponde a 3.000 rub. por un SKU

En cadenas locales se cobra 1.000 rub. por un SKU;

No hay que pagar Entrance Ticket en el caso cuando el producto se vende como Marca Propia de la cadena.

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

1.1. Formas de consumo del producto.

La población rusa tradicionalmente consume pasas en compotas y en algunos platos de comida casera, como empanadas, papillas, galletas. Cada día más se usan pasas en la producción de snacks, chocolates, yogurts y otros productos lácteos. Hay una categoría de los consumidores que no imagina su vida sin fruta seca y deshidratada y la compran a granel o envasada.

Los envases típicos para el comercio de frutos secos y fruta deshidratada son:

- bolsas plásticas con dos costuras horizontales y una vertical (masa del producto -20 g – 1 kg)
- bolsas plásticas con el fondo pegado plano y una costura arriba (masa del producto - 30 g – 1 kg)
- bandejas plásticas con una folia plástica transparente encima (masa del producto – a partir de 20 g, depende del tamaño de la bandeja)
- canastas con una folia plástica transparente
- cajas de cartón plisado con bolsas plásticas adentro (masa del producto – a partir de 1 kg)
- envase al vacío (masa del producto – de 10 a 14 kg)

VII. Benchmarking (Competidores)

1. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

En la época soviética los consumidores rusos no sabían sobre existencia de las diferentes variedades de pasas y las identificaban en forma sencilla: por color (oscuro/claro) y tamaño (grande/pequeño). Igual no definían un país de origen, considerando que todas las pasas tenían origen uzbeko.

Actualmente, la situación ha mejorado, pero solo los profesionales del mercado conocen las variedades de pasas que se suministran a Rusia.

Las variedades de pasas más conocidas en Rusia son:

Uzbekistán, Tayikistán, Afganistán	Turquía	Irán	Chile	Sudáfrica
Sabza; Bedona; Soyagi	Sultana (es la única variedad de pasa turca que se exporta a Rusia)	Malayar; Sultana; Kashmar (se compite con Gold Jumbo desde Chile); Banavat (variedad Sultana); Sun Dried	Thompson; Flame; Golden; Crimson; Black seedless;	Thompson; Flame; Golden; Black Seedless

Por el calibre, las pasas se subdividen en Jumbo (más de 310); Estándar (310 – 370); Medium (370 – 500); Small (500 – 650);

Las pasas con pepas son de la mejor calidad, porque no pasan procesamiento mecánico en momento de separación de uva del tallo, y es cuando la uva guarda su mejor presentación. El 99% de las pasas rubias que se venden en las tiendas son procesados con aire caliente con dióxido de azufre para darle a las pasas ese color amarillo. Las pasas rubias secadas en forma natural son de color castaño claro.

2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado

Precios mayoristas de venta de pasa a granel

- Lista de precios mayoristas presentados incluye precios para ventas a granel de pasas desde Chile y Sudáfrica, país que se compite con Chile en calidad del producto.

**Precios mayoristas para pasas desde Sudáfrica.
Cosecha de la segunda década de junio del 2015. Disponibilidad en depósito de importadores en San
Petersburgo: julio 2015.**

Variedad	Precio en USD/kilo
Thompson Jumbo standard	2,4
Thompson small choice	2,56
Thompson bold choice	2,56
Thompson bold standard	2,36
Flame bold choice	2,46
Flame bold standard	2,36
Flame medium choice	2,51
Golden medium choice	3,43
Golden medium standard	2,97
Golden Bold choice	3,99
Golden Bold standard	2,97
Golden Jumbo standard	4,50
Orange river sultanas medium choice	2,92
Black Seedless Stsndard	2,31

**Precios mayoristas para pasas desde Chile.
Cosecha de la segunda década de junio del 2015. Disponibilidad en depósito de importadores en San
Petersburgo: julio-agosto 2015.**

Variedad	Precio en USD/kilo
Thompson Jumbo	2,56
Flame Jumbo	2,77
Flame Jumbo B-grade	2,36
Golden Jumbo	4,33

Se presenta también el listado de precios para pasas a granel importadas desde Irán, Afganistán y Chile.

En la tabla aparecen 2 tipos de precios:

- El precio de venta desde el depósito del importador/distribuidor (precio en mercado interior, columna 3);
- El precio final del producto para el importador (precio proveedor-costo de trámites de ingreso – costo de traslado hasta depósito del importador, columna 4)

Imagen o Nombre del Producto/Fabricante	Unidad de Medida	Precio en el mercado interior (en US\$)	Precio del producto para importador (en US\$)	País de origen	Tipo de Envase
Pasas Gold.	1 kg	3.09		Irán	Cajas de 10;12,5; 20 kg
Pasas Sultana Jumbo	1 kg	2.17		Afganistán	Cajas de 10;12,5; 20 kg
Pasas Flame B- grade	1 kg		2.36	Chile	Cajas de 10;12,5; 20 kg
Pasas Thompson	1 kg		2.56	Chile	Cajas de 10;12,5; 20 kg
Pasas Jumbo Gold		5,25	4,33	Chile	Cajas de 10;12,5; 20 kg
Pasas Jumbo Flame		3,64	2,77	Chile	Cajas de 10;12,5; 20 kg

3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales

Las Campañas de Marketing principales: se desarrollan en las Ferias Internacionales; se organizan degustaciones profesionales y degustaciones para consumidores finales en puntos de venta de productos; publicaciones en medios de prensa masivos y especializados (ejemplo propio: edición del 2014 de la revista Russian Food & Drinks dedicada al sector de Frutos secos y Nueces de Chile organizada y financiada por Asociación ChileAlimentos)

Ferias Internacionales

Nombre de la Feria	Periodicidad	Página Web
Feria Internacional de alimentos World Food Moscow	Anual (septiembre)	http://www.world-food.ru/en-GB/about.aspx
Feria Internacional de Alimentos PRODEXPO	Anual (febrero)	http://www.prod-expo.ru/en
Feria Internacional de Ingredientes	Anual (marzo)	http://www.ingred.ru/en-GB/

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

Según los comentarios de los importadores de frutos deshidratados, la caída de las importaciones de pasas en un 40% demuestra los síntomas de inestabilidad económica rusa que refleja la reducción en 3 veces de la demanda de pasas por parte de las fábricas productoras de alimentos secos, productos lácteos y confitería.

Uno de los importadores relevantes del producto da la siguiente opinión: se espera una regulación de la situación con respecto a las pasas chilenas debido a su alta calidad y que se consumen, en su mayor parte, en el segmento de HoReCa y para el consumo directo.

Según las recomendaciones de los importadores rusos, sería de gran apoyo para la imagen de los frutos deshidratados y que permita mejorar su conocimiento, realizar degustaciones a consumidores, en supermercados y mercados de Moscú, San Petersburgo, Ekaterinburgo y otras ciudades grandes donde la marca de Chile está bien posicionada a través de otros productos conocidos.

IX. Fuentes de información relevantes (links).

<http://www.rus-fdm.com/>

Revista analítica especializada en industria alimenticia

<http://msk.pulsen.ru>

Agencia analítica

<http://www.givemebid.com>

Agencia analítica especializada en frutos secos y nueces

<http://www.catz.nl>

Agencia analítica

<http://www.vvs-info.ru>

Agencia analítica

<http://www.gks.ru>

Servicio Federal de Estadísticas de la FR;

<http://www.customs.ru>

Servicio Federal Aduanero de la FR;

www.economy.gov.ru

Ministerio de Economía de la FR;

<http://www.nalog.ru>

Servicio Federal Tributario de la FR;

<http://www.eurasiancommission.org>

Comisión Euroasiática (Union Aduanera)

<http://rospotrebnadzor.ru/news>

Servicio Federal de Inspección en Materia de Defensa de
Derechos de los Consumidores y Bienestar de la Población
(Rospotrebnadzor)

- Materiales proporcionados por Agregaduría Agrícola de la Embajada de Chile en Rusia
- Presentación del importador August Topfer sobre Mercado ruso de pasas autorizado para su publicación

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Rusia en Junio 2015