
Estudio de Mercado de Quesos en Rusia

Noviembre 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Moscú

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	7
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	7
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	9
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	10
1. Estadísticas 2010	10
2. Estadísticas 2009	11
3. Estadísticas 2008	12
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	14
1. Potencial del producto.	14
1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.	22
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	23

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).	24
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	25
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	26
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	28
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	34
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	42
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	44
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	44
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	44
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	45

I. PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

04.06.00.00.	Quesos y requesón
04.06.90.00.	Los demás quesos
04.06.90.23	Queso Edam
04.06.90.25	Queso Tilsit
04.06.90.78.	Queso Gouda

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

El estudio describe la situación general en el mercado ruso de quesos, poniendo atención especial al grupo Los demás quesos que incluye quesos duros de marcas Gauda – Edam - Tilsit, las cuales representan productos de gran consumo interno y potencial de exportaciones de nuestro sector de lácteos.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

04.06.00.00.	Quesos y requesón
04.06.90.00.	Los demás quesos
04.06.90.23	Queso Edam
04.06.90.25	Queso Tilsit
04.06.90.78.	Queso Gouda

II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Glosa arancelaria	Denominación producto	Arancel base
04.06.00.00.	Quesos y requesón	15%, pero no menos de 0,3 Euros por 1 kg
04.06.90.00.	Los demás quesos	15%, pero no menos de 0,6 Euros por 1 kg
04.06.90.23	Queso Edam	15%, pero no menos de 0,6 Euros por 1 kg
04.06.90.25	Queso Tilsit	15%, pero no menos de 0,6 Euros por 1 kg
04.06.90.78.	Queso Gouda	15%, pero no menos de 0,6 Euros por 1 kg

Fuente: Tarifa Única de Aduana de la Unión Aduanera 2011; Resolución de la Comisión de la Unión Aduanera Nro.369 del 17.08.2010

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

Glosa arancelaria	Denominación producto	Arancel base
04.06.00.00.	Quesos y requesón	11,25%, pero no menos de 0,225 Euros por 1 kg
04.06.90.00.	Los demás quesos	11,25%, pero no menos de 0,45 Euros por 1 kg
04.06.90.23	Queso Edam	11,25%, pero no menos de 0,45 Euros por 1 kg
04.06.90.25	Queso Tilsit	11,25%, pero no menos de 0,45 Euros por 1 kg
04.06.90.78.	Queso Gouda	11,25%, pero no menos de 0,45 Euros por 1 kg

Fuente: Tarifa Única de Aduana de la Unión Aduanera 2011; Resolución de la Comisión de la Unión Aduanera Nro.369 del 17.08.2010

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

En general, 125 países gozan de ciertas preferencias, de ellos 104 tienen el mismo régimen que Chile (todos los países de América Latina, entre ellos, Argentina y Uruguay, exportadores de quesos a Rusia, están incluidos en esta lista de preferencias).

4. OTROS IMPUESTOS:

Se paga también el IVA que se calcula de acuerdo a la siguiente fórmula: (valor declarado del producto+ arancel) x 10% (Orden del Comité Estatal de Aduana de Rusia Nro.131 del 07.02.2001 y el Decreto del Gobierno de Rusia Nro.908 del 31.12.2004).

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

En dependencia de la coyuntura en el mercado ruso de lácteos, el Gobierno aplica medidas proteccionistas, que incluyen modificación de los aranceles de importación, restricciones temporales para el ingreso de productos tanto de plantas productoras de tal o cual país como del país en general (según su situación epizootica), habilitación de plantas productoras extranjeras que tienen derecho de exportar sus productos a Rusia. Por ejemplo, durante muchos años el arancel base para el grupo 04.06 era de 15%, pero no menos de 0,3 Euro por 1 kg. En 2005, por sugerencia de la Unión de Productores Pecuarios y la Unión de Productores de Lácteos de Rusia y con el propósito de proteger intereses de productores nacionales, el Gobierno tomó la decisión de aumentar el componente físico del arancel de 0,3 Euro por 1 kg a 0,7 Euro por 1 kg para los quesos importados más baratos. Se establecen precios mínimos, para los efectos de pago de recaudaciones aduaneras, con el fin de obligar a los importadores a declarar valores correctos de productos importados, para aumentar de este modo los ingresos de la Aduana por este concepto.

Precios de lácteos establecidos para los efectos de control de Aduana

- mantequilla – US\$ 1,15 por 1 kg;
- quesos fundidos – US\$ 1,45 por 1 kg;
- quesos azules – US\$ 4,00 por 1 kg;
- otros quesos – US\$ 1,75 (provenientes de los países extranjeros), US\$ 1,45 (provenientes de los países Bálticos);
- quesos cortados y envasados, en tarros de vidrio – US\$ 2,00 por 1 kg.

Fuente: Carta de la Aduana Nro.66-11/16388 del 11.06.2002)

Anexo 1 a la carta de la Aduana Severozapadnaya Nro. 01-28-07/10895 del 05.07.2002

(Precios de los quesos del grupo 04.06 para los efectos de control de la Aduana)

Nombre del producto	País de origen	Precio mínimo establecido US\$/kg
Oltermani	Finlandia	2,00
Gauda (de cabra)	Holanda	5,00
Gauda (“arandela” – redondo)	Holanda	1,60
Graf, Grave, 45% de grasa, 12 kg	Suecia	1,55
Dana Blue 50% de grasa	Dinamarca	2,30
Domashny (Casero)	Suecia	1,60
Dor Blue 100g segmentos	Alemania	3,30

Hofmaister 50% de grasa, block	Alemania	1,98
Eliseevsky 45% de grasa	Suecia	1,58
Illertaler, Emmentaler 45% de grasa	Alemania	2,10
Camedul 45% de grasa	Polonia	1,66
Coldamer, Krolevsky, Kurkovsky 45% de grasa	Polonia	1,63
Maasdamer 45% de grasa, redondo	Alemania	1,57
Maasdam 45% de grasa	Holanda	1,60
Maasdam 45% de grasa	Francia	1,60
President, Lactalis	Francia	1,60
Natura, Arla	Suecia	1,80
Queso de oveja	España	7,10
Paladin con moho 50% de grasa	Alemania	2,20
Parmesan rallado 250 g	Alemania	2,13
Camamber, Rosenborg 125 g	Dinamarca	4,70
Queso fundido Almette 60% de grasa 150g	Alemania	2,50
Queso fundido Hohland pedazos 150 g	Alemania	1,87

Fuentes de información: Tarifa Única de Unión Aduanera, programa computacional TNVED

III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Se requieren certificado de origen (Forma A), certificado veterinario (su formato está en poder de SAG y de la Agregaduría Agrícola de la Embajada de Chile en Rusia); el producto debe corresponder a las normativas técnicas vigentes en Rusia (Decreto del Gobierno Nro. 956 del 15.12.2008, Ley Federal Nro.88 –F3 del 12.06.2008 y el Decreto del Gobierno Nro. 53 del 07.02.2008). En los documentos que se presentan a la Aduana se coloca el timbre “Ingreso autorizado”. Fuentes: Programa computacional “Tarifas Arancelarias de la Unión Aduanera y Federación de Rusia, 2011”(TNVED)

Observaciones:

- El certificado veterinario para exportar productos lácteos a Rusia entró en vigor en 2009 (su formato fue acordado entre Rosselkhoznadzor ruso y SAG);
- La Aduana rusa realiza el control estricto del valor declarado de los quesos, estableciendo precios mínimos a partir de los cuales se calculan las recaudaciones aduaneras (ver la información en el p.5 del apartado 2)
- Por solicitud de Rosselkhoznadzor, el SAG está obligado a presentar en forma regular listados de empresas exportadoras, asumiendo al mismo tiempo la responsabilidad por la inocuidad de sus productos. A la fecha estas empresas son:

LISTA DE EMPRESAS DE LA REPÚBLICA DE CHILE HABILITADAS POR ROSELKHOZNADZOR (a noviembre de 2011)

<http://www.fsvps.ru/fsvps/importExport/chili/enterprises.html?product=26&productType=5>

N°	Establecimiento	N° LEEPP	Dirección	Comuna	Productos elaborados
1	Sociedad Procesadora de Leche del Sur S.A.	10-13	Quinchilca s/n	Los Lagos	Queso - suero de leche
2	Sociedad Procesadora de Leche del Sur S.A	10-07	Calle Nueva Nueve s/n	Osorno	Leche en polvo – mantequilla - suero de leche
3	Sociedad Colectiva Comercial Jorge y Mario Meyer Buschmann	10-06	Fundo Mulpulmo	Osorno	Queso - leche en polvo – suero de leche – mantequilla
4	Cooperativa Agrícola y Lechera de La Unión Ltda.	10-04	Esmeralda 641	La Unión	Queso - leche en polvo – leche UHT – suero de leche – mantequilla – dulce de leche
5	Surlat Industrial S.A.	09-03	Arturo Prat 410	Pitrufquén	Queso - leche en polvo – leche UHT – suero de leche – mantequilla – dulce de leche
6	Quesos Chilesur S.A.	09-24	Brasil 650	Loncoche	Queso - suero de leche
7	Alimentos Puerto Varas S.A.	10-21	Km. 2 Camino Nueva Braunau	Puerto Varas	leche en polvo – suero de leche
8	Watt's S.A.	13-104	Camino Lonquén 12.021	San Bernardo	Leche líquida – cremas - yogurths
9	Watt's S.A.	10-08	Longitudinal Sur s/n	Osorno	Queso - leche en polvo – crema en polvo – suero de leche – mantequilla
10	Lácteos del Sur S.A.	10-16	Pindaco s/n	Río Bueno	Queso - leche en polvo – mantequilla
11	Nestlé Chile S.A.	08-01	Bernardo O'Higgins 900	Los Angeles	Leche en polvo – leche UHT – suero de leche – mantequilla – dulce de leche

12	Nestlé Chile S.A.	10-01	Francisco del Campo s/n	Osorno	Leche en polvo – leche UHT – suero de leche – mantequilla – dulce de leche
13	Nestlé Chile S.A.	10-02	Av. La Marina s/n	Llanquihue	Leche en polvo – leche UHT – suero de leche – mantequilla – dulce de leche

Fuente: Rosselkhoznadzor, Agregaduría Agrícola de Chile en Rusia

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Las entidades públicas claves para el ingreso de quesos a Rusia son Rosselkhoznadzor – veterinarios rusos, análogo de nuestro SAG (www.fsvps.ru), Rospotrebnadzor - Servicio federal para la supervisión de la protección de los derechos del consumidor y el bienestar de la población (www.rospotrebnadzor.ru), Rostekhnregulirovanie – Rosstandart – elaboración de normativas técnicas de todos los productos (www.gost.ru) y la Aduana (www.customs.ru).

La contra etiqueta de quesos en el idioma ruso tiene que comprender la siguiente información:

- Nombre del producto
- Categoría de calidad (si tiene)
- Fabricante, envasador, exportador, importador – nombres, direcciones completas, país de origen
- Marca comercial (si existe)
- Masa neto
- Composición del producto
- Conservantes y otros aditivos alimenticios (si se aplican)
- Valor nutritivo, vitaminas (para los productos que las contienen)
- Condiciones de almacenamiento
- Fecha de caducación
- Documento técnico o normativa la cual identifica el producto
- Información sobre la certificación del producto



Fuente: Sociedad de Protección de derechos del consumidor – normas de etiquetado de productos alimenticios:
<http://ozpp.ru/library/norubs/9324/index.html>

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

Glosa 04.06.00.00 Quesos y requesón

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	83 007 151	337 117 405	28,21
Ucrania	66 429 749	368 781 682	22,57
Finlandia	31 731 320	134 292 519	10,78
Subtotal	181 168 220	840 191 606	61,56
Total	294 280 612	1 319 613 502	100,00

Glosa 04.06.90.00 Otros quesos

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	71 387 601	286 745 791	29,23
Ucrania	66 282 949	368 470 101	27,14
Holanda	24 456 808	110 712 095	10,01
Subtotal	162 127 358	765 927 987	66,38
Total	244 206 275	1 135 123 836	100,00

Glosa 04.06.90.78 Queso Gouda

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	25 524 870	98 053 473	76,27
Holanda	2 839 637	11 846 165	8,48
Finlandia	1 827 119	6 787 277	5,46
Subtotal	30 191 626	116 686 915	90,21
Total	33 466 735	129 426 426	100,00

2. ESTADÍSTICAS 2009

Glosa 04.06.00.00 Quesos y requesón

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Ucrania	61 566 911	249 340 697	26,94
Alemania	49 692 140	181 658 228	21,74
Lituania	29 420 090	100 361 440	12,87
Subtotal	140 679 141	531 360 365	61,55
Total	228 548 796	875 821 307	100,00

Glosa 04.06.90.00 Otros quesos

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Ucrania	61 377 630	249 002 451	32,47
Alemania	41 910 789	148 117 221	22,17
Lituania	23 682 127	89 555 527	12,53
Subtotal	126 970 546	486 675 199	67,17
Total	189 034 348	742 896 086	100,00

Glosa 04.06.90.78 Queso Gouda

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	14 891 879	49 195 752	70,86
Finlandia	2 350 930	7 464 884	11,19
Holanda	1 056 151	4 040 994	5,03
Subtotal	18 298 960	60 701 630	87,07
Total	21 014 810	69 580 997	100,00

3. ESTADÍSTICAS 2008

Glosa 04.06.00.00 Quesos y requesón

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Ucrania	62 469 815	331 932 984	25,16
Alemania	58 871 191	204 482 555	23,71
Lituania	34 450 163	131 360 449	13,88
Subtotal	155 791 169	667 775 988	62,75
Total	248 278 649	1 070 877 480	100,00

Glosa 04.06.90.00 Otros quesos

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Ucrania	62 227 422	331 325 844	31,13
Alemania	44 912 462	152 394 123	22,47
Lituania	28 492 671	119 370 964	14,25
Subtotal	135 632 555	603 090 931	67,85
Total	199 886 730	889 173 566	100,00

Glosa 04.06.90.78 Queso Gouda

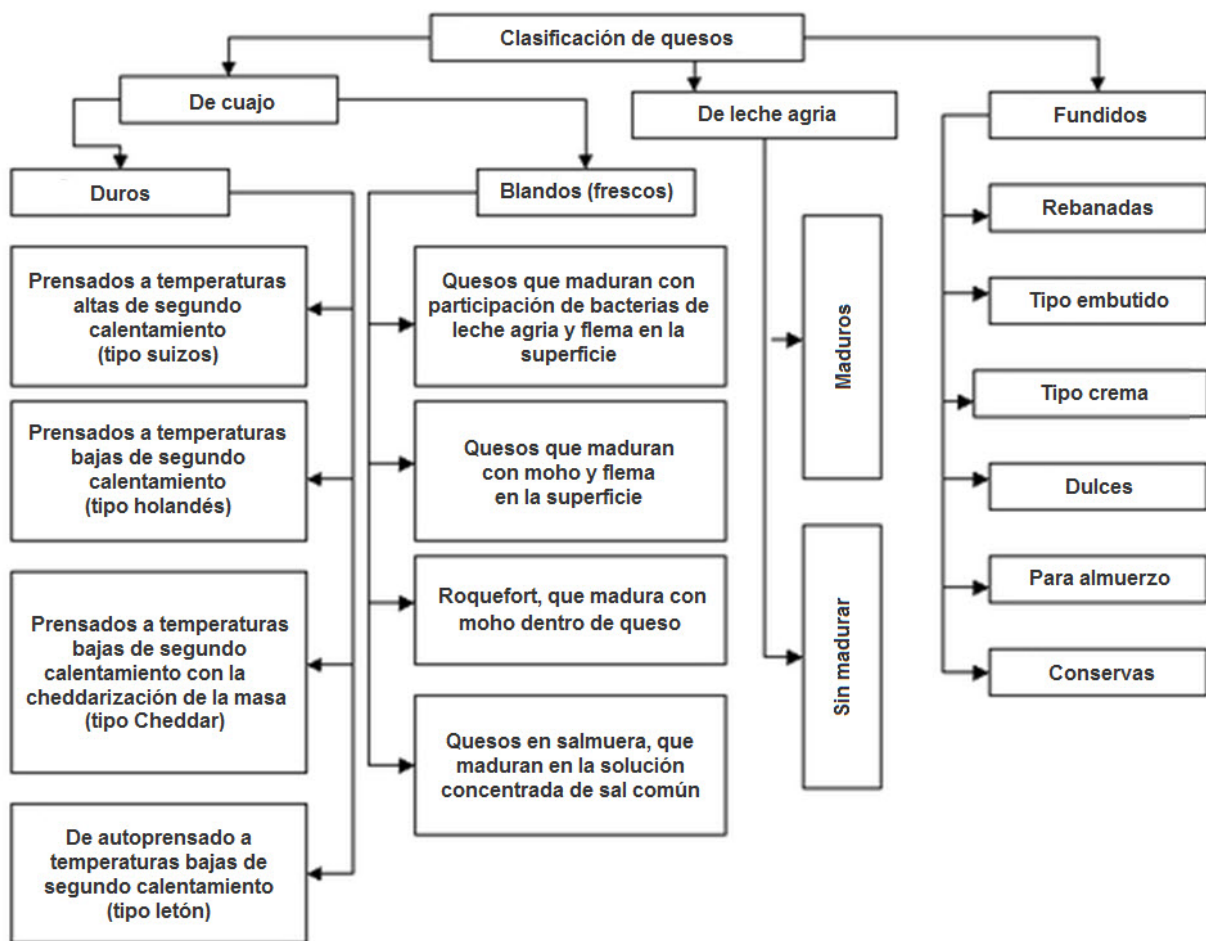
Principales Países de Origen	Cantidad (Kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	14 264 615	44 703 924	69,16
Argentina	3 996 021	12 159 948	19,37
Holanda	872 235	2 848 922	4,23
Subtotal	19 132 871	59 712 794	92,76
Total	20 625 094	65 021 545	100,00

Fuente: Global Trade Atlas

V. POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Previo a ver el potencial del mercado de quesos de Rusia, nos gustaría dar a conocer la clasificación de quesos que se aplica en este país.

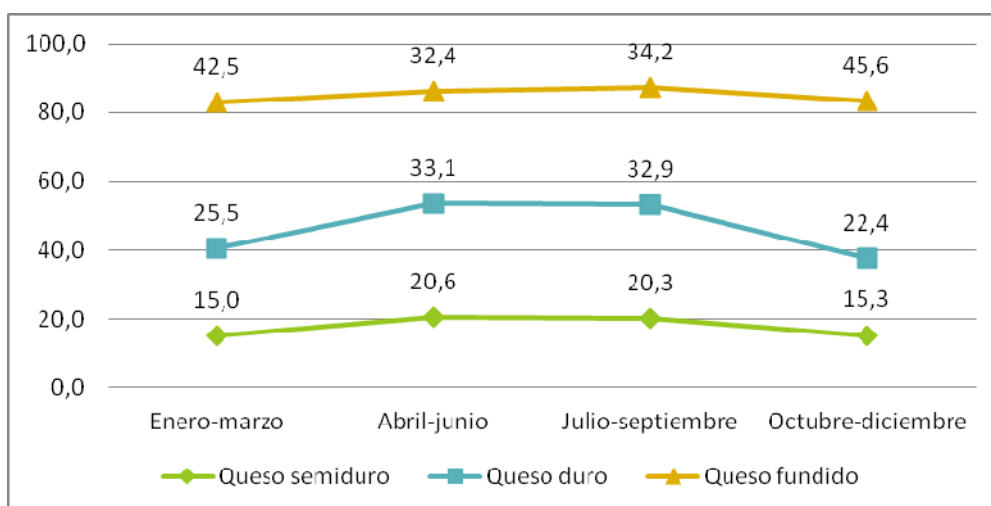


Producción nacional

El volumen total de producción de quesos en Rusia en 2010 superó 388 mil toneladas, de las cuales 37,8%, o sea más de 146 mil toneladas, corresponden a quesos fundidos. El segundo lugar lo ocupan quesos duros (112 mil toneladas o 29% de la producción global). El tercer lugar pertenece a quesos semiduros – 18,1% del total producido. Salta a la vista la distribución de la producción de distintas variedades de quesos entre las temporadas del año, lo cual está relacionado con las características del abastecimiento de la industria con la materia prima. Los quesos semiduros y duros se producen en cantidades mayores durante la primavera – verano, porque en esta temporada sube la producción de leche, siendo su precio más económico. En la producción de quesos fundidos se usa otra materia prima, inclusive grasas vegetales, por lo tanto el top de los volúmenes de su producción se marca en enero – marzo y en octubre – diciembre. En el primer trimestre de 2011 la producción de quesos en Rusia alcanzó 77 mil toneladas, de las cuales 38% corresponde a quesos fundidos; a los quesos duros y semiduros les corresponde 23,6 y 21,8% respectivamente.

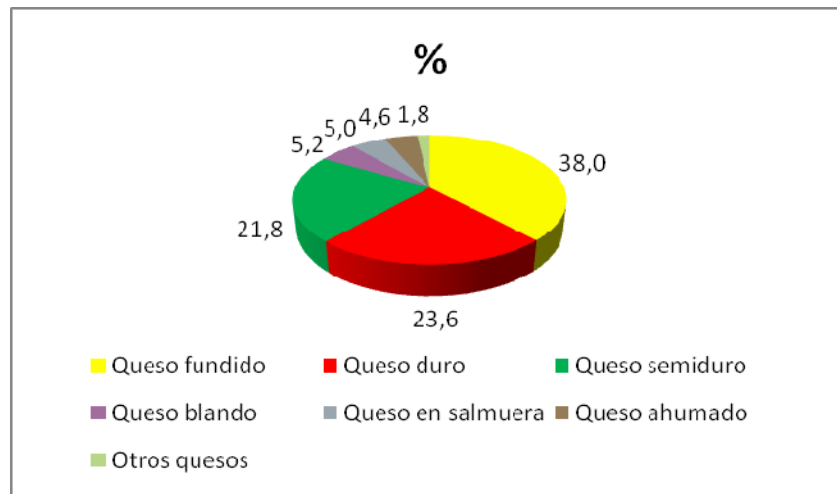
Producción de quesos en 2010 en Rusia, por tipos

(% del volumen total de producción)



Fuente: Agencia Symbol-Marketing

Estructura de producción de quesos por tipos en enero – marzo de 2011 (%)



Fuente: Agencia Symbol-Marketing

En la producción de quesos se destacan la República de Tatarstán (14%), la Región de Moscú (14%), la República de Udmurtia, las Regiones de Krasnodar, Voronezh y Briansk (7% cada una). Fuente – empresa de consultoría AMICO.

Operadores del mercado

La competencia en el mercado ruso de quesos es distinta en cada uno de los segmentos. Por ejemplo, los segmentos de quesos blandos blancos y quesos fundidos cremosos se caracterizan por la mayor estructuración y numerosas marcas comerciales. En el segmento de quesos blancos blandos lideran Arla Foods (Dinamarca), Flechard S.A. (Francia), Hochland SE, Kaserei Champignon Hofmeister GmbH & Co.KG (Alemania), Lactalis Group (Francia), consorcio Unilever (Gran Bretaña – Holanda) y la Planta de lácteos “Guiaguinsky” (República de Adygea). El segmento de quesos fundidos cremosos está repartido entre grandes productores extranjeros – Hochland, Lactalis Group y Valio Ltd. (Finlandia) y la empresa rusa “Karat”. El segmento de quesos duros amarillos y quesos-embutidos se caracteriza por pocas marcas y bajo nivel de consolidación, desarrollándose la competencia no entre las marcas, sino entre las marcas y productos sin marca. En este segmento perfilan un gran número de empresas rusas, extranjeras y de los países de exURSS. El segmento de quesos ahumados tipo “embutido” está representado principalmente por los productores nacionales (Vamin Tatarstán, Planta de mantequilla y quesos Porkhovsky de la región de Pskov, Plantas de quesos fundidos de Omsk y de Ryazán.

OPERADORES DEL MERCADO DE QUESOS DE RUSIA Y SUS MARCAS RESPECTIVAS

Nombre de empresa	Marca comercial
Empresas europeas:	
Wimm-Bill-Dann	Vesioly Molochnik, Lamber
Valio	Valio, Viola, Oltermanni, Hyla
Arla	Arla, Tine, Ambrosi, Henry Willing, Velchuyzen Kaas
Pieno Zhvaigzdes	Svalya, Miau
Rokiskio Suris	Rokiskio Suris
Friesland Campina	Frico
Lactalis	President, Galbani, Societe, Locatelli, Lactel, Chevretine
Flechar	Delactis
Hochland	Hochland, Almette, Fetaxa
Empresas rusas tradicionales:	
Karat	Violette, Karat, Dietlay, Zdravstvuy
Planta de quesos fundidos de Ryazan	Ryazansky, Pereslavl
Plavych	Plavych
Syr Starodubsky	Starodubskie Syri, Beriozka, Starodubskaya Usadba
Mozhgasyr	Mozhgasyr
Vologodsky molochny kombinat	Vologodsky molochny kombinat
Vamin Tatarstán	Vamin
Mayma Moloko	Mayma Moloko

Kirovsky Molochny Kombinat	Kirovsky Molochny Kombinat
Yantar (Voronezh)	Yantar

Fuente: Coruna Branding Group

Exportaciones rusas

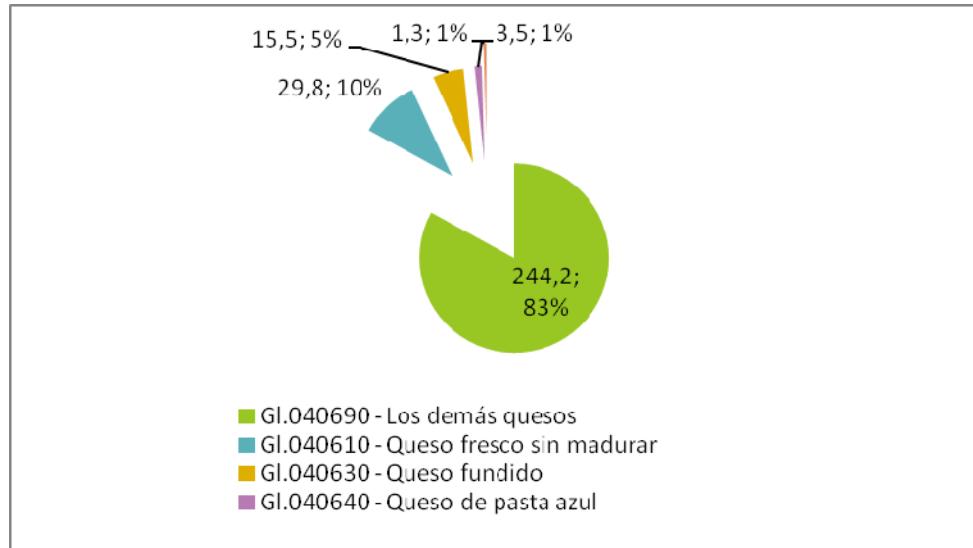
Según los datos de ID-Marketing, éstas representaron 2,6% de la producción nacional, siendo concentradas básicamente en los quesos fundidos (88%), quesos duros (6%), liderados por Gouda y Edamer. De acuerdo con Global Trade Atlas, en 2010 las exportaciones rusas del grupo 0406 (Quesos y requesón) alcanzaron 18,3 mil toneladas, marcando una disminución de 23% desde 2008. De esta manera, las exportaciones rusas de este producto, en términos físicos, son 16 veces menores que las importaciones (294,3 mil toneladas). Principales destinos de la exportación rusa (en total son 15), son Ucrania (39%), Kazajstán (36%) y Azerbaidján (12%).

Importaciones rusas

En total 39 países son proveedores de quesos a Rusia. Entre los quesos importados a este país se destacan Gouda, Edamer, Tilsit y Cheddar que representan más de 40% del total importado.

Principales proveedores de la glosa 0406 (Quesos y requesón) a Rusia son Alemania (28,2%), Ucrania (22,6%), Finlandia (10,8%) Lituania (9,9%) y Holanda (8,3%). Salta a la vista una fuerte concentración de los embarques entre 5 países líderes (casi 95% del mercado en términos físicos). Esta tendencia es común para los principales grupos de quesos importados. Es impresionante la caída de los embarques de Argentina en este período que redujo su presencia en el mercado desde 4,6% en 2008 a 2,2% en 2010, al igual que de Uruguay (desde 1,0% a 0,03%). En cuanto al grupo Los demás quesos glosa 040690, líderes son prácticamente los mismos: Alemania (29,2%), Ucrania (27,1%), Holanda (10,0%), Lituania (9,3%) y Finlandia (6,7%); a Argentina le corresponde tan sólo 1,2% del mercado. Chile aún no ha registrado ventas de quesos a Rusia, a pesar de que están habilitadas varias plantas productoras y existe un certificado veterinario firmado entre Rosselkhoznadzor y SAG.

Estructura de importaciones rusas de quesos en 2010 (toneladas/%)

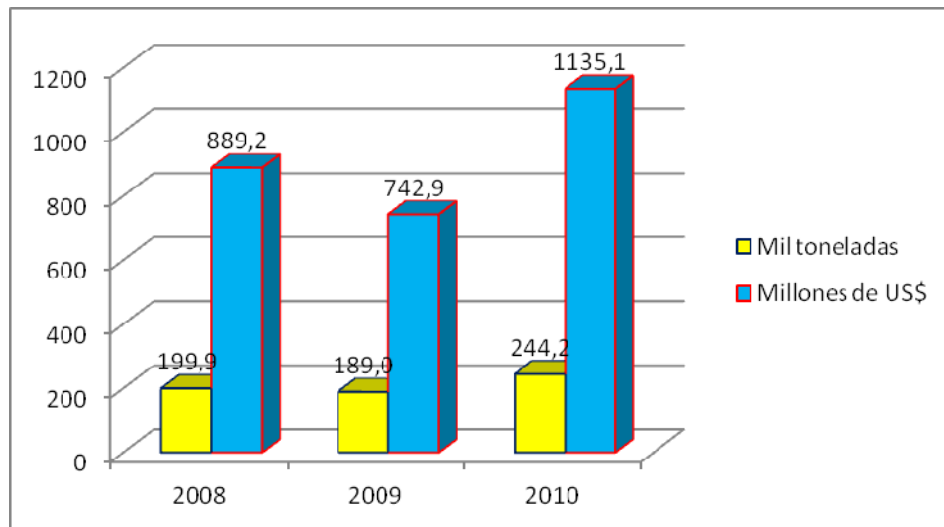


Fuente: Global Trade Atlas

En las importaciones rusas de quesos prevalece el grupo Los demás quesos, de la cual forman parte quesos populares, de mayor consumo en Rusia, como Gouda, Tilsit, Edam y Cheddar. 244,4 mil toneladas y 83% es una muestra de que este grupo de quesos está más demandado por el consumidor ruso, siendo insuficiente la producción nacional.

Las importaciones rusas de quesos muestran una dinámica positiva durante los últimos 6 años. El año 2009 no es representativo por el impacto que tuvo la crisis, por lo tanto si comparamos las cifras de 2010 con las de 2008 salta a la vista en crecimiento de los embarques de esta glosa tanto en términos de valor (+27,7%) como en términos físicos (+22,2%).

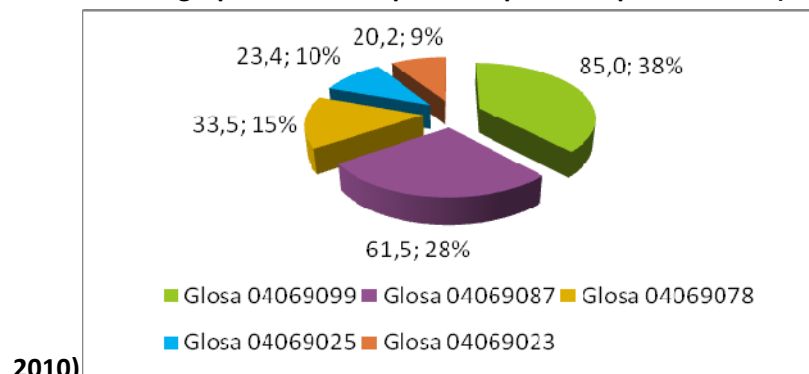
Dinámica de importaciones rusas de Los demás quesos (glosa 040690) en 2008 – 2010



Fuente: Global Trade Atlas

El promedio de precios de importación del grupo Los demás quesos también experimentó la disminución en 2009 desde US\$ 4,45 a US\$ 3,93 en 2009, subiendo a US\$ 4,65 en 2010. Dentro del grupo la dinámica positiva la mostraron quesos de consumo estable y masivo, como Gouda (US\$ 3,15 – 3,31 – 3,87), Tilsit (US\$ 3,38 – 3,52 – 4,13), Edam (US\$ 3,34 – 3,46 – 3,93) y Cheddar (US\$ 3,41 – 3,66 – 4,31).

Estructura del grupo Los demás quesos importados por variedad (año 2010)



Fuente: Global Trade Atlas

Denominación de las glosas indicadas:

Glosa 04069099- Quesos con el contenido de grasa superior a 40% del peso, Glosa 04069087 - Quesos con el contenido de grasa inferior o igual a 40%, Glosa 04069078 - Queso Gouda, Glosa 04069025 - Queso Tilsit, Glosa 04069023 - Queso Edam

La situación con las importaciones de queso Gouda, glosa 04069078, es algo diferente en cuanto a la geografía de los países de origen, perfilando como principales proveedores Alemania, Holanda, Finlandia, Polonia y Argentina, a las cuales les corresponde 97,5% del mercado de este producto.

Importaciones rusas de queso Gouda en 2008 - 2010

País Socio	Unidad	Cantidad			% de participación			% de cambio 2010/2009
		2008	2009	2010	2008	2009	2010	
El Mundo	KG	20625094	21014810	33466735	100.00	100.00	100.00	59.25
Alemania	KG	14264615	14891879	25524870	69.16	70.86	76.27	71.40
Países Bajos (Holanda)	KG	872235	1056151	2839637	4.23	5.03	8.48	168.87
Finlandia	KG	107397	2350930	1827119	0.52	11.19	5.46	- 22.28
Polonia	KG	48575	289954	1343767	0.24	1.38	4.02	363.44
Argentina	KG	3996021	943594	1094510	19.37	4.49	3.27	15.99
Ucrania	KG	255919	426870	311801	1.24	2.03	0.93	- 26.96
Eslovaquia	KG	0	114590	213423	0.00	0.55	0.64	86.25
Lituania	KG	6075	47683	120257	0.03	0.23	0.36	152.20
Estonia	KG	7	131654	120106	0.00	0.63	0.36	- 8.77
República Checa	KG	0	50001	51165	0.00	0.24	0.15	2.33
Australia	KG	50020	77860	20000	0.24	0.37	0.06	- 74.31
Austria	KG	145	256	80	0.00	0.00	0.00	- 68.75
Dinamarca	KG	178765	633388	0	0.87	3.01	0.00	- 100.00
Grecia	KG	8338	0	0	0.04	0.00	0.00	0.00
Estados Unidos	KG	432	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00
Uruguay	KG	836550	0	0	4.06	0.00	0.00	0.00

Fuente: Global Trade Atlas

Observación: cabe señalar que las estadísticas de importaciones rusas de Global Trade Atlas no incluye las cifras de importaciones desde Belarús, el país vecino de Rusia, con el cual ésta tiene el espacio comercial único y no cobra aranceles a los productos bielorrusos. De hecho, Belarús es muy famosa por sus lácteos, sobre todo quesos y requesones. Es importante considerarlo para calcular el potencial del mercado y el consumo de quesos. Los lácteos de Belarús son baratos, frescos (porque la distancia entre ambos países es pequeña) y se comercializan por todas las cadenas y tiendas independientes.

El mercado de lácteos siempre ha sido considerado estratégico, gozando de una atención especial por parte del Estado. En 2008 la demanda anual de lácteos per cápita disminuyó hasta 240 kg, mientras que la norma de consumo en Rusia, recomendada por los médicos, alcanza 390 kg. El desglose de grupos de productos que forman parte del segmento Lácteos da a conocer un lugar especial que ocupan quesos en el mercado de Rusia.

El Mercado de lácteos de Rusia: % de participación de grupos de productos, en valores, 2009

Categoría	%
Quesos	34,9
Grasas blandas	33,8
Leche	19,1
Yogures	6,8
Postres lácteos	4,6
Crema	0,8
Total	100,0%

Fuente: DATA MONITOR

Según esta misma fuente, el mercado de lácteos de Rusia generó en 2009 ingresos por US\$12.4 mil millones, siendo la participación de quesos US\$ 4,3 mil millones, o 34,9%, lo cual muestra su importancia dentro de este grupo y de la canasta de consumo en general.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Del punto de vista de consumo, el queso es uno de los alimentos más universales: en primer término, es un producto terminado apto para el consumo directo; luego es un plato obligatorio de cualquier fiesta donde haya fiambres; además se usa como ingrediente en muchos platos.

Sin embargo, el consumo anual de quesos per cápita en Rusia apenas alcanza 5,5 kilos (cifras de 2009 -2010), mientras que Grecia consume 30 Kg, Francia 24,6 y Polonia 10,7 Kg. Este hecho tiene que ver con la percepción de queso como un producto complementario. En los países con tradiciones históricas del consumo de este producto (Francia, Suiza, Italia y Holanda) el queso representa un plato independiente, mientras que en la mayoría de las familias rusas se consume básicamente en los sándwiches, como componente de ensaladas, sopas y salsas.

Según expertos, el peso más común de una compra de queso es 300 g por un pedazo. Los consumidores opinan que el surtido de quesos duros amarillos de origen ruso es restringido, pero al mismo tiempo destacan que confían más en los quesos nacionales, percibiéndolos como más frescos, naturales y de calidad. De igual manera en la mente de los rusos los quesos que se cortan y se envasan en la misma tienda, se consideran más frescos, mientras que los envasados en la fábrica se consideran menos frescos y más caros. Hoy en día más de 80% de quesos duros comercializados en Rusia se venden a granel. En términos generales, para el consumidor ruso, en la etapa actual de desarrollo del mercado, lo atractivo del envase no es factor clave, pero a medida de la evolución del branding su rol va a crecer.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

El desarrollo activo del segmento de quesos envasados representa hoy día una tendencia innovadora para el mercado ruso. El crecimiento de la economía del país, la incorporación cada día más activa de la mujer en el proceso laboral tienen como consecuencia la aceleración del ritmo de vida, teniendo consumidores cada vez menos tiempo para cocinar en la casa e incluso para comprar en las tiendas que no sean autoservicio, de tipo antiguo, llamadas “con mesón y vendedor”. Los productos envasados, quesos entre ellos, permiten al comprador ahorrar tiempo que se usa para pesarlos y calcular el costo de la compra. El nicho que ocupan quesos envasados sigue siendo pequeño todavía (8% en términos de valor y un poco más de 5% en términos físicos, mientras que en los países europeos los quesos envasados ocupan más de 80% del mercado), pero según expertos, tiene un gran potencial de crecimiento.

En el comercio ruso se puede encontrar tanto quesos en el embalaje tradicional de parafina y cera que interrumpen el proceso de la maduración y conservan sus sabores (básicamente quesos importados), como quesos rusos (en bolsas plásticas, lo cual es mucho más económico que parafina), al igual que quesos rusos e importados en diferentes presentaciones aptas para el consumo directo (pedazos envasados en la planta productora, queso laminado, queso rallado etc.). La primera empresa en Rusia que empezó en 2004 a ofrecer quesos envasados fue PiR-PAK (se trataba de queso laminado, marcas Frico y Mause, en el envase de multiuso “de abre y cierre”, fabricado de una película especial y llenado con una atmósfera desoxigenada, lo cual permite conservar sabores auténticos – evidentemente, este envase es de nueva generación y es mucho más caro).

Teniendo en cuenta que el queso laminado en el supermercado tiene sólo 12 horas de vigencia, las cadenas comenzaron a encargar a PiR-PAK quesos laminados con sus marcas propias, lo cual fue un estímulo para el desarrollo de este nicho. Actualmente hay varios productores rusos y extranjeros (entre ellos Jarlsberg, Henrichstaller y Valio) que están operando en el mercado de quesos laminados.

Más adelante PiR-PAK lanzó una línea de producción y envasado de queso rallado (se trata de envases de una película de alta resistencia con el efecto “anti-sudor”). El queso rallado está muy demandado en el segmento de HoReCa y se comercializa también en retail – las especies Parmesano, Emmentaler TM President, Edam, Gouda, Maasdam TM Frico. La relación entre los quesos laminados y rallados en el mercado es 2:1. En términos generales, el mercado de quesos duros envasados se distribuye en la siguiente proporción: 90% corresponde a los pedazos (envase al vacío, flow-pack), 8% al laminado (envase de multi-vac) y 4% al queso rallado (envase de flow-pack, película para productos comestibles). La ventaja principal de quesos envasados es la comodidad de uso y el plazo más prolongado de vigencia. Sin embargo, algunas cadenas aún no perciben las ventajas del envasado industrial, olvidando de que en los supermercados igual gastan recursos en la película stretch, mantenimiento de las máquinas slicers, útiles de higiene y aseo, utilización de queso laminado vencido. Tampoco hacen caso de control de calidad de los productos de acuerdo con las normas de SanPin y HACCP, condiciones de laminado, rallado y envasado por parte de los servicios veterinarios rusos.

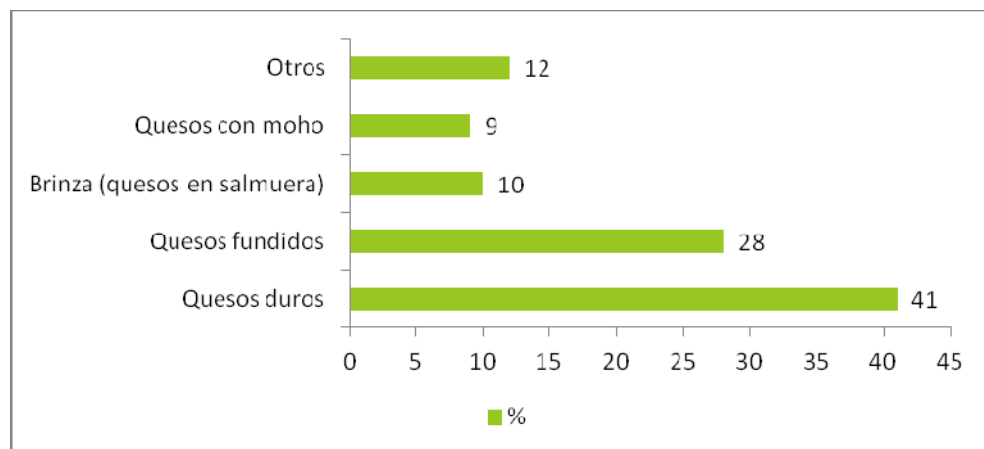
Al consumidor ruso común y corriente le falta educación para entender que los quesos envasados en forma industrial, aunque sean más caros, merecen confianza. Desde los tiempos de la Unión Soviética existe un estereotipo de que “el embutido y el queso envasados en la tienda en tu presencia, son más frescos y de mejor calidad que los envasados al vacío en condiciones desconocidas”. Sólo en el segmento Premium el consumidor está dispuesto a pagar por la comodidad del envase, calidad del producto y la marca. Los expertos señalan que las ventas de quesos envasados van a crecer, ya que Rusia cada día más se involucra en el comercio internacional, heredando la experiencia de los países europeos.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Los criterios importantes de la elección de quesos son su aspecto exterior (color, textura, forma y peso del pedazo, la integridad del embalaje, fecha de caducidad y la de envase, y por supuesto, el precio. La mayoría de los consumidores entienden poco de las marcas que se comercializan en el mercado, lo cual se explica por la escasez de la información, falta de acciones de promoción, y en algunos casos, por las imágenes y logos poco atractivos que usan algunos productores en su embalaje.

La empresa de consultoría AMICO destaca los siguientes factores que influyen en la elección de los consumidores rusos de quesos: relación precio – calidad (44%), calidad (32%), precio (9%), marca/productor (7%), publicidad (6%), recomendaciones de amigos o vendedores (2%).

Preferencias de los consumidores rusos por tipos de queso (% de los encuestados)



Fuente: empresa de consultoría AMICO, sobre la base de la encuesta de 300 consumidores de quesos.

El desconocimiento masivo de las marcas de quesos duros supone que la mayor parte de los consumidores tiene dificultad de recordar las marcas más habituales, siendo excepciones las Oltermanni (Finlandia), Lamber (Rusia) y Svalya (Lituania). Los expertos destacan fuerte lealtad de los consumidores a tal o cual variedad de queso, no a la marca, mientras que en los países europeos las marcas ocupan alrededor de 95% del mercado (en Rusia sólo 10%). En la cadena de supermercados Billa, hay fuertes posiciones de la marca Gouda, tanto en el segmento de quesos a granel, como laminados en forma industrial.

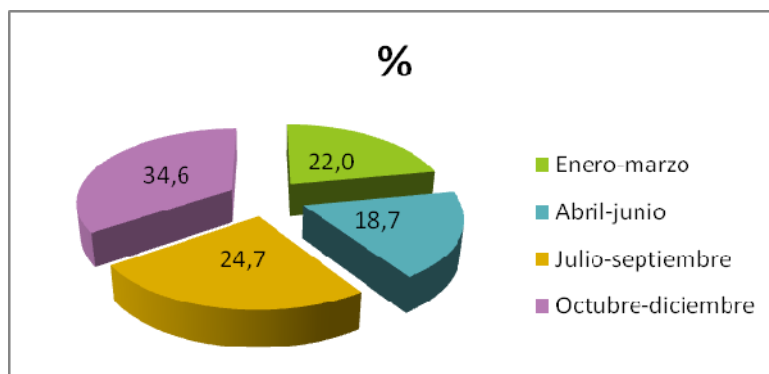
De las marcas nacionales de quesos duros que históricamente produce Rusia y los países de exURSS las más demandadas son Rossiisky (lo prefieren 48% de los consumidores) Gollandsky; Poshekhonsky y Kostromskoy (34,29 y 23% de los consumidores). Entre las marcas relativamente nuevas lideran Gouda y Edamer (18 y 15% de los consumidores). En el segmento de quesos fundidos las marcas más reconocidas son Yantar, Druzhba (Karat) y Viola (Valio Ltd.).

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Según estadísticas oficiales rusas, el pik de ventas de quesos corresponde al último trimestre del año, superando casi el doble los indicadores de abril – junio. Según expertos, este hecho está relacionado directamente con el traspaso de los consumidores para la dieta de otoño – invierno que considera más calorías. Otro factor importante es que siempre en el transcurso de diciembre los rusos están haciendo muchas compras de alimentos para consumirlos durante las vacaciones de Navidad - Año Nuevo (son más de 10 días). Siendo representado en todos los segmentos de precios, el queso sigue siendo un producto que se compra por los consumidores con distintos ingresos, para ser consumido tanto como un “plato de

quesos” como laminado para preparar sándwiches. Por otro lado, hablando del caso específico de 2010, cabe mencionar la política del Estado ruso en cuanto a los precios de leche y lácteos en general. Esta situación es común para todas las regiones del país.

Estructura de ventas minoristas de quesos en 2010 (en términos físicos, %)



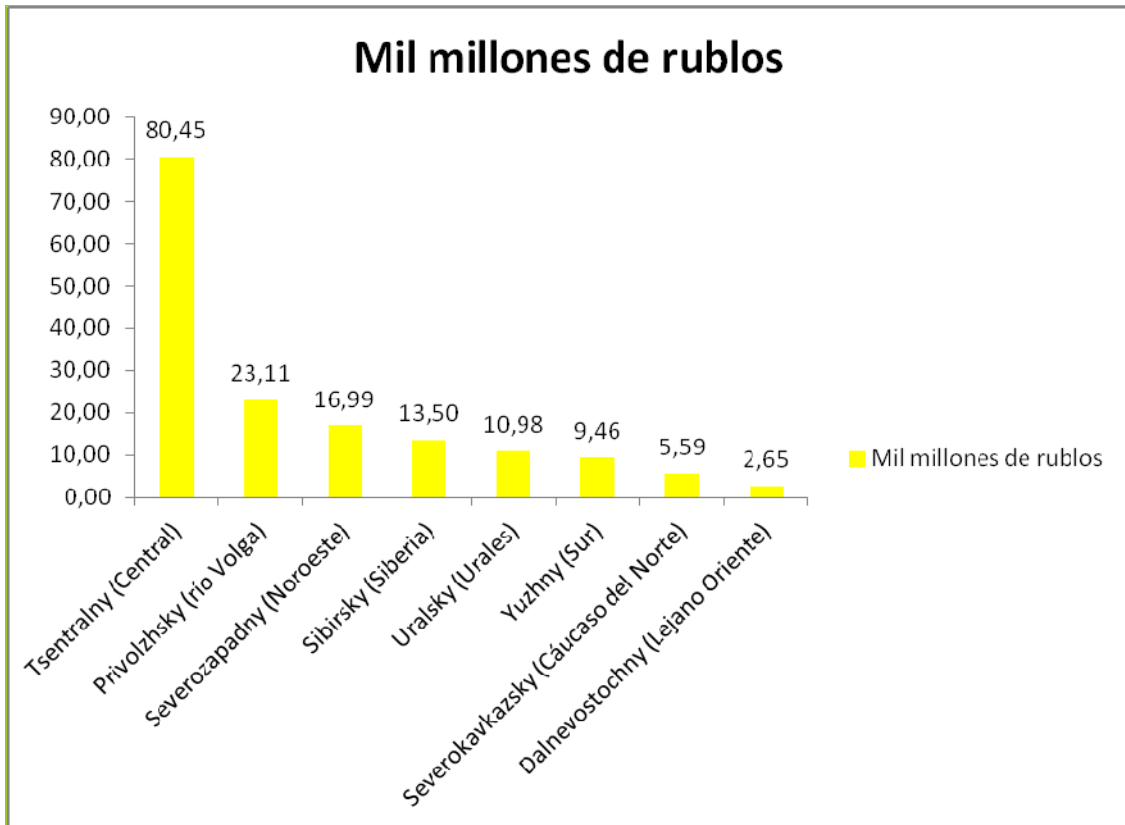
Fuente: Agencia Symbol-Marketing

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

En 2010 las ventas minoristas de quesos llegaron a 162,7 mil millones de rublos, marcando un incremento de 15% respecto al año anterior. En la distribución de los quesos entre las provincias y regiones del país en 2009-2010 lideran la región federal Central (capital – Moscú), la región de Volga (capitales Samara – Saratov) y la de Noroeste (con capital en San Petersburgo), todas de la parte europea del país.

Ventas minoristas de quesos en las regiones federales de Rusia en 2010

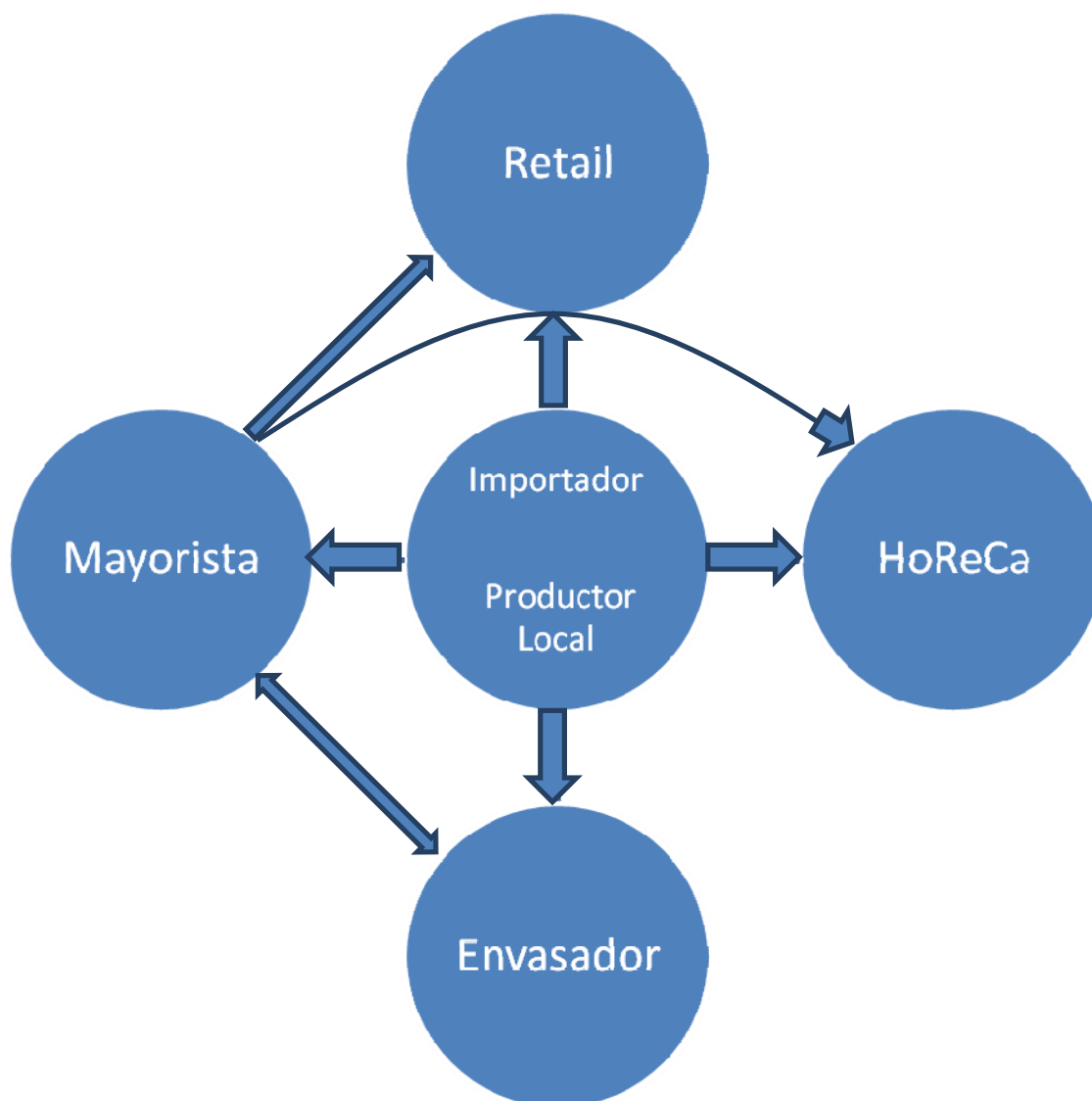
(mil millones de rublos)



Fuente: Agencia Symbol-Marketing

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En la cabeza de abastecimiento de los quesos se encuentran el importador y el productor, los cuales abastecen otros eslabones de la cadena: mayoristas, envasadores, retail y HoReCa. Uno de principales problemas del mercado ruso de quesos es la debilidad del eslabón de envasadores industriales. Los productores prefieren vender quesos en “barras” y “cabezas” y los mayoristas tampoco quieren invertir en el proceso de envasado. Todos los eslabones de la cadena comercial tratan de ahorrar, incluyendo retail que dicta reglas del juego, exigiendo bajos precios y el aplazamiento de pagos.



El eslabón más cercano al consumidor es retail, el cual está representado en Rusia por distintos formatos:

Supermercados e hipermercados de estilo occidental:

El mercado se caracteriza por alta concentración de cadenas de supermercados – internacionales (Metro Cash & Carry – más de 50 supermercados, 36 ciudades, Real, Auchan y otros) y nacionales (Lenta, Okey, Sedmoy Kontinent, Perekrestok, Piatiorochka, Diksy, Magnit, Magnolia y otros).

Este tipo de establecimientos apareció en Moscú a mediados de los años 90 (cadenas de supermercados Azbuka Vkusa o Séptimo Continente) y en su momento representaron una innovación, puesto que el consumidor tenía libre acceso a los productos, lo cual mejoraba las posibilidades de elección de productos y la superficie de venta se utilizaba de forma mucho más racional.

En 1997, abrió el primer hipermercado de la empresa Ramstore, de capital turco, que durante varios años representaba la mayor empresa de distribución en Rusia. Hoy día cambió de nombre (se llama Citystore, www.citystore.ru), cuenta con 17 supermercados en Moscú y la región de Moscú, con la superficie total de 42.000 m² y la de comercial de 19.500 m², abasteciendo a 11 millones de compradores. Ramstore dispone hoy de 6 hipermercados y 16 supermercados en Moscú.

A partir del año 2000 comenzó la expansión de cadenas de supermercados tanto occidentales como nacionales. En la actualidad la mayoría de las empresas de distribución están iniciando su expansión en las regiones y han adoptado una estrategia multiformato que prevé la apertura de distintos tipos de establecimientos: hipermercados, supermercados de tamaño mediano y pequeñas tiendas de proximidad o de barrio. Cuando hablamos de multiformato, parece representativo el caso de X5 Retail Group: Karussel (hipermercado), Perekrestok (supermercado) y Pyatiorochka (discount suave). Es curioso que en algunos casos cadenas regionales hayan ingresado en Moscú (ejemplo – O'Key de San Petersburgo).

Principales empresas de distribución minorista en Rusia son las siguientes:

- Auchàn
- Lenta
- O'Key
- Metro cash and carry
- Real
- Magnit
- Perekriostok/Pyatiorochka/Karussel
- Séptimo Continente (7 Continent)
- Azbuka Vkusa
- Globus Gourmet
- Alie Parusà
- Paterson
- Spar
- Billa
- Dixi

** Dentro de este grupo, Pyatiorochka y Dixi representan el segmento inferior.*

La mayor parte de las cadenas se abastecen mediante entregas directas de los distribuidores / importadores. En muy contadas ocasiones las cadenas compran directamente al fabricante (ya sea producto importado o de producción rusa, excepción – cadena Magnit – comprador empresa Tander y Azbuka Vkusa) y en algunos casos (Séptimo Continente) no disponen ni siquiera de almacenes propios. Respecto a los márgenes comerciales, estos varían desde el 45% que aplica la cadena de supermercados Perekryostok, hasta el 17% que

generalmente aplica Metro. El margen promedio que suelen aplicar otros establecimientos (tiendas) está en torno al 20% (cifras bastante relativas, comentadas por unos importadores).

Tiendas formato antiguo llamadas Universam y Gastronom

Este tipo de tiendas quedan en los barrios periféricos, especialmente los Universam (en los tiempos de la URSS así se llamaban tiendas de autoservicio, superiores por el tamaño y el surtido de las tiendas habituales del barrio; no había muchas ni tampoco existían en las ciudades provinciales). Distribuyen productos alimenticios y bebidas de calidad media, ofreciendo una variedad más o menos amplia. Su superficie es superior a 400 m2. Numerosos Gastronom que tiempo atrás se ubicaban en el centro de Moscú, perdieron su competitividad, cuando los precios de arriendo de superficies, tanto comerciales, como de oficina, se dispararon. La mayoría de ellos se reconvirtieron en oficinas, y fueron sustituidos por pequeñas tiendas “Producty” (Alimentos), incluso se usan en forma muy habitual los sótanos de los edificios residenciales, para lo cual los dueños de estos negocios deben contar con el visto bueno de los propietarios de los departamentos, la administración del barrio y una serie de autoridades sanitarias y de otra índole. De hecho, actualmente en el centro de Moscú no es fácil encontrar una tienda grande de alimentos y bebidas (excepción – el Gastronom Novoarbatsky, bien conocido en los tiempos de la Unión Soviética que logró captar inversiones, reconvirtiéndose en un supermercado de tipo occidental, vendiendo actualmente bebidas y productos del segmento alto).

Ejemplos de instalaciones donde los rusos compran quesos:

Nombre instalación comercial, dirección, sitio WEB, formato	Características técnicas
<p>Supermercado Perekrestok (cadena, pertenece a X5Retail Group) www.perekrestok.ru www.x5.ru</p>	<p>Cadena de centros comerciales minoristas de multiformato, situada en Moscú, San Petersburgo, Región de Volga, Urales y Ucrania, con el volumen de ventas anuales de US\$ 11 mil millones. El holding X5 Retail Group que maneja las actividades de este grupo comercial, fue fundado en 2006. Actualmente cuenta con 2469 tiendas, entre las cuales 301 supermercados Perekrestok (en 20 ciudades de Rusia, año de inauguración 1995, incluyen 6 Perekrestok “Verde” enfocados en el segmento gourmet), 1392 supermercados Pyatiorochka (discounter suave), 71 hipermercados Karussel, 45 tiendas “Al lado de la casa”, 600 supermercados discounter Kopeyka, supermercados Paterson, absorbidos por X5 Retail Gorup en 2009. La empresa fue premiada en 2009 con el Retail Grand Prix. En 2009 el presidente de X5 Lev Khasis fue declarado la Persona del Año.</p> <p>Comercializan muchos productos chilenos, entre ellos fruta fresca, berries, pescado y vinos. Comercializan quesos de todos los tipos. Tienen muchos productos que se comercializan con su marca propia “Krasnaya tsena” (Red price), los cuales son 10-15% más baratos que las marcas comerciales análogos.</p>

<p>Supermercado Billa (cadena) www.billa.ru</p>	<p>Cadena de supermercados de perfil “democrático” destinada a diferentes segmentos de la población, básicamente medio y medio-alto. Billa es una marca que pertenece a la empresa alemana Rewe International AG. En Rusia fue inaugurada en 2004, contando actualmente con 70 supermercados: 52 en Moscú, 4 en la Región de Moscú, y el resto en las regiones de la parte central europea de Rusia. Todos los equipos y accesorios de Billa son modernos y adquiridos de los mejores proveedores extranjeros. El área de los supermercados está entre 400 y 2000 m2, cada tienda es capaz de recibir hasta 7000 personas diario. El surtido de Billa llega a 1200 ítems, de los cuales 60-70% corresponde a productos de origen ruso y los demás son importados. Tienen en venta un espectro de quesos bastante amplio.</p>
<p>Supermercado Sedmoy Continent 5 estrellas Supermercado de alto nivel. www.7cont.ru</p>	<p>La empresa Sedmoy Continent fue inaugurada en 1994. Actualmente representa una cadena comercial minorista internacional de multiformato, siendo líder del mercado ruso en diferentes segmentos de precios.</p> <p>La empresa cuenta con 148 tiendas en varias regiones de Rusia. Se trata de los siguientes formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sedmoy Continent 5 estrellas – 30 supermercados sólo en Moscú; - Sedmoy Continent Universam; - Sedmoy Continent “al lado de la casa”; - Sedmoy Continent Gastronom; - Hipermercado “Nash” (4 en Moscú); <p>Tienen muchos productos que se comercializan con su marca propia, los cuales son 10-15% más baratos que las marcas comerciales homólogas. Comercializa amplio espectro de quesos tanto importados como rusos.</p>
<p>Supermercado gourmet Azbuka Vkusa www.azbukavkusa.ru</p>	<p>Cadena de supermercados gourmet. Fue inaugurada en 1992 como un supermercado enfocado en productos delicatessen. Actualmente cuenta con 40 supermercados en Moscú y la región de Moscú, con un surtido de productos superior a 18 mil ítems (productos frescos, delicatessen, quesos, platos preparados, vinos y licores elite), la mayoría de los cuales se comercializa en las condiciones de exclusividad.</p> <p>Para cada supermercado existe su concepto propio; la mayoría son supermercados – restaurantes, cafeterías (8), grill bar (1) o susi bar – ostras (4). Tiene su propia revista Taste. Realiza</p>

	<p>degustaciones, programas de capacitación del personal, el cual en su mayoría tiene conocimiento de los productos que comercializa.</p> <p>La empresa es líder de Top 100 cadenas comerciales de Rusia en el segmento Premium. Tienen productos chilenos: vinos, pisco, fruta fresca, berries, pescado. Vende muchos quesos, principalmente quesos importados caros.</p>
<p>Hipermercado Auchan (cadena) www.auchan.ru</p>	<p>Cadena de hipermercados Auchan y supermercados Auchan City. Centros comerciales en toda Rusia. Sólo en Moscú hay 26 tiendas (14 hipermercados, 10 supermercados y 2 supermercados de jardinería). En San Petersburgo hay 6 centros comerciales (4 hipermercados y 2 supermercados). Venden productos chilenos: fruta fresca, fruta seca, pescado, vino. Vende muchísimas marcas de quesos y lácteos en general, a precios más económicos que otros supermercados y tiendas. Comercializa quesos tanto importados como rusos, la diferencia en precios entre Auchán y cualquier tienda gourmet puede llegar a 50 – 60%.</p>
<p>Centro comercial Metro Cash and Carry www.metro-cc.ru</p>	<p>En Rusia hay 58 centros comerciales Metro, en cada uno de los cuales trabajan 300 – 400 empleados. Los abastecedores de cada tienda son alrededor de 2000 empresas, entre los productores, distribuidores y exportadores. Los centros comerciales tienen en venta permanente 25000 ítems de productos alimenticios y bienes de consumo. Las áreas comerciales de cada centro ascienden a 8000 – 10000 m2.</p> <p>Chile vende en Metro vinos (viñas Santa Carolina, Santa Rita, Undurraga y Barón Philippe Rotschild), fruta fresca, deshidratados y pescado (a través de los importadores). Los clientes son HoReCa, mayoristas y otras personas jurídicas.</p>

Mercados

Los mercados de barrio que históricamente estaban comercializando frutas, hortalizas, carnes y productos lácteos, se convirtieron en importantes centros de abastecimiento de la población en los años 90, cuando los formatos de comercio nuevos recién comenzaron a aparecer. Se abastecían de productos de haciendas campesinas de los suburbios de la ciudad, donde los ciudadanos tienen casas con un pequeño huerto y jardín.

Luego a éstos se agregaron los productos traídos de otras provincias, regiones de Rusia, países de CEI e incluso de los países extranjeros. Algunos de estos comercios también ofrecen otro tipo de mercaderías como ropa, calzado, cosméticos etc. Los mercados (los rusos dicen “rynok”) se están modernizando de año a año, siendo apoyados por las Municipalidades. En el período cuando los supermercados eran escasos y los precios de productos que ofrecían eran muy elevados, en la mayoría de los cuales los productos se vendían directamente de los contenedores, siendo los gastos en arriendo reducidos al costo de espacio, vigilancia y servicios veterinarios oficiales, mercados representaban una buena alternativa para la población, que tenía posibilidad

de comprar allá productos similares que los de las tiendas, a precios más económicos. En los años de la crisis el rol de los mercados queda bastante alto, sobre todo en los segmentos de verduras y carnes. Los mercados comercializan distintos tipos de quesos, básicamente quesos “caseros”, hechos a raíz de la leche de vaca, cabra u oveja, quesos de los países de exURSS y quesos importados económicos.

HoReCa

Restaurantes es un canal de distribución de quesos del segmento alto (se trata de “platos de queso” que sirven para acompañar vino), al igual que de quesos económicos que se utilizan en distintas recetas (pizza, empanadas etc.) y queso rallado como ingrediente de platos y ensaladas. Junto con la cultura de consumo de vino comenzaron a formarse hábitos de consumo de quesos de calidad – españoles, franceses, italianos y suizos. Incluso hay restaurantes especializados en vino y queso (Syr, Syr y vino). Quesos blancos tipo Feta se usan en ensaladas mediterráneas, mozzarella la sirven tanto como ingrediente de ensaladas como acompañamiento de platos diferentes.

VII.

PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Precios mayoristas de quesos, proporcionados por uno de principales importadores rusos de lácteos

Marca	Grasa	Productor	Peso de caja/ cantidad de Unidades	Embalaje	Precio Rublos/Kg	Precio Rublos/Kg Lote >500 Kg
Quesos finlandeses						
Viola (100 g.) 40	50%	Finlandia	40 U.	Plástico	29	28
Viola (140 g.) 42	50%	Finlandia	42U-36 U	Cartulina	39	38
Viola (200 g.) 32	60%	Finlandia	32 U.	Plástico	52	50
Viola (400 g.) 16	60%	Finlandia	16 U	Plástico	92	90
Viola (laminado) 24	60%	Finlandia	24 U.	Película	42	40
Viola 130 g surtido	50%	Finlandia	42 U	Cartulina	38	37
Viola 130 g surtido	50%	Finlandia	42 U	Cartulina	38	37
Oltermann 17% 0,15 kg.	17%	Finlandia	24 U.	Película	72	70

Oltermann 17% 0,25 kg.	17%	Finlandia	24 U.	Película	92	90
Oltermann 17 % 0,45 kg	17%	Finlandia	22 U	Película	145	140
Oltermann 17% 0,5 kg	17%	Finlandia	24U	Película	182	180
Oltermann 0,15 kg.	29%	Finlandia	24 U.	Película	62	60
Oltermann 0,25 kg.	29%	Finlandia	24 U	Película	80	77
Oltermann 0,5 kg.	29%	Finlandia	12 kg/24 U.	Película	287	285
Oltermann 55% 0,5	55%	Finlandia	12kg/24U	Película	287	285
Quesos alemanes y holandeses	Grasa	Productor	Peso de caja/ cantidad de Unidades	Embalaje	Precio Rublos/Kg	Precio Rublos/Kg Lote >500 Kg
QUESO Vermeer	60%	Alemania	12kg./1U	Película	450	445
QUESO Gouda Kaseland/Kasevelt	48%	Alemania	12 kg. / 4 U.	Película	200	195
QUESO Gouda Oro de Europa (Olden)	48%	Alemania	12 kg. / 4 U.	Película	195	190
QUESO Gauda Oldenburger	48%	Alemania	12 kg. / 4 U.	Película	200	195
QUESO Gauda Farm	48%	Alemania	12 kg. / 4 U.	Película	200	195
QUESO Gauda Friendship	48%	Alemania	12 kg. / 4 U.	Película	200	195
QUESO Gauda Shtoterbeker	48%	Alemania	12 kg/ 4 U	Película	200	195
QUESO Gauda Oro	48%	Alemania	12 kg. / 1 U.	Parafina	220	215
QUESO Maasdam Djagibo	50%	Alemania	12 kg /1U	Parafina	235	230
QUESO Maasdam Kasevelt	50%	Alemania	12 kg /1U	Película	235	230
QUESO Maasdam Corona	50%	Holanda	12kg/1 U	Película	250	245
QUESO Maasdam Oldenburger	50%	Holanda	12kg/1 U	Película	235	230
QUESO Maasdam Radost Vkusa	50%	Holanda	12kg/1 U	Película	230	225
QUESO Maasdam Unikaas	50%	Holanda	12 kg /1U	Película	235	230
QUESO Maasdam Friendship	50%	Alemania	12 kg /1U	Película	235	230
QUESO Maasdam Frico	50%	Holanda	12 kg /1 U.	Parafina	265	260

QUESO Maasdam Frico Light	50%	Holanda	12 kg /1 U.	Parafina	305	300
QUESO Mozzarella Oldenburger	50%	Alemania	12 kg/ 4 U	Película	215	210
QUESO Tilsiter Kaseland/Kasevelt	45%	Alemania	12 kg /4 U.	Película	210	205
QUESO Tilsiter Oro de Europa (Olden)	45%	Alemania	12 kg. / 4 U.	Película	205	200
QUESO Tilsiter Oldenburger	45%	Alemania	12 kg /1 U.	Película	210	205
QUESO Tilsiter Crema de leche	50%	Alemania	14,5kg /3U.	Película	230	225
QUESO Tilsiter Friendship	45%	Alemania	12 kg /4 U.	Película	215	210
QUESO Tilsiter Esterland	45%	Alemania	10 kg / 3 U.	Película	210	205
QUESO Cheddar	45%	Alemania	13 kg / 4 U.	Película	255	250
QUESO Cheesepartners hierbas redondo 4 kg	50%	Alemania	4kg/1 U	Película	205	200
QUESO Cheesepartners hierbas redondo 4 kg	50%	Alemania	4kg/1 U	Película	205	200
QUESO Edam Kaseland/Kasevelt	40%	Alemania	12 kg / 4 U.	Película	200	195
QUESO Edam Oro de Europa (Olden)	40%	Alemania	12 kg. / 4 U.	Película	195	190
QUESO Edam Oldenburger	40%	Alemania	12 kg / 4 U.	Película	200	195
QUESO Edam Farm	40%	Alemania	12 kg /4U	Película	200	195
QUESO Edam Friendship	40%	Alemania	13 kg / 5 U.	Película	200	195
QUESO Edam esfera	50%	Alemania	10,5 kg / 6 U.	Película	270	265
QUESO Edam esfera baby	50%	Alemania	5 kg/6 U	Película	295	290
QUESO Edam Shtoterbekker	40%	Alemania	12kg/4U	Película	200	195
QUESO Emmental	45%	Alemania	10 kg. / 4 U.	Película	275	270
Quesos lituanos	Grasa	Productor	Peso de caja/ cantidad de Unidades	Embalaje	Precio Rublos/Kg	Precio Rublos/Kg Lote >500 Kg
QUESO Amber	50%	Letonia	7kg /14U	Película	270	265
QUESO Amber 10%	10%	Letonia	10 kg /3U.	Película	305	300

QUESO Adler	50%	Letonia	8kg/8U	Película	230	228
QUESO Bauskas	45%	Letonia	9 kg /18 U.	Película	270	265
QUESO Watson	30%	Letonia	12/6U	Película	235	230
QUESO West 25%	25%	Letonia	10 kg/ 1 U	Película	255	250
QUESO Vkusniashka	50%	Letonia	7 kg / 8 U.	Película	260	255
QUESO Gauda Lituania laminado	48%	Lituania		Película	67	65
QUESO Gótica	45%	Letonia	15 kg /4U	Película	210	200
QUESO Gauda Lituania	50%	Lituania	13/5	Película	180	175
QUESO Gildia laminado	48%	Lituania		Película	67	65
QUESO Dvaro	50%	Lituania	15 kg /5U	Película	250	245
QUESO Dvaro laminado	50%	Lituania		Película	67	65
QUESO Oro	50%	Letonia	6,5 kg/13U.	Película	275	270
QUESO Italiano	50%	Letonia	8 kg/12 U	Película	260	255
QUESO Kristi	50%	Letonia	12 kg/3 U	Película	245	240
QUESO Olimp (con nueces)	52%	Letonia	6/8	Película	305	300
QUESO Príncipe	50%	Letonia	12 kg/3U.	Película	240	235
QUESO Parmesano Rokishkis	40%	Lituania	10kg/2U	Película	270	265
QUESO Parmesano Djugas	50%	Lituania	4,5 kg / 1 U.	Película	305	300
QUESO fundido "Para los gurmanes" laminado	50%	Lituania		Película	60	58
QUESO Prussia	50%	Lituania	12 kg/ 2 U	Película	280	275
QUESO Renaissance	50%	Letonia	14 kg/ 2 U	Película	255	250
QUESO Rokishkis	50%	Lituania	10 kg /1U.	Película	240	235
QUESO Rokishkis mini	50%	Lituania	10 kg /2U.	Película	240	235
QUESO Rossiisky Lituania	50%	Lituania	12 kg /3U.	Película	185	180

QUESO Rossiisky Lituania Laime	50%	Lituania	10 kg/ 1 U	Película	205	200
QUESO Svalia	50%	Lituania	15 kg /5U	Película	250	245
QUESO Svalia laminado	50%	Lituania		Película	67	65
QUESO Skazka	50%	Letonia	10kg/10U	Película	250	245
QUESO de crema de leche Laime laminado	50%	Lituania	10/2	Película	200	197
QUESO Smetankovy Lituania Laime	50%	Lituania	10/2	Película	200	197
QUESO Sochinka	35%	Letonia	8kg/8U	Película	230	225
QUESO Syroeshka	50%	Lituania	6,5kg/8U	Película	260	255
QUESO Edam Lituania laminado	40%	Lituania		Película	67	65
Quesos rusos y de CEI	Grasa	Productor	Peso de caja/ cantidad de Unidades	Embalaje	Precio Rublos/Kg	Precio Rublos/Kg Lote >500 Kg
QUESO Bukovinsky (Babushkina Krynka)	45%	Belarús	16kg/4 U	Película	205	200
QUESO Vityaz (Briansk)	50%	Briansk	14 kg/2 U	Película	195	190
QUESO Vityaz Starodub	50%	Briansk	16 kg/2 U.	Película	195	190
QUESO Holandés (Berezino)	45%	Belarús	16 kg / 4 U.	Película	190	185
QUESO Holandés esfera (Syrodel)	45%	Krasnodar	11 kg / 6 U.	Película	250	245
QUESO Holandés esfera (Omsk)	45%	Omsk	6 kg / 6 U.	Película	95	90
QUESO Zvenigorodsky (Elan)	45%	Saratov	14 kg / 2 U.	Película	205	200
QUESO Zvenigorodsky (Lozovaya)	50%	Ucrania	16 kg / 2 U.	Película	205	200
QUESO Kantali (Oshmiani)	30%	Belarús	17 kg/2 U	Película	190	185
QUESO Kniaz Igor	50%	Ucrania	16 kg / 2 U.	Película	230	225
QUESO Embutido (Orbita)	50%	Tambov	15 kg. /20 U.	Película	48	47
QUESO Embutido (Yantar)	50%	Voronezh	17 kg. /15U.	Película	72	70
QUESO Korol Arthur (Meni)	50%	Ucrania	15 kg. /2 U.	Película	245	240

QUESO Korol Korolevich (Gadyach)	50%	Ucrania	18 kg. /2 U.	Película	230	225
QUESO Kostromskoy (Mstislavl)	45%	Belarús	12 kg/2 U	Película	185	180
QUESO Kostromskoy (Slutsk)	45%	Belarús	15 kg/2 U	Película	190	185
QUESO Lamber	50%	Rusia	6kg/6U	Película	285	280
QUESO Lvinoe Serdce	50%	Ucrania	16 kg/2 U	Película	230	225
QUESO Monastirsky (Babushkina Krinka)	50%	Belarús	16 kg/2 U	Película	215	210
QUESO Mozzarella Rusa 115 g	45%	Bryansk	1,5 kg/12 U	Película	36	35
QUESO Mramorny (Bashtanka)	50%	Ucrania	17 kg/2 U	Película	220	215
QUESO con nueces	50%	Ucrania	16 kg. / 2 U.	Película	240	235
QUESO Piriatin casero	50%	Ucrania	12kg/6U	Película	230	225
QUESO Poshekhonsky (Slutsk)	45%	Belarús	12 kg/2 U.	Película	195	190
QUESO Rossiisky	50%	Belarús	14 kg/2 U	Película	190	185
QUESO Richard	50%	Ucrania	18kg/2U	Película	230	225
QUESO Sibirsky	50%	Belarús	18 kg/2 U	Película	215	210
QUESO Sovietsky (Altay)	50%	Altay	14kg/1U	Película	235	230
QUESO Chanakh envasado	45%	Smolensk	10/40	Película	165	160
QUESO Chjanakh (Donskoy)	45%	Rostov - Don	10kg/1 U	Cubo	140	135
QUESO Chanakh (Rylsk)	45%	Kursk	2,5kg/1 U	Cubo	155	150
QUESO Suizo	50%	Altay	12 kg/1 U	Parafina	235	230
QUESO Eltermanni	50%	Belarús	18kg/2U	Película	220	215
QUESO Estonio	45%	Ryazan	14 kg/8 U	Película	175	170

Quesos en salmuera y ahumados	Grasa	Productor	Peso de caja/ cantidad de Unidades	Embalaje	Precio Rublos/Kg	Precio Rublos/Kg Lote >500 Kg
QUESO Adygueysky (Starodub)	45%	Starodub	15 kg. / 12 U.	Película	155	150
QUESO Brinza Parizhskaya Burionka 0,2 kg	50%	Alemania	24U	Caja	32	30
QUESO Brinza Parizhskaya Burionka 0,5 kg	50%	Alemania	24U	Caja	58	56
QUESO Brinza (Uglich)	45%	Uglich	11kg/50U	Al vacío	190	185
QUESO Brinza Fetaki 0,5 kg	45%	Alemania	24U	Caja	82	80
QUESO Brinza Feta tri korovi 0,5 kg	50%	Dinamarca	24U	Tetra Pak	110	105
QUESO Djil (ahumado, al vacío)	45%	Krasnodar	12 kg/40 U	Película	255	250
QUESO Suluguni en salmuera	45%	Krasnodar	5kg	Cubo	155	150
QUESO Feta (vidrio)	50%	Alemania		Vidrio	105	100
QUESO Chechel ahumado (al vacío)	45%	Krasnodar	7 kg/35 U	Película	235	230
QUESO Chechel ahumado blanco (al vacío)	45%	Krasnodar	7 kg/35 U	Película	225	220
QUESO Trensita blanca, por kilo	45%	Krasnodar	7 kg/35 U	Película	235	230
Quesos elite	Grasa	Productor	Peso de caja/ cantidad de Unidades	Embalaje	Precio Rublos/Kg	Precio Rublos/Kg Lote >500 Kg
QUESO Bergader	45%	Alemania	2,5 kg / 2 U	Película	350	345
QUESO Grunlander light	30%	Alemania	1kg/1 U	Película	355	350
QUESO Dor Blu (100g.)	50%	Alemania	40 U	Papel metálico	50	48
QUESO Dor Blu (redondo)	50%	Francia	5 kg. / 2 U.	Papel metálico	375	370
QUESO Kravasal ahumado	60%	Alemania	5 kg/1 U	Película	515	510
QUESO Camember Bri (150g.)	50%	Alemania	28 U	Hojalata	68	67
QUESO de cabra	45%	Alemania	4,3 kg / 1 U.	Al vacío	465	460
QUESO Viejo Holandés	45%	Holanda	4 kg/ 2 U	Película	465	460

Otros quesos	Grasa	Productor	Peso de caja/ cantidad de Unidades	Embalaje	Precio Rublos/Kg	Precio Rublos/Kg Lote >500 Kg
QUESO Aldamer	50%	Polonia	12 kg/1 U	Película	215	210
QUESO Alantal	50%		12kg/6 U	Película	210	205
QUESO Athlet	50%	Estonia	12kg/3 U	Película	265	260
QUESO Apetina Arla blando 50% 0,5	50%	Dinamarca	12kg/24 U	Película	52	50
QUESO Basiron Vasabi	50%	Suecia	4kg./1U.	Película	935	930
QUESO Basiron Pesto	50%	Suecia	4kg./1U.	Película	935	930
QUESO Buko Natural Arla 74% 1,5 kg	74%	Dinamarca	1,5 kg/4 U	Cubo	350	345
QUESO Buko Natural Arla 74% 1,8 kg	60%	Dinamarca	5,4 kg/3U	Película	310	305
QUESO Vikingo	17%	Suecia	10kg/10U	Película	305	300
QUESO Graf 17%	50%	Suecia	12kg/1U	Película	305	300
QUESO Kaymak Ala blando 70% 0,25 kg*12	70%				50	48
QUESO Serbskaya brinza blando 0,25kg*18	45%				50	48
QUESO Dvoryanskaya Usadba 17%	17%	Suecia	12 kg/1 U	Parafina	300	295
QUESO Diplomat	50%	Suecia	6 kg/6 U	Película	270	265
QUESO Natura Arla 0,4 kg	50%	Dinamarca	3,2kg/8U	Película	130	125
QUESO Domashny Arla 0,4 kg	50%	Dinamarca	3,2kg/8U	Película	120	115
QUESO Madeland	45%	Rep.Checa	6 kg/1 U	Película	235	230
QUESO Madeland Light	40%	Rep.Checa	6 kg/1 U	Película	240	235
QUESO Maasdamer (Polonia)	50%	Polonia	12kg/4U	Película	230	225
QUESO Mozzarella (Arla)	40%	Dinamarca	18 kg/4 U	Película	215	210
QUESO Mozzarella (La Paulina)	40%	Argentina	20kg/4U	Película	210	205
QUESO Parmesano Argentina (Goya)	40%	Argentina	18 kg/4 U	Película	295	290

QUESO Radamer	45%	Polonia	8,5 kg/1 U	Película	250	245
QUESO Smoking	50%	Suecia	7,5 kg/12 U	Película	255	250
QUESO Sokol	50%	Polonia	12kg/4U	Película	240	235
QUESO Edam (Argentina)	40%	Argentina	12kg/4 U	Película	165	160
QUESO Edam (Ramses)	45%	Polonia	5 kg/ 2 U	Película	300	295
QUESO Edam (Ritzky)	45%	Polonia	5 kg/2 U	Película	300	295

Precios minoristas de venta de quesos:

El promedio de los precios para los quesos duros y blandos de cuajo, en marzo de 2011 fue 269,79 rublos por 1 kg (equivalente a US\$ 9,41), lo cual representa un crecimiento de 29 rublos (exactamente US\$ 1) respecto a marzo de 2010.

Es posible obtener precios actuales en los siguientes links:

<http://www.7cont.ru/catalog/350/2/> <http://www.utkonos.ru/cat/312/> <http://www.utkonos.ru/cat/317/>

Los precios minoristas pueden diferenciarse considerablemente en dependencia del establecimiento comercial. Los ejemplos arriba mencionados tienen que ver con dos cadenas, una – Séptimo Continente se considera de nivel alto, la segunda – Utkonos – es mucho más democrática, para abastecer los segmentos de población con ingresos medianos y bajos.

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En términos generales, la estrategia de promoción de quesos en Rusia está centrada en las siguientes acciones:

- Participación en las ferias Prodexpo, World Food y PYR (para los quesos gourmet) y visitas empresariales a los proveedores que buscan importador;
- Presentación de quesos en el marco de salones gourmet que realizan los países proveedores – con el fin de encontrar al importador y dar a conocer la oferta exportable del país;

- Degustaciones en puntos de venta – para los distribuidores que buscan apoyo a los quesos que ya se comercializan;
- Envío de periodistas a las plantas productoras de quesos, cuyo objetivo sería dar a conocer al consumidor final las tecnologías de producción y ventajas de tal o cual marca;
- Promoción en las revistas y sitios WEB tanto especializados como de carácter general – para el consumidor final.

En el fondo, los operadores de mercado aplican distintas estrategias de marketing: los fabricantes europeos están representados generalmente por un portafolio de marcas, y sus marcas paraguas abarcan un espectro bien restringido de los productos, básicamente no más de dos. Para los productores rusos es más típica la estrategia de promoción de marca paraguas, ofreciendo ellos en muchos casos un espectro amplio de productos con su propia marca. En la etapa actual el segmento de quesos duros amarillos tiene el mayor potencial y demanda y se caracteriza por altas tasas de crecimiento y susceptibilidad a los cambios de todos los tipos.

Cabe señalar que en la promoción los productores usan en forma muy activa el nombre del país de origen del producto. Por ejemplo, las potencias de queso mundialmente reconocidas como Suiza y Holanda, están posicionando sus quesos como producto fabricado en los países con antiguas tradiciones en su producción (marca Frico que pertenece a Friesland Campina). Este mismo camino siguió la marca Jarlsberg (Tine SA, Noruega) que diseña su estrategia de promoción sobre la base de que es un producto noruego.

Últimamente en las vitrinas de quesos de algunas cadenas se presentan vinos, usando de esta manera los distribuidores de vinos el canal de quesos para promover sus productos y crear hábitos de acompañar vinos con tal o cual variedad de quesos.

Es muy importante el trend relacionado con la promoción del carácter natural del producto (ejemplo la marca Arla, cuyo productor Arla Foods declara naturalidad como un principio corporativo de la empresa). Esta idea se materializa en el diseño de los productos orgánicos y ecológicamente limpios, creación de un sitio WEB con un énfasis especial en la naturalidad del producto y los aspectos de ecología. Además en el marco de esta estrategia Arla está promoviendo quesos Natura cuyo nombre habla por si mismo. En este contexto, los productos chilenos podrían inscribirse perfectamente en el concepto que ha tenido éxito en el mercado, siendo complementada esta motivación por otras ventajas típicas para nuestro país.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Ejemplos de la presentación de quesos se puede ver en los sitios WEB de cadenas Séptimo Continente (<http://www.7cont.ru/catalog/350/2/>) Y Utkonos (<http://www.utkonos.ru/cat/312/>, <http://www.utkonos.ru/cat/317/>)

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Nuestros quesos aún no están representados en el mercado ruso. Tratándose de que en la primera etapa los embarques están centrados en los quesos económicos tipo Gouda, se requeriría de apoyo de nuestros proveedores para financiar la promoción en los puntos de venta, a través de las degustaciones. Sería importante apoyar nuestro producto con publicaciones en Internet y revistas culinarias.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1. Feria anual PRODEXPO 2012, 19 EDICION - Rusia, Moscú, recinto ferial EXPOCENTR en Krasnaya Presnya

Sector: Alimentos y Bebidas, Insumos para su producción, Equipamiento de restaurantes, cafeterías y supermercados

Fechas: Febrero 13 - 17, 2012

Espacio de exhibición ferial (mts.2): más de 40.000 m2 neto, número de visitantes versión anterior: 56.223 personas, entre ellas 51.163 profesionales; participaron 57 países, 1.774 expositores, entre ellos 1.168 rusos.

Página web de la feria: www.expoctr.ru/expo; www.prod-expo.ru Tel.: (7-499) 795 3735,

Fax: (7-495) 609 4168

Contacto de la organización ferial : Sra.Tatiana Piskariova - Directora/Sr.Serguey Voronin- Subdirector

E-mail: mezvist@expoctr.ru; piskareva@expoctr.ru; voronin@expoctr.ru

2. Feria anual WORLD FOOD MOSCOW 2012– 21 Edición (Feria Internacional de Alimentos, Bebidas, Tecnologías y Servicios Relacionados, incluye como capítulos especiales WORLD SEAFOOD, WORLD SWEETS, WORLD DRINKS RUSSIA y TABACEX) - RUSIA, MOSCU, recinto ferial **EXPOCENTR en Krasnaya Presnya**

Sector: ALIMENTACIÓN BEBIDAS TECNOLOGÍA Y SERVICIOS RELACIONADOS

Fechas: 2012, SEPTIEMBRE 17 al 20

Espacio de exhibición ferial(mts.2): 56240 metros cuadrados bruto, 1.420 expositores de 64 países, número de visitantes– 30.000 visitantes profesionales.

Página web de la feria: www.feriasalimentarias.com/worldfood-moscow; www.world-food.ru, contacto de la organización ferial: Sr. Martín Alejo Diez, CEO, Sra.Cecilia Rodríguez di Sanzo – coordinadora, e-mail: madies@feriasalimentarias.com Tel. 54 11 4555 0195, Fax: 54 11 4554 7455

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Los sitios culinarios especializados en Internet son una fuente de información de mayor acceso para el público general. Son muy informativos también los sitios de algunas ferias y de los importadores.

PORTALES ESPECIALIZADOS DE INTERNET

www.cheesemaking.ru

www.cheesemania.ru

<http://www.tdpir.ru/default.asp?pKey=0000100003&pKeyF=000010000300011>

(catálogo de quesos, clasificación completa, preparada por la casa comercial TD PIR)

<http://домашний-сыр.рф>

www.cheddar.ru

Sitios WEB de los importadores de quesos.

www.foodland.ru

De las revistas que publican información interesante sobre diferentes productos cabe destacar Russian Food & Drinks Market Magazine (www.rus-fdm.com) y Prod and Prod Revista de promoción de alimentos (www.prod-prod.ru). De

quesos escriben de vez en cuando diferentes revistas culinarias y revistas para las mujeres (ejemplo – KhlebSol – BreadSalt - www.breadsalt.ru).

Documento Elaborado por:

Svetlana Tarjova, Asistente Comercial Oficina Comercial Rusia, starjova@prochile.gob.cl

Sebastián Pillado, spillado@prochile.gob.cl