

PMP

Estudio de Mercado Nuez de Nogal en Rusia

2016

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

I. TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO4

1. Códigos arancelarios SACH objeto del estudio..... 4

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado. 4

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado. 5

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial. 5

III. Acceso al Mercado7

1. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino. 7

2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. 8

3. Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*) 9

4. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (*links a fuentes e imágenes*). 10

5. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales. 11

IV. Potencial del Mercado 11

1. Importaciones (*valor, volumen y precios promedio*) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado. 12

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado 18

1. Identificación de los principales actores en cada canal..... 18

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados. 19

3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s). 20

4. Estrategia comercial de precios 21

5. Política comercial de proveedores..... 22

6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail. 23

VI. Consumidor/ Comprador 24

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas. 24

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.) 25

VII. Benchmarking (Competidores) 25

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*). 25

2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (*tablas comparativas e imágenes en lo posible*). 26

3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: 29

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado..... 30

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. Códigos arancelarios SACH objeto del estudio

080231	Nuez de nogal con cáscara
080232	Nuez de nogal pelada de cáscara (sin cáscara)

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

En los últimos 3 años, las importaciones del grupo 08 (que incluye la fruta fresca, fruta deshidratada, frutos secos, y de la glosa 1202 (maní), que forma parte de la familia de frutos secos en Rusia) disminuyeron en un 31%. En enero – febrero de 2016, las importaciones desde Rusia aumentaron en 8,3% respecto al mismo período de 2015 de acuerdo a lo que informa la revista especializada Russian Food & Drinks <http://www.foodmarket.spb.ru>

El factor principal de este comportamiento de las importaciones fueron las contra medidas aplicadas por el gobierno ruso en agosto de 2014, a propósito de las sanciones de varios países en contra de Rusia. Cabe señalar que la prohibición de las importaciones no tocó las siguientes glosas: 1202 (maní), 0812 (fruta y frutos secos en conserva, no para el consumo directo) y 0814 (cáscara de melón y sandía). En 2013, la participación de los países de la UE alcanzaba 25% del total de las importaciones rusas de estos grupos de productos, en términos de volumen (sin considerar las importaciones desde los países de la Unión Aduanera). En 2014, la participación de los países de la UE cayó hasta 18,4%, y en 2015 – hasta menos de 0,01%.

El presente estudio se dedica a una de las especies de frutos secos – la nuez de nogal.

Hace unos 10 años, nadie esperaba que las nueces de nogal chilenas pudieran posicionarse con éxito en el mercado ruso, históricamente repartido entre los proveedores de los países de la antigua Unión Soviética.

La confrontación de Rusia con EE.UU., países occidentales y Ucrania, las sanciones de las importaciones de productos alimenticios desde estos países y la fuerte devaluación del rublo en 2014, son factores que cerraron las exportaciones de nueces de nogal a Rusia desde estos países (hace 3 años, casi el 90% de todas las importaciones rusas de nueces las suministraba Ucrania), lo que abrió nuevas oportunidades para ampliación de presencia de los frutos secos de Chile.

En los dos últimos años (2014 y 2015), los embarques de nuez de nogal permitieron que Chile ocupara a un lugar superior en el rating de importaciones a Rusia, en volúmenes y en valores.

Se esperaba que la temporada 2015/16 en Chile aumentara la cifra de producción de nueces en 25 mil toneladas. Sin embargo, la realidad hizo “correcciones”, y considerando las fuertes lluvias de abril que afectaron negativamente a la cosecha, éstos fueron un total de 75 mil toneladas, igual que en la temporada del 2014/2015.

Desafortunadamente para los agricultores de nuez chilenos, este año no fue exitoso. Debido a las lluvias, las pérdidas de la última cosecha de nueces fueron de un 40%. La situación climática causó daños al fruto. De acuerdo a las publicaciones en medios de comunicación, un gran número de nueces no correspondería a la calidad demandada en mercado ruso.

Los analíticos del portal ruso del rubro de frutos secos y frutas deshidratadas GIVEMEBID consideran que la situación actual de la oferta chilena de nueces obligó a los compradores a volver la mirada a las nueces de color amarillo, mientras tanto en Europa todavía se mantiene bajo nivel de compras para esta nuez, porque los compradores no tienen muchas referencias con respecto a la calidad de las nueces exportadas este año. Véase:

<http://www.foodmarket.spb.ru>

<http://www.givemebid.com/walnut04102016/>

<http://orehovod.com/articles/495-chili-analiz-rynka-greckogo-oreha-sezona-201516-prognoz-na-201617.html>

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

Los expertos proyectan un crecimiento de la producción chilena de nueces en la próxima temporada llegando a unas 100 mil toneladas. Se estima que Chile pueda mantener el liderazgo en las importaciones rusas de nueces de nogal, tomando en cuenta dos factores:

- Primeramente, que el mercado ruso acepte los precios de la nuez chilena, que son mucho más altos en comparación con los precios de los países competidores, como China y los países de la Ex URSS, Kirguizistán, Kazajstán y Uzbekistán.
- En segundo lugar, que los proveedores de nueces aseguren los embarques en volúmenes y calidad del producto, teniendo en cuenta los contratos y compromisos previos.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

El negocio de la nuez de nogal en Chile es dinámico. Tal como se sabe, el 95% del cultivo de nueces se orienta a los mercados extranjeros. En el desarrollo de su negocio, los proveedores chilenos cuentan con el apoyo de varias instituciones y organizaciones, específicamente, CHILENUT y CHILEAN WALNUT.

Sería interesante y recomendable que los socios de la Asociación CHILEAN WALNUT complementen sus estrategias de abordar el mercado ruso con la experiencia de Chile Prunes, quienes entre las fechas 12-13 de septiembre del año en curso, realizaron una gira a Moscú, contando con el apoyo de ProChile. En esta gira, sostuvieron reuniones de negocios en la Embajada de Chile en Rusia, visitaron la Feria WORLD FOOD Moscú, entrevistándose con clientes antiguos y conociendo a los nuevos. Los operadores rusos del mercado de la fruta deshidratada trabajan en importaciones de todas las especies de frutos secos y fruta deshidratada. Por esta razón, al ser productos complementarios, sería de gran utilidad que las asociaciones CHILE PRUNES y CHILEAN WALNUT exploren la posibilidad de trabajar en conjunto y aprovechar sinergias, organizando las giras comerciales a los países compradores de productos de estos rubros. Lo anterior, contribuiría al desarrollo de ambos sectores haciendo más eficiente el trabajo que ambas instituciones privadas realizan en las áreas de promoción de exportaciones de ciruelas deshidratadas y de nueces, respectivamente.

Para conocer a nuevos importadores de frutos secos, es recomendable participar en las ferias de alimentos como PRODEXPO, WORLD FOOD e INGREDIENTES RUSSIA, que se realizan en Moscú anualmente. Estas Ferias tienen alta asistencia de compradores locales y de los países vecinos de ex URSS y sirven de plataforma para presentar todos los productos alimenticios e insumos para la industria de alimentos.

La Oficina Comercial de ProChile siempre recomienda a los proveedores que, durante sus visitas a Moscú, recorran bodegas y depósitos de los importadores, además que realicen visitas guiadas a las cadenas de retail, mercados agrícolas y tiendas, donde se comercializan frutos secos y fruta deshidratada. Esto les permite conocer “en vivo” la calidad de productos, los envases y las preferencias del consumidor.

Sería de gran interés la visita al agro-cluster moderno FOOD CITY, que abrió en 2014 en Moscú en la carretera Kaluzhskoye. Es un enorme complejo de almacenamiento y comercio mayorista de frutas y verduras. Las instalaciones ocupan una superficie de 90 hectáreas, siendo el más grande y moderno de Europa. Está equipado con cintas transportadoras, cámaras de frío y depósitos modernos, lo que permite almacenar y comercializar productos alimenticios de 52 regiones de Rusia y de 26 países. Hoy día, el volumen de ventas de productos en el agro-cluster FOOD CITY, es de 1,8 millones de toneladas al año, o 5 mil toneladas diarias. Es una vitrina de ventas para productores, importadores y distribuidores de todas las categorías de productos, entre ellas los frutos secos. Para la comodidad de los clientes, se muestran los precios mayoristas de los productos en las pantallas en el régimen non-stop, también se publican los precios en el sitio web del Departamento de Comercio y Servicios de Moscú y en el portal Food City.

Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia comercial en el mercado: Asegurar exportaciones en volúmenes y calidad correspondiente de la nuez • Estrategia ante competidores: Ofrecer precios competitivos • Adaptación del producto a necesidades del mercado: Tomar en cuenta los factores económicos de Rusia, como reducción de ingresos de la población y la disminución de su capacidad adquisitiva • Posicionamiento frente a competidores: La nuez chilena está demandada en segmento de HORECA. Lograr el 100% de participación en el mercado con nuez de nogal chileno 1ª categoría Extra Light. 	FACTORES INTERNOS	
	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad del producto que no tiene competencia en el mercado • Interés de los consumidores a los productos saludables y sabrosos • Baja presencia de los competidores en el mercado ruso 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos precios para nuez de nogal chileno • Trámites aduaneros y costos de los servicios para exportaciones desde países de la Unión Económica Euroasiática sencillos y económicos • Ausencia de la logística para suministro de bajos volúmenes del producto • Reducción de ingresos de la población • Bajo reconocimiento de frutos secos chilenos

FACTORES EXTERNOS	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Futuro Tratado de Libre Comercio • Salida del mercado ruso de Ucrania, que los años anteriores fue el principal suministrador de nuez de nogal • Desarrollo y mejoramiento de la logística de transporte del producto al mercado ruso 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y fortalecimiento de relaciones con los importadores de frutos secos y fruta deshidratada • Organización de campañas de promoción del producto junto con importadores (publicaciones en prensa, degustaciones, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser flexibles y mantener precios competitivos del mercado • Aceptar negocios para despacho de bajos volúmenes de nuez (como 300 kg, por ejemplo)
	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausencia del producto de variedad, calidad y volúmenes requeridos por el mercado ruso; • Competencia en precios con nuez de nogal que se exporta desde los países de ex URSS; • Caída de ingresos de la población rusa, que está obligada a excluir nueces de su menú por no ser el producto de la primera necesidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir compromisos y contratos • Educar a los consumidores, explicando los beneficios del producto • Hacer esfuerzos para ocupar completamente el nicho de HORECA con nuez de nogal chileno 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en las Ferias Internacionales y en las actividades de ProChile tipo Sabores de Chile, celebración del día de Chile en las regiones y grandes ciudades de Rusia • Aprovechar los viajes de negocio a Rusia con para realizar visitas guiadas a supermercados, tiendas, mercados agrícolas, depósitos de los importadores con el objetivo de conocer el posicionamiento, almacenamiento del producto

III. Acceso al Mercado

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

CÓDIGO ARANCELARIO

DESCRIPCIÓN

080231

Nuez de nogal con cáscara

080232

Nuez de nogal pelada de cáscara (sin cáscara)

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 y nueces. 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).

Igualmente, China goza de estas preferencias, que es a su vez el competidor principal de nuestro país en importaciones de la nuez de nogal pelada.

Partida Arancelaria (Mercado Informado)	Arancel General	Arancel Preferencial Chile	Impuestos	Arancel China	Arancel Kirguistán	Arancel Uzbekistán
0802031	5%	3,75% (-25%)	18%	3,75% (-25%)	No se paga	No se paga

Partida Arancelaria (Mercado Informado)	Arancel General	Arancel Preferencial Chile	Impuestos	Arancel Kazajstán	Arancel China	Arancel Bielorrusia
0802032	5%	3,75% (-25%)	18%	No se paga	3,75% (- 25%)	No se paga

Los países vecinos, como Kirguistán, Uzbekistán, Bielorrusia y Kazajstán son importantes productores y proveedores de nueces a Rusia. Como fueron países integrantes de la ex URSS, hoy tienen un acuerdo aduanero, que les permite comercializar mercaderías entre ellos sin aranceles aduaneros. Según algunos contratos sectoriales, a partir del año 2010, Tayikistán y Uzbekistán reorientaron sus exportaciones a Rusia a través de Kazajstán, en donde el IVA es más bajo que en Rusia (12%), además los trámites y costos de los servicios aduaneros son más sencillos y baratos.

Por esta razón, las estadísticas oficiales de importaciones a Rusia de frutas secas no reflejan situación real, debido a que no se registra en de la logística de ingreso las mercaderías desde estos terceros países al territorio de Rusia.

<http://www.givemebid.com/panorama-rossijskogo-rynka-suxofruktov-2014-goda/>

- **OTROS IMPUESTOS Y BARRERAS NO ARANCELARIAS**

Se paga también el IVA que se calcula de acuerdo a la siguiente fórmula: (valor declarado del producto+ arancel) x 18%.

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

a. Regulaciones y Normativas de Importación

ORGANISMO INTERNACIONAL	TÍTULO DE LA LEY, Norma o Reglamento	BREVE DESCRIPCIÓN	LINKS para bajar la documentación
FAO	NIMF 12 (Normas internacionales para medidas fitosanitarias y directrices para los certificados fitosanitarios)	<p>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.</p> <p>En los productos de origen vegetal, Chile y Rusia se rigen bajo la CIPF “Convención Internacional de 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>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</p> <p>Link del SAG de la guía de cumplimiento a las normativas establecidas en Memorandum del 2008, de la Inocuidad de la 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</p> <p>Link de FAO para ver Codex Alimentarius: http://www.fao.org/docrep/012/a1552s/a1552s00.htm</p> <p>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	LINKS para bajar la documentación
Unión Económica Euroasiática	Reglamento Técnico de la Unión Aduanera. TP TC 021/2011 Sobre la seguridad de los productos alimenticios	El responsable en Rusia es el Servicio Federal de Supervisión de los Derechos de Protección al Consumidor y Bienestar Social “Rospotrebnadzor”	<p>http://www.eurasiancommission.org/ru/act/txnreg/deptexreg/tr/Documents/TR%20TS%20PishevayaProd.pdf</p> <p>La traducción fue realizada por la Agregaduría Agrícola de Chile en la Federación de Rusia y entregada al SAG/SERNAPESCA/MINAGRO/DIRE CON.</p>

4. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (*links a fuentes e imágenes*).

Normas de Etiquetado

ORGANISMO	TÍTULO DE LA LEY, Norma o Reglamento	BREVE DESCRIPCIÓN	LINKS para bajar la documentación
Unión Económica Euroasiática	Reglamento Técnico de la Unión Aduanera. TP TC 022/2011 Los Productos Alimenticios y su Etiquetado.	El responsable en Rusia es el Servicio Federal de Supervisión de los Derechos de Protección al Consumidor y Bienestar Social "Rospotrebnadzor"	http://www.eurasiancommission.org/ru/act/texnreg/deptexreg/tr/Documents/TrTsPishevkaMarkirovka.pdf La traducción fue realizada por la Agregaduría Agrícola de Chile en la Federación de Rusia y entregada al SAG/SERNAPECA/MINAGRO/DIRECCION.

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 la hay) • Contenido del producto • Valor nutricional • Peso neto, volumen o cantidad de producto • Condiciones de almacenamiento • Vida útil del producto • Valor energético • Número de la partida

5. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

Certificaciones y Sellos Obligatorios

ORGANISMO	ORGANISMO QUE FISCALIZA	NOMBRE DEL SELLO	BREVE DESCRIPCIÓN	SITIO 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 y nueces NO necesitan estar registrados en el listado de exportadores	http://www.fsvps.ru/

IV. Potencial del Mercado

La nuez de nogal en Rusia se llama "nuez griega". Este nombre de ninguna manera está relacionado con el suministro y el crecimiento del fruto en Grecia. Sin embargo, los exportadores griegos fueron los pioneros en la apertura del mercado mayorista y minorista para esta especie de frutos secos. Los primeros proveedores de la nuez de nogal fueron desde Asia Central.

Prácticamente, todas las nueces cultivadas en Rusia son de producciones privadas para el uso personal o para ventas en mercados locales. Es poco probable que el país desarrolle un cultivo comercial a futuro y empiece a producirla en volúmenes industriales, debido a lo que las zonas adecuadas para plantación de nueces son limitadas. Se encuentran en el sur de la Federación Rusa, donde los terrenos se utilizan para otros cultivos. Algunas plantaciones de nogales se ubican en la región de Krasnodar y en algunos territorios de la península de Crimea y el Cáucaso. Las cifras de la producción local son poco significativas, por lo que Rusia realiza importaciones de frutos secos desde extranjero para satisfacer la demanda interna en nueces.

Según los expertos de Rosstat (Agencia Federal de Estadísticas de Rusia), la participación de los productos extranjeros en el mercado ruso de frutos secos es cercana al 100%. La producción local de la nuez en 2014 (incluyendo Crimea) correspondió a 700 toneladas y en 2013 no superó las 200 (sin incluir Crimea, en aquel momento la península no se había incorporado a la Federación Rusa). En el año 2015, la cosecha bruta de cultivos de nueces en Rusia (con exclusión de cosecha de plantaciones silvestres) ascendió a sólo 324 toneladas. La producción local de los frutos secos no tiene ningún impacto significativo en el volumen del mercado.

Cada país tiene sus variedades de nuez de nogal, por lo que no existe una lista genérica. En Europa se conocen las variedades: Grandjean, Corne, Franquette, Marbat, Mayette, Parissiene, Soleze, Lara, Fernor.

Las principales variedades de nueces en los Estados Unidos son Chandler, Hartley, Howard, Tulare, Viña.

Chile exporta a Rusia la nuez de variedades SERR y CHANDLER. Cabe señalar que los operadores rusos del mercado siempre destacan la alta calidad de nuez chilena, llamándola “La famosa mariposa chilena extra clara”.

1. Importaciones (valor, volumen y precios promedio) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.

IMPORTACIONES RUSAS DE NUECES DE NOGAL PELADAS :

Rusia. Estadísticas de Importación							
Artículo: 080232, Sin Cáscara							
Año calendario: 2013 - 2015							
País Socio	Dólar Estadounidense			% de participación			% de cambio
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2015/2014
El Mundo	13202685	10246535	9021887	100,00	100,00	100,00	- 11,95
Chile	4216105	6451494	6403720	31,93	62,96	70,98	- 0,74
China	0	0	1128300	0,00	0,00	12,51	0,00
Kyrgyzstan	0	443848	727052	0,00	4,33	8,06	63,81
Uzbekistán	6000	32442	238223	0,05	0,32	2,64	634,31
Turquía	392721	418564	135599	2,97	4,08	1,50	- 67,60
Moldova	94384	69003	115584	0,71	0,67	1,28	67,51
Ucrania	7168520	1536602	96732	54,30	15,00	1,07	- 93,70
Kazakstán	1113	328868	94675	0,01	3,21	1,05	- 71,21
Serbia	0	0	62232	0,00	0,00	0,69	0,00
Bielorrusia	14042	6000	19243	0,11	0,06	0,21	220,71
Tayikistán	0	0	527	0,00	0,00	0,01	0,00

Rusia. Estadísticas de Importación								
Artículo: 080232, Sin Cáscara								
Año calendario: 2013 - 2015								
País Socio	Unidad	Cantidad			% de participación			% de cambio 2015/2014
		2013	2014	2015	2013	2014	2015	
El Mundo	KG	2194316	1353233	850517	100.00	100.00	100.00	- 37.15
Chile	KG	598033	491541	477521	27.25	36.32	56.14	- 2.85
China	KG	0	0	108000	0.00	0.00	12.70	0.00
Kyrgyzstan	KG	0	57000	99929	0.00	4.21	11.75	75.31
Kazakhstan	KG	108	473499	48212	0.00	34.99	5.67	- 89.82
Uzbekistan	KG	1000	3300	37576	0.05	0.24	4.42	1038.66
Moldova	KG	15536	10400	23620	0.71	0.77	2.78	127.12
Ucrania	KG	1442560	202521	21850	65.74	14.97	2.57	- 89.21
Bielorusia	KG	1575	5000	16710	0.07	0.37	1.96	234.20
Serbia	KG	0	0	9000	0.00	0.00	1.06	0.00
Turquía	KG	29680	28000	8000	1.35	2.07	0.94	- 71.43
Tajikistan	KG	0	0	100	0.00	0.00	0.01	0.00

Rusia Estadísticas de Importación								
Artículo: 080232, Sin Cáscara								
Año calendario: 2013 - 2015								
País Socio	Unidad	Valor unitario (Dólar Estadounidense)			% de participación			% de cambio 2015/2014
		2013	2014	2015	2013	2014	2015	
El Mundo	KG	6,02	7,57	10,61				40,09
Chile	KG	7,05	13,13	13,41				2,17
China	KG	0	0	10,45				0,00
Kyrgyzstan	KG	0	7,79	7,28				- 6,56
Uzbekistán	KG	6	9,83	6,34				- 35,51
Turquía	KG	13,23	14,95	16,95				13,39
Moldova	KG	6,08	6,63	4,89				- 26,25
Ucrania	KG	4,97	7,59	4,43				- 41,65
Kazakstán	KG	10,3	0,69	1,96				182,73
Serbia	KG	0	0	6,91				0,00
Bielorrusia	KG	8,92	1,2	1,15				- 4,04
Tayikistán	KG	0	0	5,27				0,00

Rusia. Estadísticas de Importación							
Artículo: 080232, Sin Cáscara							
Año calendario: 2013 - 2015							
País Socio	Unidad	2013		2014		2015	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	KG	13202685	2194316	10246535	1353233	9021887	850517
Chile	KG	4216105	598033	6451494	491541	6403720	477521
China	KG	0	0	0	0	1128300	108000
Kyrgyzstan	KG	0	0	443848	57000	727052	99929
Uzbekistán	KG	6000	1000	32442	3300	238223	37576
Turquía	KG	392721	29680	418564	28000	135599	8000
Moldova	KG	94384	15536	69003	10400	115584	23620
Ucrania	KG	7168520	1442560	1536602	202521	96732	21850
Kazakstán	KG	1113	108	328868	473499	94675	48212
Serbia	KG	0	0	0	0	62232	9000
Bielorrusia	KG	14042	1575	6000	5000	19243	16710
Tayikistán	KG	0	0	0	0	527	100

IMPORTACIONES RUSAS DE NUECES DE NOGAL CON CÁSCARA:

Rusia. Estadísticas de Importación							
Artículo: 080231, Con Cáscara							
Año calendario: 2013 - 2015							
País Socio	Dólar Estadounidense			% de participación			% de cambio
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2015/2014
El Mundo	767362	194064	52185	100,00	100,00	100,00	- 73,11
Chile	2708	93	48881	0,35	0,05	93,67	∞
Kazakstán	0	3849	1655	0,00	1,98	3,17	- 57,01
China	0	0	1260	0,00	0,00	2,41	0,00
Bielorrusia	75400	1671	390	9,83	0,86	0,75	- 76,66
Francia	0	12951	0	0,00	6,67	0,00	- 100,00
Alemania	0	10238	0	0,00	5,28	0,00	- 100,00
Italia	1762	0	0	0,23	0,00	0,00	0,00
Moldova	7500	0	0	0,98	0,00	0,00	0,00
Polonia	145348	33405	0	18,94	17,21	0,00	- 100,00
España	18295	27957	0	2,38	14,41	0,00	- 100,00
Tayikistán	830	0	0	0,11	0,00	0,00	0,00
Ucrania	370517	69918	0	48,28	36,03	0,00	- 100,00

Rusia. Estadísticas de Importación								
Artículo: 080231, Con Cáscara								
Año calendario: 2013 - 2015								
País Socio	Unidad	Cantidad			% de participación			% de cambio 2015/2014
		2013	2014	2015	2013	2014	2015	
El Mundo	KG	318922	71035	27042	100,00	100,00	100,00	- 61,93
Chile	KG	600	0	17150	0,19	0,00	63,42	∞
Kazakstán	KG	0	4525	8558	0,00	6,37	31,65	89,12
Bielorrusia	KG	40000	2051	1034	12,54	2,89	3,82	- 49,59
China	KG	0	0	300	0,00	0,00	1,11	0,00
Francia	KG	0	4205	0	0,00	5,92	0,00	- 100,00
Alemania	KG	0	1300	0	0,00	1,83	0,00	- 100,00
Italia	KG	184	0	0	0,06	0,00	0,00	0,00
Moldova	KG	3000	0	0	0,94	0,00	0,00	0,00
Polonia	KG	50240	11697	0	15,75	16,47	0,00	- 100,00
España	KG	5940	9077	0	1,86	12,78	0,00	- 100,00
Tayikistán	KG	430	0	0	0,13	0,00	0,00	0,00
Ucrania	KG	179679	31744	0	56,34	44,69	0,00	- 100,00

Rusia. Estadísticas de Importación								
Artículo: 080231, Con Cáscara								
Año calendario: 2013 - 2015								
País Socio	Unidad	Valor unitario (Dólar Estadounidense)			% de participación			% de cambio 2015/2014
		2013	2014	2015	2013	2014	2015	
El Mundo	KG	2,41	2,73	1,93				- 29,36
Chile	KG	4,51	266,17	2,85				- 98,93
Kazakstán	KG	0	0,85	0,19				- 77,27
China	KG	0	0	4,2				0,00
Bielorrusia	KG	1,89	0,81	0,38				- 53,70
Francia	KG	0	3,08	0				- 100,00
Alemania	KG	0	7,88	0				- 100,00
Italia	KG	9,55	0	0				0,00
Moldova	KG	2,5	0	0				0,00
Polonia	KG	2,89	2,86	0				- 100,00
España	KG	3,08	3,08	0				- 100,00
Tayikistán	KG	1,93	0	0				0,00
Ucrania	KG	2,06	2,2	0				- 100,00

Rusia. Estadísticas de Importación							
Artículo: 080231, Con Cáscara							
Año calendario: 2013 - 2015							
País Socio	Unidad	2013		2014		2015	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
El Mundo	KG	767362	318922	194064	71035	52185	27042
Chile	KG	2708	600	93	0	48881	17150
Kazakstán	KG	0	0	3849	4525	1655	8558
China	KG	0	0	0	0	1260	300
Bielorrusia	KG	75400	40000	1671	2051	390	1034
Francia	KG	0	0	12951	4205	0	0
Alemania	KG	0	0	10238	1300	0	0
Italia	KG	1762	184	0	0	0	0
Moldova	KG	7500	3000	0	0	0	0
Polonia	KG	145348	50240	33405	11697	0	0
España	KG	18295	5940	27957	9077	0	0
Tayikistán	KG	830	430	0	0	0	0
Ucrania	KG	370517	179679	69918	31744	0	0

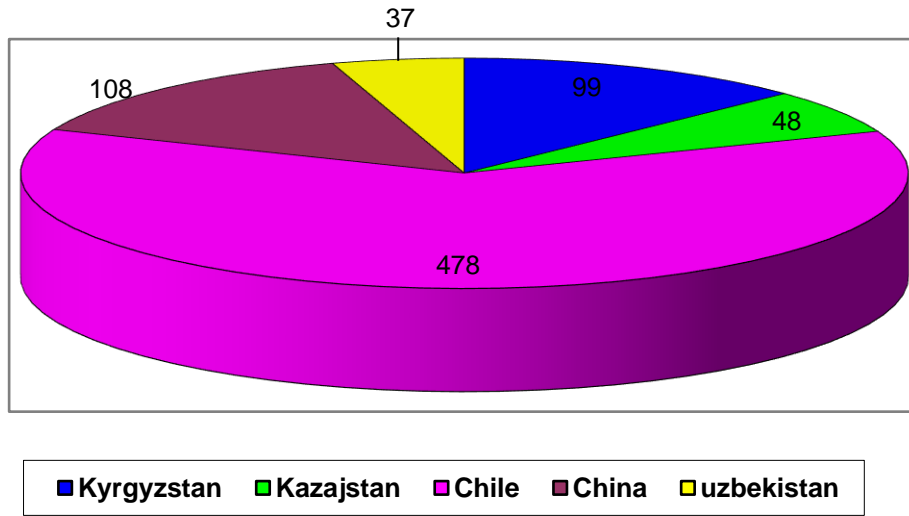
Fuente: Federal Customs Service of Russia

Según las estadísticas citadas, podemos constatar que tres años seguidos, es decir el 2013, 2014 y 2015, Chile sigue siendo líder con la participación en el mercado ruso de nuez de nogal sin cascara, ocupando 32%, 63% y 71% del mercado ruso respectivamente. En términos de valor, las importaciones marcaron un pequeño descenso en 2015 en versus 2014 de un 0,74 % alcanzando US\$ 6,4 millones. En términos de volumen, los embarques desde Chile en 2015 cayeron en un 3%, en comparación con el año 2014, llegando a 478 toneladas.

Cabe señalar que Ucrania, que era el competidor principal de Chile en exportaciones de nueces a Rusia, en 2013, tenía un 54% de la presencia en el mercado ruso de nueces y Chile un 36%. Según las estadísticas oficiales del Servicio de Aduana ruso, en el 2015 Ucrania abandonó el mercado ruso, perdiendo el 94% participación en términos de valor y el 90% en volumen físico.

Chile en el año 2015, en embarques de nuez de nogal con cáscara tiene un 93,6% de participación en el mercado en términos de valores, realizando importaciones por casi US\$ 49 mil (el 6% restante se divide entre Kazajstán y China) y el 63,4% en volumen, que corresponden a 17,15 toneladas. El segundo lugar lo ocupó Kazajstán con 32%, la 3ª posición pertenece a Bielorrusia con 4%, el 4º lugar pertenece a China con un 1%.

PAÍSES PROVEEDORES DEL MERCADO RUSO DE NUECES DE NOGAL PELADAS EN 2015 (toneladas)



CAMBIOS MENSUALES DE IMPORTACIONES RUSAS DE NUEZ DE NOGAL EN 2015/2016, KG

Mes	2015/kg.	2016/kg.	% cambios volúmenes importaciones
Enero	34 568	85 479	+147,28↑
Febrero	76 589	37 475	-51,07↓
Marzo	47 304	47 238	-0,14↓
Abril	31 199	8 650	-72,28↓
Mayo	15 194	45 828	+201,63↑
Junio	65 999	45 695	-30,76↓
Julio	80 033	20 607	-74,25↓
Agosto	85 372	35 630	-58,26↓
Septiembre	49 177	64 249	+30,65↑
Octubre	62 873		
Noviembre	89 494		
Diciembre	84 522		485672

<http://www.givemebid.com/greckij-orex/>

Por los datos, publicados en otro de los portales especializados Orekhovod, publica que en enero del 2016 las importaciones rusas de nueces de nogal aumentaron en 1,5 veces en comparación con el mismo periodo del año anterior: De 35 toneladas en el 2015, subió a 85,5 toneladas en el 2016. El portal informa que estas cifras provienen de productores chilenos - 95% de la nuez fue exportada desde Chile. En febrero y marzo las cifras de importación fueron menores - 123 toneladas en el 2015, frente a 85 toneladas en el 2016. Sin embargo, el resultado de la suma de los tres trimestres a la fecha del 2016, las importaciones de nueces llegaron a 391 toneladas, por debajo de las cifras del año anterior en un 19,5%.

<http://orehovod.com/articles/330-analiz-importa-greckogo-oreha-i-funduka-v-rossii-za-1-kvartal-2016-goda.html>

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

La distribución de los frutos secos por las zonas geográficas de Rusia es la siguiente: Moscú y la Región de Moscú – 48,2%, San Petersburgo – 20,6%, Kaliningrado – 11,1%, otras zonas – menos del 20%. Principalmente esto se explica, por la ubicación de los principales importadores de estos productos, además de sus instalaciones de almacenamiento y procesamiento, y en parte también por la distribución de los ingresos de la población y hábitos de consumo de los frutos secos.

Virtualmente, todas las nueces son importadas a granel. Los frutos secos se comercializan principalmente “al natural” para la elaboración de snacks y comidas en los hogares. En ocasiones, los importadores reciben el producto para luego re-embalarlo, cortarlo y/o tostarlo. Todos los operadores grandes cuentan con producción propia y sistema de distribución que les permite ampliar las ventas en términos geográficos.

Hay que considerar que el sector de los alimentos procesados utiliza más del 65% de todos los frutos secos como ingredientes, existiendo una mayor conciencia entre los consumidores sobre los beneficios para la salud de estos alimentos, así como también las opciones de snacks más saludables, lo que ha aumentado la demanda por ellos.

Cabe señalar, que la nueva tendencia en el trabajo de las cadenas de Retail, a pesar de seguir trabajando con los importadores y distribuidores locales, es empezar a firmar contratos directos con los proveedores extranjeros.

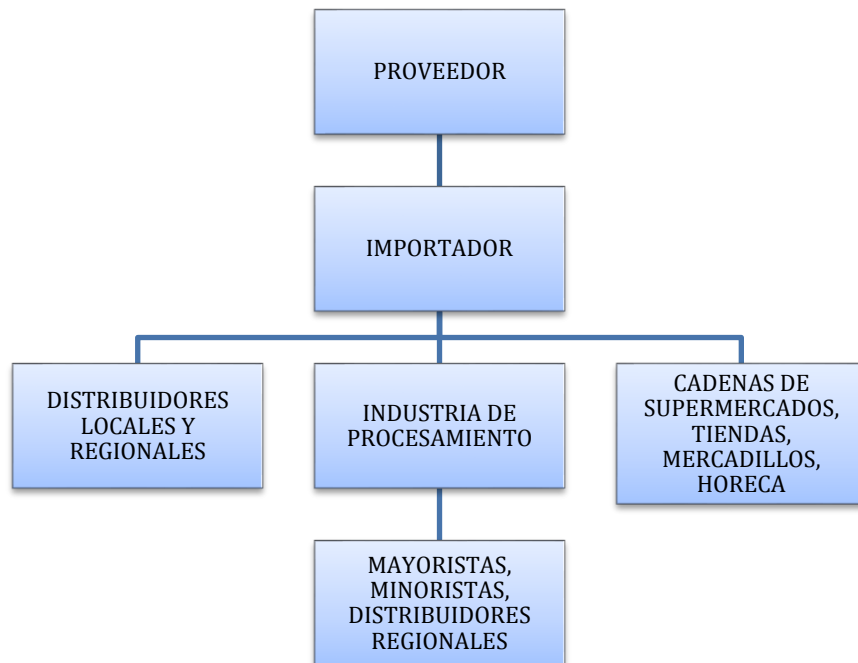
El ejemplo más significativo es la cadena de retail rusa MAGNIT (TANDER), que desde hace tiempo realiza importaciones directas de un grupo de estos productos desde Chile, tiene su propia compañía –importadora y procesadora de frutos secos y fruta deshidratada, además comienza a construir instalaciones de confitería para desarrollar su producción de confites, bajo marcas propias de la cadena.

Las compañías rusas que operan con fruta seca a granel en el mercado ruso, se subdividen en tres grupos principales:

- Los importadores grandes que actúan como proveedores de materia prima para otros productores (AUGUST TOPFER de San Petersburgo, PRODSERVICE de Ekaterinburgo)

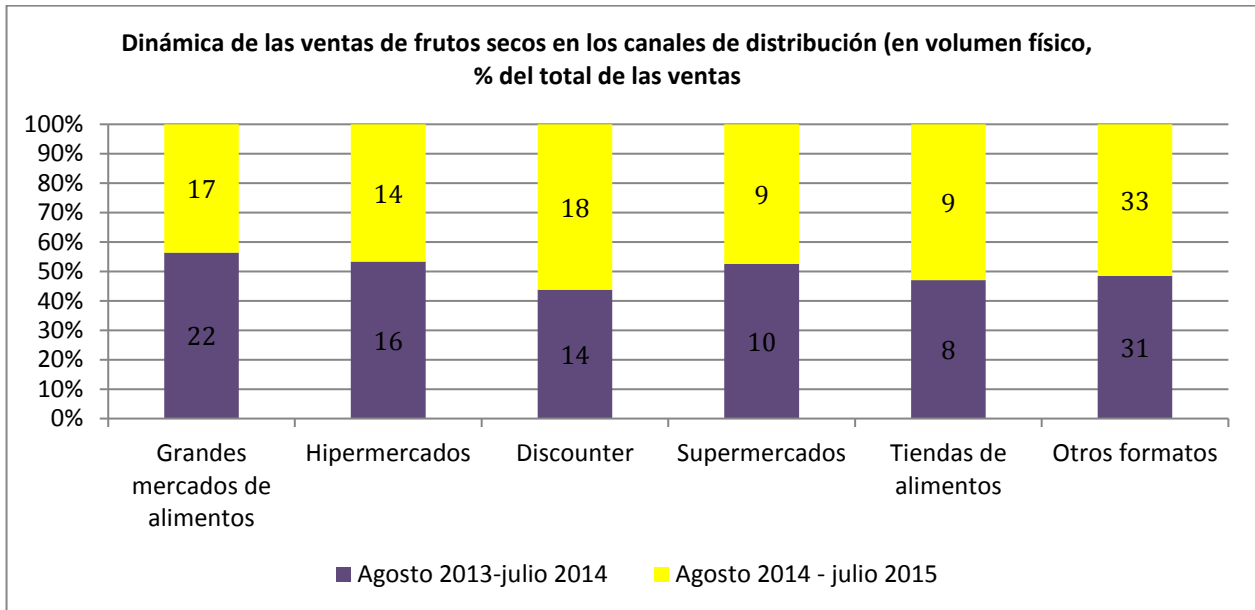
- Los importadores grandes, los cuales tienen su propia producción y comercio minorista. Estas empresas cuentan con sus propias líneas de envasado de la fruta seca, algunos tienen producción de confites y presentan para comercialización el producto terminado con su propia marca o con la marca de su cliente. Se trata de las compañías NATURFOODS (Moscú), SABRINA (Moscú), GOOD-FOOD (Moscú), OREKHPROM (Krasnodar), CARAVAN-PRODUKT. Los productos de estas empresas se comercializan en grandes cadenas de Retail, como AUCHAN, METRO, ATAK, MONETKA, GLOBUS, etc.
- Las empresas mayoristas medianas y pequeñas, que 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, las empresas LANIT 99 (Moscu), FRUNUT (Moscu), ZARD (San Petersburgo)

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



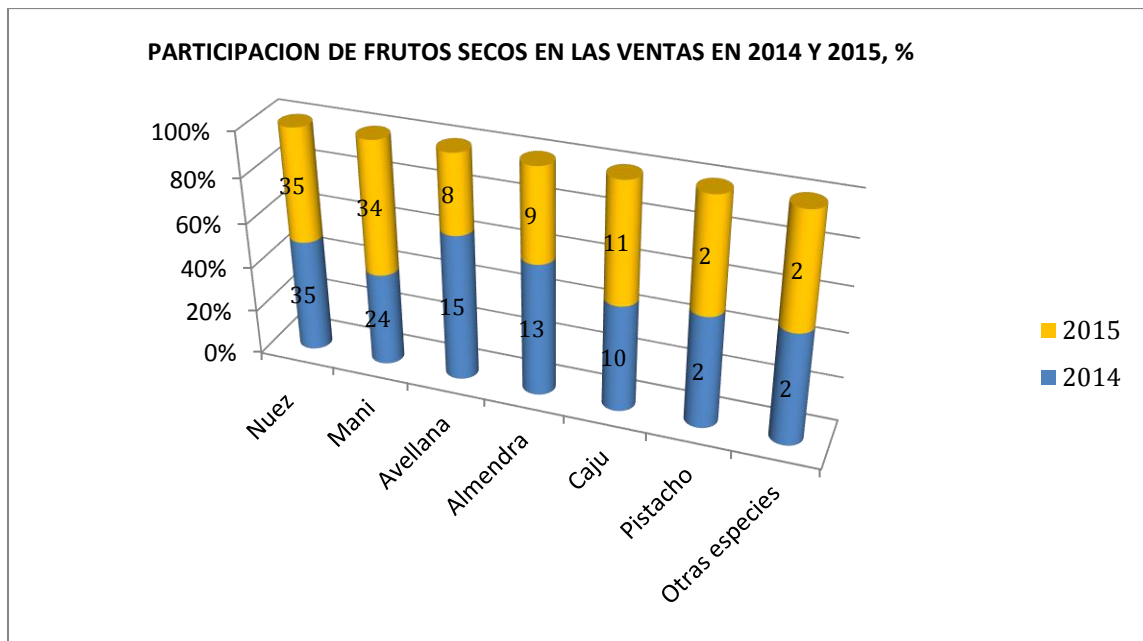
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).

Los cambios en la economía rusa influyeron de diferentes maneras, a los canales de ventas minoristas de frutos secos. Los grandes mercados agrícolas están afectados por la baja del nivel de consumo: en 2015. Su participación en ventas físicas disminuyó del 22 % al 17 %. Al contrario, las tiendas de descuento, han aumentado su participación del 14 al 18% y ganaron el liderazgo en el mercado, dejando atrás a los dos hipermercados y mercados agrícolas.



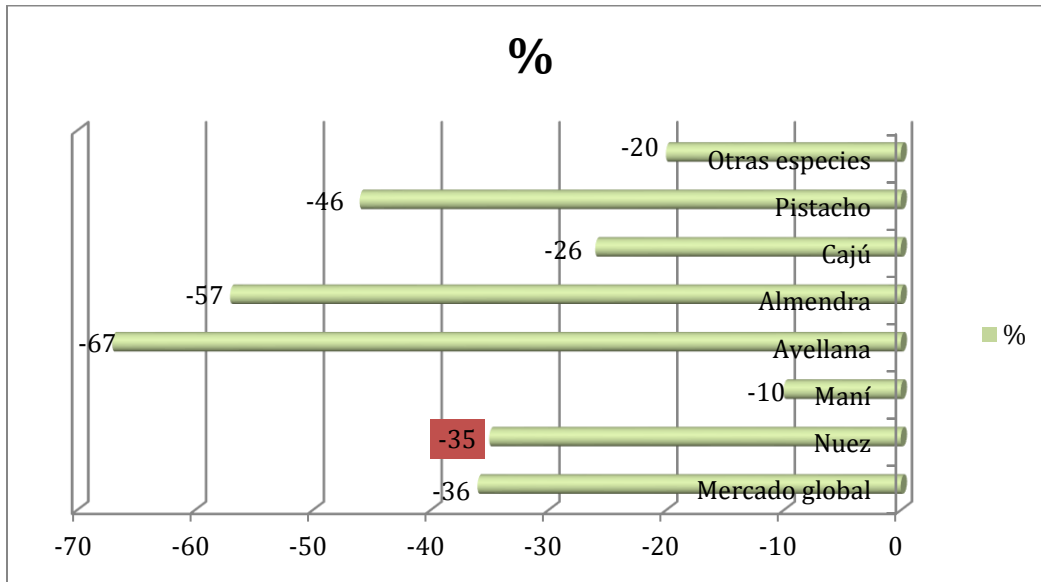
Fuente: Panel de consumidor GtK

En 2015, el liderazgo en ventas mantiene la nuez de nogal con la participación 35%:



Fuente: Panel de consumidor GtK

De acuerdo a las investigaciones del Panel de Consumidor GtK, el mercado global de frutos secos en ventas, mostró una caída del 36%, también ha sido significativo el decrecimiento de las ventas de la avellana (-67%), almendra (-57%) y pistacho (-46%). La nuez tiene una caída de un 35%:



<http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2201>

4. Estrategia comercial de precios

Según la investigación del Panel de Consumidor GfK Group, en el año 2015, el volumen de las ventas de nueces en Rusia se redujo en un 36%. La razón principal de la caída de las ventas fue el fuerte aumento de los precios, en promedio de más del 20%, debido a las sanciones y *contra-sanciones* introducidas entre Rusia, EE.UU y la UE, además por el debilitamiento del rublo. El peak de la caída del consumo de frutos secos, fue registrado en el primer trimestre del 2015, cuando la gente redujo compras de frutos secos en un 53% en comparación con el mismo período en 2014.

El precio por kilo de nueces en el período analizado ha cambiado ligeramente. Lo más significativo es el aumento de ventas de maní, cuya participación en la categoría de facturación aumentó del 24 al 34%, desde la introducción de las sanciones. El maní es la especie más asequible de los frutos secos, a pesar del aumento del precio que redondeo un 73% en el último año.

La caída de las ventas prácticamente no afectó al maní, su consumo se redujo sólo en un 10%, el mantenimiento de altos niveles de ventas juega un papel importante sustituyendo a las especies “nobles” y más caras de los frutos secos, tales como avellanas, cajú, almendras, nueces de nogal.

Una analista de la agencia internacional Euromonitor, comenta que las nueces peladas y frutos secos envasados, pertenecen al grupo de productos terminados fabricados a base de frutos secos importados, los cuales, por la caída del rublo y por las sanciones para las importaciones alimenticios desde algunos países, mostraron un crecimiento significativo de precios en el 2014 y 2015.

Según Euromonitor Internacional, en el año 2015, el crecimiento del precio minorista promedio para los frutos secos envasados fue de un 39%, y para los frutos deshidratados de un 35%.

De acuerdo a otros analistas, los precios de los proveedores y de los importadores a veces cambian diariamente por estar fuertemente vinculados al dólar y como consecuencia, a la tasa de cambio del rublo. Por lo tanto, los precios de los frutos secos se caracterizan por su inestabilidad.

Dichos especialistas del mercado, constatan que hay una diferencia en el nivel del aumento de precios de los frutos secos que se comercializan a granel y también para los productos terminados. Los frutos secos y la fruta deshidratada envasada, mostraron más lentitud en la subida de precios, debido a los esfuerzos de los productores que trataban de mantener los precios de stocks que tenía el fabricante. Por lo tanto, es difícil de calcular el nivel promedio del aumento de precios. Los precios de algunos ítems para productos empaquetados se incrementaron en un 50% en un año.

El analista señala que la subida de los precios no afectó tan significativamente a los frutos secos y frutas deshidratadas que se comercializan a granel, debido a la disponibilidad de frutos en los depósitos de los productores, que alcanzaron a llenarlos con antelación en la etapa del inicio de la subida de los precios (sobre-stock). Esta situación debe considerarse para analizar los volúmenes de importaciones en el futuro cercano, tomando el promedio del año 2014 y 2015 y comparándolo con el volumen ya finalizado el año 2016. De esta manera se podrá apreciar el impacto real de la baja en el nivel de consumo en el 2014 y 2015 y su posible recuperación el 2017.

5. Política comercial de proveedores.

Las nueces están disponibles en todos los formatos de retail. El producto es comercializado principalmente “al natural” para la elaboración de snacks y comidas en los hogares. El conseguir ser proveedor para los supermercados con marcas propias, es una oportunidad de lograr colocar las marcas del productor en el comercio. Actualmente, los productores se enfocaron en los especies de frutos secos con menor valor, como el maní por ejemplo. Si la gente antes compraba especies “nobles” y caras (avellana, almendra, cajú, nuez de nogal) ahora busca la misma especie por un precio menor y de calidad más baja, o las sustituye por otro producto, como maní, que ahora está muy demandado.

Una de las formas de mantener a los consumidores y aumentar las ventas son nuevos formatos de envase, las promociones, ventas por oferta especial, que permitan a los compradores asegurarse en la calidad y sabor del producto preferido.

La situación es similar en la industria de confitería, que es uno de los principales consumidores industriales de nueces y frutas secas. Las empresas de confitería o bien no producen confites con frutos secos o deshidratados caros, o cambian los recetas reemplazando las nueces de nogal, almendras u otros frutos secos por avellanas, complementadas con sabores y aromatizantes correspondientes.

Por los pronósticos de Euromonitor International, en este año 2016, las ventas minoristas de frutos secos y frutas deshidratadas envasadas, mostrarán una caída de un 18% y 12% respectivamente. A partir del año 2017, el mercado sentirá una dinámica más positiva extendida a los próximos 5 años. El factor clave para el crecimiento del mercado es por el anunciado desempeño económico de Rusia. El marcado aumento de los precios minoristas de los últimos años, influirá mucho en la futura decisión sobre comprar nueces y frutos secos, que eran, son y seguirán siendo bastante costosos para el promedio de los consumidores rusos. Los expertos consideran que los productores de frutos secos envasados tendrán que aplicar el máximo de sus esfuerzos, para mantener la calidad de los frutos secos y deshidratados, en donde el comprador recordará el sabor, la calidad, el calibre de frutos secos de sus marcas preferidas, no se sienta traicionado y escoja la marca de otro productor.

<http://www.marketologi.ru/news/issledovaniya/3411/> - Gremio no comercial de Marketing

6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.

Los cambios en la economía rusa influyeron de diferentes maneras en los canales de ventas minoristas de frutos secos. Los grandes mercados agrícolas están afectados por la baja del consumo. En el año 2015, su participación en ventas físicas disminuyó del 22 % al 17 %. Al contrario, las tiendas de descuento, aumentaron su participación del 14 al 18% y se ganaron el liderazgo en el mercado, dejando atrás a los dos hipermercados y mercados agrícolas. Esto fue posible, por la comercialización en las cadenas de retail, que estimulan las ventas y consumo de frutos secos, ofreciendo estos productos bajo marcas propias.

Por ejemplo, 7 de cada 10 bolsas de frutos secos que venden en las tiendas de descuento de la cadena MAGNIT, son productos bajo Marca Propia de la cadena, tales como “OREKHOVAYA ROSCHA” (Walnut Grove), “CHUDESNIY KRAY” (Maravillosa tierra). Sigue a MAGNIT, la cadena X5 RETAIL GROUP, con marcas propias como “KRASNAYA TSENA” (Precio rojo), “LEDNIKOVY PERIOD” (ICE AGE, MIKSBAR). AUCHAN está en 3ª posición, con marcas propias como “Cada día”, “PIKANTRI”). Cierra la lista la cadena METRO CASH & CARRY con MP “ARO”, “FINE FOOD”, “HORECA SELECT”.

Sin embargo, todas las cadenas mencionadas mantienen dificultades en el crecimiento de las ventas de sus productos bajo marcas propias. La participación en ventas de las marcas propias de frutos secos al día de hoy es igual que la del año pasado, siendo de un 12%. El aumento de los precios, hace más difícil realizar un desarrollo de la producción de frutos secos bajo Marcas Propias. Los precios han aumentado en un 41% desde el momento de inicio de las sanciones.

La participación de productores locales con las marcas propias en la categoría de frutos secos envasados creció de 5 a 6% en términos físicos (reales). Los marcas nacionales están presentados por las empresas GOOD FOOD; NATUR FOODS; NATSI, MAAG, MOSKOVSKAYA OREKHOVAYA COMPANIA.

La producción de los importadores GOOD FOOD, NATUR FOODS Y MOSKOVSKAYA OREKHOVAYA COMPANIA, se comercializa principalmente en el Distrito Federal Central y en Moscú, las ventas de NATSI dominan en el Lejano Oriente, Siberia y la región del Volga. La compañía Maag concentra sus ventas en los mercados de la Región Central, Norte-Occidental, en los distritos federales del Volga, además en las dos ciudades más grandes de Rusia, Moscú y San Petersburgo.

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

La nuez de nogal es muy apreciada por los consumidores rusos, principalmente por sus beneficios para la salud. En general, los principales consumidores de frutos secos son partidarios de una dieta saludable. Los compradores de frutos secos prefieren comprarlos a granel, aunque también los usan en los snacks, en cereales y en los chocolates.

La población urbana de Rusia de preferencia compra frutos secos a granel y no envasado para su consumo familiar. Los productos preferidos por ellos son el maní y la nuez de nogal.

Hablando de las tendencias en el comportamiento del consumidor, hay que señalar que la popularidad de la nuez crece entre la población de las ciudades. La demanda para la nuez de nogal es de un 55% del consumo total de todos los tipos de frutos secos.

En los dos últimos años, una parte importante de los compradores, excluyó por completo la compra de frutos secos. Cabe destacar, que el año anterior a esta baja en el consumo, más de la mitad de las familias rusas por lo menos una vez al año compraba frutos secos. Sólo en un año, bajo el período de las sanciones (desde el agosto de 2014 a julio de 2015) las ventas disminuyeron en un 16%. Al mismo tiempo, el resto de los consumidores han reducido su consumo de 1,8 a 1,4 kg de nueces al año durante el mismo período.

Los compradores se vieron obligados no solamente disminuir el consumo de nueces, sino que también las sustituyeron por otros productos alimenticios, bajando los gastos para compra de nueces de 1577 a 1377 rublos promedio al año.

Este período ha afectado gravemente la capacidad de compra de los consumidores rusos, quienes se vieron obligados a reducir sus gastos en la compra de alimentos que no son productos de primera necesidad. Los frutos secos y frutas deshidratadas no fueron una excepción. La razón principal de la reducción de consumo de estos productos, ha sido el crecimiento fuerte de los precios. Los consumidores reducen los volúmenes de compra de frutos secos, disminuyendo la frecuencia del consumo y buscando frutos secos que se comercialicen en ofertas especiales en las cadenas de retail.

En resumen, los altos precios de estos productos fue la principal razón de la reducción en las compras de frutos secos, que hasta hace poco tiempo, gozaban de una gran popularidad entre los consumidores, considerando que

eran una alternativa útil a los chips, papas fritas, etc. Ahora, los compradores se reorientaron a los bocadillos más asequibles, tales como semillas de girasol, galletas, panes tostados, etc.

<http://kvedomosti.ru/gretskie-orehi/>

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)

En el 2015, las sanciones y la fuerte devaluación del rublo, llevaron a una dura reestructuración del mercado ruso. Los importadores y distribuidores fueron obligados no solamente sustituir los productos prohibitivos, sino también a reducir al mínimo el interés por los productos de alto precio, además usando materia prima de menor calidad y por la disminución del volumen en los envases.

Durante el último año y medio, las tendencias en el mercado de frutos secos repiten las tendencias generales del mercado de frutas frescas y verduras. Desde finales de 2013, esta categoría de alimentos fue afectada por las tendencias negativas en la economía, pero el golpe principal fue la introducción de restricciones para embarques de frutos secos desde los países de la UE, EEUU, Canadá, Australia, Noruega, Montenegro, Albania, Islandia y Liechtenstein, y la devaluación del rublo. Esta situación provocó un aumento de precios mayoristas y minoristas, disminución del surtido de producción del rubro y la caída de la calidad de los productos. El otro factor negativo fue un descenso de los ingresos reales de la población y la pérdida de confianza en el mejor futuro. Los consumidores redujeron el consumo de frutos secos, en particularidad de productos con alto valor agregado, sustituyéndolos con la producción más barata, lo que produjo una caída de las ventas.

Tal como lo explican las autoridades económicas, la tendencia debería revertirse a contar del año 2017. Desde ya, se aprecian señales de reactivación económica, principalmente por las medidas económicas internas que han dado frutos alentadores, la estabilidad apreciada del rublo y los precios del petróleo

VII. Benchmarking (Competidores)

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

Para los consumidores rusos, **la marca de los frutos secos no es de importancia**, considerando que para la mayoría de ellos no saben o no les interesa el país de origen de las nueces. La misma situación se repite con otros frutos secos.

La popularidad del producto depende principalmente de su precio, apariencia física y sabor. El consumidor ruso, al probar frutos secos envasados, en muchos casos vuelve a los que se venden a granel, principalmente en los mercados agrícolas o quioscos, en donde tiene posibilidad de probarlos antes de comprar.

En los mercados agrícolas y ferias de fin de semana, al lado de las estaciones del metro u otros lugares de la ciudad, en muchos casos los vendedores ponen al lado de las nueces, las etiquetas con el nombre de fruto. **En el**

país de origen nunca aparece el nombre del proveedor. Sólo ante las consultas directas al vendedor, estos identifican el país de origen.

Las ventas en formatos envasados y con marcas comerciales, están representados en los principales canales de comercialización de frutos secos, donde éstos se venden bajo marcas propias de la cadena o con las marcas de los productores nacionales y regionales como SOLNTSE VOSTOKA, GOOD FOOD, NATUR FOODS, NATSI, MAAG, MOSKOVSKAYA OREKHOVAYA COMPANIA, OREKHOVY MIR, OREKHPROM y otros. La participación de productores locales con sus marcas comerciales en la categoría de frutos secos envasados creció de un 5 a 6% en términos físicos.

2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (tablas comparativas e imágenes en lo posible).

A continuación, se presentan tablas con los precios mayoristas para nueces de nogal pelada y con cascara, que se comercializan a granel en el mercado ruso:

1. PRECIOS DE LOS PRODUCTORES DE UZBEKISTÁN Y CHILE PARA NUEZ DE NOGAL PELADA PARA EL 22 DE JUNIO DEL 2016 - link: <http://www.givemebid.com/expertopinion22062016/>

Denominación producto	Precio USD/kg. CIF ,SPB	Precio USD/kg. Deposito CIF, SPB	Exportador	País
Nuez de Nogal extra light (semilla) Categoría Superior	8,04	10,03	NETiGO TRADE Ltd	Uzbekistán
Nuez de Nogal Light (semilla) Categoría I	6,87	8,58	NETiGO TRADE Ltd	Uzbekistán
Nuez de Nogal oscuro (semilla) Categoría II	5,53	6,92	NETiGO TRADE Ltd	Uzbekistán
Nuez de Nogal con cascara (tamaño grande) Categoría I	8,34	10,4	NETiGO TRADE Ltd	Uzbekistán
Light halves 80%, partidas mecánicamente	11,04	13,75	-	Chile
Light halves, partidas manualmente	12,04	14,99	-	Chile
Amber-light halves	8,24	10,28	-	Chile
Amber lalves , partidas manualmente	7,04	8,79	-	Chile

* El precio en los depósitos de San Petersburgo es tentativo, se calcula a base de compra de 1 contenedor de nueces y la entrega del producto al comprador en 2 meses.

2. PRECIOS MAYORISTAS DE LOS PRODUCTORES CHILENOS PARA NUEZ DE NOGAL PELADA PARA PARA 07.09.2016 :LINK <http://www.givemebid.com/expertopinion070921016/>

	Precio USD/kg. CFR San Petersburgo (SPB)	Precio USD/kg Deposito SPB	Proveedor	País
Nuez de Nogal extra light halves	15,00	18,45	AGROPRODEX S.A.	Chile
Nuez de Nogal extra light halves	14,80	18,20	BAIKA S.A	Chile
Nuez de Nogal extra light halves	15,00	18,45	FRUTEXSA S.A.	Chile

* El precio en el depósito de San Petersburgo es tentativo, se calcula a base de compra de 1 contenedor de nueces y la entrega del producto al comprador en 2 meses.

3. PRECIOS PARA NUEZ PELADA Y CON LA CASCARA EN INTERNET TIENDA ESPECIALIZADA - LINK http://kupi-oreh.ru/catalog/Gretskii_oreh/Gretskiy-orekh-ochishchennyy-polovinki-500/

Producto	Peso	Precio por kilo	País de origen
Nuez de nogal con cascara	500 gr.	253 rub.	Región de Krasnodar (Rusia)
Nuez de nogal Chile	5 kg.	1250 rub.	Chile
Nuez de nogal Chile	500 gr.	1346 rub.	Chile
Nuez de nogal en mitades	10 kg	693 rub.	Ucrania
Nuez de nogal en mitades	500 gr.	754 rub.	Ucrania

ALGUNAS IMÁGENES DE NUEZ Y PRECIOS MAYORISTAS Y MINORISTAS PARA EL PRODUCTO.



Nuez de nogal, ½, ámbar, al vacío

Precio: 390 rub./kg

Caja de cartón corrugado: 2 bolsas al vacío/5 kg

Origen: Rusia. Región de Krasnodar



Nuez de Nogal, “mariposa”, precio: 475 rub/kg para compra no menos de 5 toneladas; país de origen Kirguistán, cosecha 2016

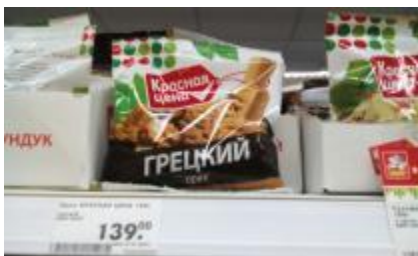


Nuez de Nogal, región de origen: Krasnodar, precios para compra no menos de 30 kg. Variedades y formatos: “mariposa” – 750 rub/kg; media semilla – 750 rub/kg; con cascara – 250 rub/kg; nuez chilena – 1350 rub/kg

PRECIOS PARA NUEZ DE NOGAL EN LOS CANALES DE RETAIL, MERCADOS AGRÍCOLAS, QUIOSCOS:



Supermercado Séptimo Continente; Bolsas plásticas de 350 gr/629 rub. y 200gr/459 rub., productor Solntse Vostoka



Cadena de Retail X5 Group. Pyaterochka, Bolsa plástica de 100 gr./139 rub., marca propia de X5 “Krasnaya Tsena”



1.



2.



3.



4.

1. Quiosco de ventas de frutos secos y fruta deshidratada, instalado en la salida del supermercado Séptimo Continente.
2. El vendedor acaba de recibir del proveedor la nuez chilena. Precio 1900 rub/kg
3. Góndolas con frutos secos, dos cajas centrales de la segunda góndola presentan nuez de nogal uzbeko de dos colores, precio: 1100rub. nuez oscura y 1300 rub. nuez clara
4. En el mismo quiosco se comercializa el snack abjasio Churchkhela (es un collar de fruto seco bañado en jarabe, puede ser cualquier especie). En la foto Churchkhela con la nuez de nogal (más pequeña y cara), precio: 150 rub. por unidad.

3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales:

Las campañas de marketing se desarrollan principalmente 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, dos ediciones de la revista RUSSIAN FOOD & DRINKS, dedicada al sector de Frutos secos y Nueces de Chile, organizada y con co-financiamiento de ChileAlimentos).

Sería muy oportuno apoyar a los importadores, organizando presentaciones de frutos secos que se comercializan a granel o envasados en supermercados de grandes ciudades, donde la marca de Chile está bien posicionada a través de algunos productos, como frutas, vinos y productos del mar.

Es recomendable que los proveedores en cooperación con los importadores participen en los Chile Week, que en 2016 empezó a celebrar la oficina de ProChile en Moscú en las ciudades regionales, con el objetivo de ampliar conocimientos de la población de estas regiones acerca de los productos estrellas chilenos. La presencia de frutos

secos chilenos en las actividades celebradas en el marco de este evento sería muy oportuna para promoción de la nuez chilena.

FERIAS INTERNACIONALES

NOMBRE DE LA FERIA	PERIODICIDAD	SITIO 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 comentarios de los importadores de frutos secos, la nuez chilena ganó la fama por el color claro, sabor agradable, dulzura y la cascara fina (con respecto a las nueces con cascara), lo que hace fácil abrir el fruto. La Oficina Comercial de Rusia ha recibido algunos comentarios de los importadores acerca de la nuez chilena y su posicionamiento en el mercado, en que comentan que la nuez de nogal se percibe como el producto Premium demandado en el segmento de HORECA. Según algunos importadores, la nuez chilena no se envasa, sino se comercializa a granel en los mercados agrícolas, donde el consumidor puede probarla y evaluar la alta calidad de la “mariposa” chilena, como se nombra entre los profesionales rusos.

A los importadores les preocupa la calidad de la nuez que se suministra a Rusia este año, según ellos la oferta para la nuez de la categoría Extra Light es pequeña. Algunos operadores del mercado empezaron a importar nueces de color más oscuro y barato.

Hay importadores que consideran que el futuro de las importaciones rusas de nuez chilena, pertenece a las nueces con cascara, debido al excelente sabor y frescura de la semilla protegida con la cáscara. Según la opinión de uno de los importadores que abastece nuez de nogal chilena con cascara a los restaurantes de la cadena GINZA PROJECT (una de las cadenas de restaurantes más de moda), se consume cada día más por la gente con altos ingresos, que pasan veladas en sus casas relajándose con sus familiares o en los restaurantes fumando narguile (pipa turca), pelando una nuez y disfrutando con el sabor delicado de este grano.

VIII. Fuentes de información relevantes

<http://msk.pulsen.ru>
<http://www.givemebid.com>

<http://www.vvs-info.ru>
<http://www.rus-fdm.com/>
<http://www.foodmarket.spb.ru>

<http://www.gks.ru>
<http://www.customs.ru>

www.economy.gov.ru

<http://www.nalog.ru>
<http://www.eurasiancommission.org>
<http://rospotrebnadzor.ru/news>

<http://www.agroserver.ru/orekh-gretskiy/p1-country-7.htm>

<http://orehovod.com>

<http://www.marketologi.ru>

Agencia analítica
Agencia analítica especializada en frutos secos y nueces
Agencia analítica
Revista analítica RUSSIAN FOOD & DRINKS
Revista FOOD MARKET
SERVICIO FEDERAL DE ESTADÍSTICAS DE LA FR;
SERVICIO FEDERAL ADUANERO DE LA FR;
MINISTERIO DE ECONOMÍA DE LA FR;
SERVICIO FEDERAL TRIBUTARIO DE LA FR;
COMISIÓN EUROASIÁTICA (UNIÓN ADUANERA)
SERVICIO FEDERAL DE INSPECCIÓN en materia de defensa
de derechos de los consumidores y bienestar de la
población (ROSPOTREBNADZOR)

Portal especializado del rubro agropecuario

Portal especializado de frutos secos

ASOCIACIÓN DE LOS PROFESIONALES DE MARKETING