

PMP

Estudio de Mercado

Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre (carne molida de pavo) en Cuba

Agosto 2017

Documento elaborado por la Representación Comercial de Chile en Cuba - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



● TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|-----------|
| II. RESUMEN EJECUTIVO | 4 |
| 1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino. | 4 |
| 2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado. | 4 |
| 3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado | 4 |
| 4. Recomendaciones de la Oficina Comercial. | 5 |
| 5. Análisis FODA | 6 |
| III. Acceso al Mercado | 7 |
| 1. Código y glosa SACH | 7 |
| 2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino. | 7 |
| 3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. | 7 |
| 4. Otros impuestos y barreras no arancelarias. | 7 |
| 5. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>) | 8 |
| 6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (<i>links a fuentes e imágenes</i>). | 9 |
| 7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales. | 10 |
| IV. Potencial del Mercado | 11 |
| 1. Producción local y consumo | 11 |
| 2. Importaciones del producto últimos 3 años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado. | 11 |
| V. Canales de Distribución y Actores del Mercado | 13 |
| 1. Identificación de los principales actores en cada canal..... | 13 |
| 2. Diagramas de flujo en canales seleccionados. | 13 |
| 3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s). | 14 |
| 4. Estrategia comercial de precio..... | 14 |
| 5. Política comercial de proveedores..... | 14 |
| 6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail..... | 14 |
| VI. Consumidor/ Comprador | 14 |
| 1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas. | 14 |
| 2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.) | 15 |
| VII. Benchmarking (Competidores) | 15 |
| 1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>). | 15 |
| 2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (tablas comparativas e imágenes en lo posible)..... | 15 |
| 3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (<i>links e imágenes</i>). | 17 |
| VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado..... | 17 |
| IX. Fuentes de información relevantes (<i>links</i>). | 18 |

X. Anexos.....19

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 linkado al sitio de ProChile para su descarga.

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.

| Código Arancelario Cuba | Descripción |
|-------------------------|---|
| 1602.31.90 | --- Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre |

| Código Arancelario SACH | Descripción |
|-------------------------|---|
| 1602.3190 | --- Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre |

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

El producto “Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre”, de la glosa 1602.31.90, es conocido en Chile como carne molida de pavo y en Cuba como picadillo de pavo.

En Cuba no se produce carne molida a partir del pavo, sino a partir de vacuno o del pollo, por tanto, es un producto netamente de importación. Las compras van dirigidas en su totalidad al segmento de mercado de las cadenas de tiendas, para ofertar a la población un producto sumamente económico, acorde a las limitaciones de poder adquisitivo del cubano. Es por ello que el Gobierno cubano desde abril de 2016 ha colocado precios fijos para la comercialización de la carne molida, que varían dependiendo del porcentaje de grasa que presente el producto.

El producto chileno ha resultado muy interesante para Cuba, durante los años 2014 y 2016, las ventas han rondado los US\$ 3 millones con alzas en el 2015 de US\$ 5 millones. A junio de 2017, las exportaciones sobrepasan US\$ 1,5 millones, y el aumento en la rotación del producto se justifica por los precios económicos con los que llega a las cadenas de tiendas la carne molida de pavo, estrategia que ha sido bien aprovechada por los proveedores chilenos. Es un producto de continua demanda por el consumidor, cuyo incremento del nivel de rotación de ventas en el retail y por tanto, de las importaciones, se verá ligado a la mantención de la calidad y por supuesto, del precio del producto ofertado por el proveedor.

Es un mercado que ha quedado abierto a ser aprovechado desde Chile, al retirarse Canadá como primer exportador de este producto. Sin embargo, se deberá tener en cuenta que el factor calidad será el elemento clave para que países como España no supongan una fuerte competencia para Chile.

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

Lo más importante para acceder al mercado de Cuba es primero contar con la mayor cantidad de información posible, debido a que presenta características muy particulares: estructura, canales de comercialización, índice de formación de precios minoristas a aplicar, formas de negociar, mecanismos de pago, etc. Le sigue establecer relaciones con los importadores, esto permitirá conocer sus necesidades y requerimientos a corto plazo. Previo a cualquier negociación se demanda por el importador cubano la entrega de determinada documentación de la empresa, que avale su accionar en el mercado de origen e internacional con el objeto de autorizarla como suministrador, por eso es que es vital tener contacto persistente con los compradores.

Adicionalmente, favorece a los suministradores que ofrezcan condiciones de financiamiento y precios competitivos, ante las disímiles ofertas que reciben los compradores.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

- ✓ Informarse acerca del mercado cubano y de sus particulares características
- ✓ Elaborar una estrategia para la presentación de su oferta pensada desde precios de exportación (teniendo en cuenta de que Cuba es un mercado de precios), logística, aranceles, competencia y plazos de pago del mercado, sobre todo evaluando la posibilidad de crédito comercial.
- ✓ Conocer posibles canales de comercialización, traders, distribuidores y clientes finales.
- ✓ Ofrecer seguimientos a los contactos y entrevistas realizados.

5. Análisis FODA

| | | Factores Internos | |
|---|---|--|--|
| | | Fortalezas | Debilidades |
| Posibles estrategias - Presentación de un producto sumamente económico al importador. | | Fortalezas - Relación calidad - precio. - Producto con 100% de preferencia arancelaria. - Capacidad productiva acorde a los requerimientos del mercado cubano. | Debilidades - Distancia geográfica y altos costos de fletes. - Altos costos de producción. - Precios menos competitivos por no contar con financiamientos o créditos comerciales. |
| Factores Externos | Oportunidades - Exigencia de un estricto control de los parámetros de calidad en las producciones. - Demanda para abastecer al mayor segmento de la población (salario mensual de US\$20). - Interés cubano en abastecer sus compras desde mercados latinoamericanos. | - Ser proactivo en los contactos con el importador. No esperar a la licitación para la presentación del producto. Recordar que primero el suministrador debe ser parte de la cartera de proveedores del importador y que debe hacerse un registro previo del producto. - Incluir en la presentación del producto: <ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones nacionales e internacionales relevantes. • Perfil de la empresa con trayectoria, países con los que se ha negociado, volúmenes de exportación. • Cartera de productos, indicando volúmenes productivos y periodos de entrega, según demanda de mercado. • Preferencia arancelaria en el marco de la ALADI. | - Incluir en la oferta del producto financiamiento. - Búsqueda de instancias que otorguen financiamientos o de bancos que puedan apoyar el descuento de letras de cambio u otros créditos documentarios en Cuba. |
| | Amenazas - Política de otorgar licitaciones a ofertas que ofrezcan mejores precios con financiamiento. - Mercado de precios versus calidad. - Fletes elevados por trasbordos en terceros países. - Implicaciones comerciales por el Embargo a Cuba de EE.UU. | - Fomentar el contacto con el importador para recabar información de mercado y elaborar su oferta. A las empresas cubanas les interesa el contacto directo con el proveedor antes que con un intermediario. - Contar con un producto que sin perder los estándares de calidad, tenga los costos más económicos posibles, es atractivo para el mercado. - De tener negocios con EE.UU se deberá considerar la vía más adecuada para exportar a Cuba, teniendo en cuenta las implicaciones comerciales derivadas del Embargo a la Isla. - Se deberán utilizar bancos que no estén relacionados con financieras estadounidenses. | - De no aceptarse la oferta directa del producto por las empresas importadoras, se podrá contactar a traders radicados en Cuba para evaluar su introducción por parte de estos. - Participar en las ferias del sector, para la presentación y prospección del producto en el mercado. |

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

| Código Arancelario | Descripción |
|--------------------|--|
| 16.02 | Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre. |
| 1602.31 | -- De pavo (gallipavo) |
| 1602.3190 | ---Las demás |

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

| Código Arancelario | Descripción |
|--------------------|--|
| 16.02 | Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre. |
| 1602.31 | -- De pavo (gallipavo) |
| 1602.31.90 | ---Las demás |

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

| Código Arancelario | Arancel Chile | Arancel Competidor | Arancel Competidor 2 |
|--------------------|---------------|--------------------------|---|
| 1602.3190 | 0% | España (Arancel NMF 15%) | México y Colombia 80% preferencia; Guatemala, Argentina, Venezuela, Brasil, Uruguay, Paraguay y Panamá 100% de preferencia arancelaria. |

El arancel aplicable a la carne molida de pavo, y en general para todas las mercancías ha tomado un papel importante en las licitaciones a partir del año 2012, ya que por parte de las autoridades comerciales cubanas se instruyó a los importadores incluir su valor dentro de la oferta del producto.

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

En Cuba no aplica el IVA, sin embargo, se aplica un alto índice de formación de precios minoristas, previo a la comercialización de la carne molida de pavo, que consiste en multiplicar el costo CIF por hasta 2,10 y el resultado es el precio de venta al público.

Existen algunos factores que pueden influir en la decisión final del importador cubano para la selección de un suministrador:

a) Centralización de los recursos financieros

El impacto de la crisis mundial y los precios de los alimentos han afectado la economía cubana, fuertemente dependiente del exterior. Las autoridades del país han tomado medidas para frenar sus importaciones, más bien la estrategia es que sean sustituidas y que se priorice la promoción de las exportaciones. En consecuencia, ha sido redirigido el destino de las finanzas, concentrándolas en las compras de productos prioritarios para el desarrollo y abastecimiento del país, para lo que se tendrá en cuenta la competitividad de los precios en sobremanera (producto, flete y financiamiento).

b) Condiciones crediticias para la adquisición de los productos

Un aspecto muy importante para la venta de productos a Cuba lo constituye el otorgamiento de financiamiento a los compradores cubanos. Por lo general, la existencia de los traders en Cuba se justifica debido a que se encargan de negociar el financiamiento a las operaciones, además del trabajo que realizan con los importadores a fin de que mantengan el stock de los productos en el retail.

c) Negociaciones sin intermediarios

Si bien es común observar en el mercado la operatividad de los traders radicados en Cuba, los importadores cubanos prefieren que los productos sean vendidos directamente por productores y obviar a intermediarios o entidades comerciales no productoras.

5. Regulaciones y normativas de importación

Para la circulación y comercialización de alimentos en todo el territorio nacional es un requisito indispensable la inscripción del producto en el Registro Sanitario de Alimentos¹, radicado en el Instituto Nacional de Higiene, Epidemiología y Microbiología (INHEM) del Ministerio de Salud Pública.

Al evaluar la solicitud de registro, el INHEM tendrá en cuenta la aplicación del Manual “Registro Sanitario de alimentos, cosméticos, juguetes y otros productos de interés sanitario: Regulaciones e Indicadores”² y que el producto cumpla con los requerimientos sanitarios exigidos en las normas cubanas que se encuentran en el Anexo 1.

La inscripción en este registro puede ser efectuada indistintamente por el exportador extranjero o por el importador cubano, por lo que se recomienda contactar primeramente con los potenciales compradores y de generar interés, permitir que la gestión corra a cargo del importador local. Siempre se realiza previo al embarque.

El procedimiento a seguir para la obtención del registro consta de las etapas siguientes:

- ✓ Solicitud por escrito de lo que se desea registrar, de conjunto con las muestras. Deberá constar la información siguiente:
 - Marca Comercial
 - Nombre de la fábrica productora o comercializador
 - País de origen o provincia
 - Etiqueta. Se debe adjuntar prototipo o diseño, tal como se vaya a comercializar en el territorio nacional.
 - Se agregarán Certificado de Libre Venta del producto y Certificado de funcionamiento o Licencia Sanitaria del establecimiento productor.
- ✓ Facturación
- ✓ Revisión de la documentación y del etiquetado junto con las muestras, por parte del funcionario del Registro, que elaborará una propuesta de Dictamen Técnico para su presentación al Comité de Expertos.
- ✓ El Comité de Expertos analiza los productos sometidos a su consideración y emite el Dictamen Técnico correspondiente en un tiempo máximo de 30 días hábiles, de acuerdo al tipo de análisis que la misma requiera.
- ✓ Pago de la factura
- ✓ Emisión del Certificado Sanitario

¹ <http://instituciones.sld.cu/inhem/del-registro-sanitario/>

² <http://instituciones.sld.cu/inhem/documentos-de-interes/>

- ✓ Registro e inclusión en la base de datos

El costo del registro es de 30 CUC (aproximadamente US\$ 35) en el caso de que lo solicite el proveedor, y para el importador es la misma suma pero en moneda nacional. Además el análisis de etiquetado tiene un costo de 10 CUC (aproximadamente US\$ 11,5) y otros análisis de laboratorios pertinentes cuyas tarifas pueden ser consultadas directamente al Instituto de Nutrición e Higiene de los Alimentos.

El registro tendrá una vigencia de 3 años y su renovación se realizará dentro de los 90 días anteriores a la fecha de vencimiento. Al realizar la renovación de la inscripción el precio a abonar será la mitad del establecido para la inscripción.

La inscripción de un producto en el registro conlleva el otorgamiento del Certificado Sanitario. Este certificado se otorga cada vez a favor de un importador cubano. Si el suministrador desea extender la inscripción del mismo producto a otro importador cubano, debe abonar 10 CUC adicionales.

El titular del producto inscrito está en la obligación de comunicar durante el período de vigencia de la licencia otorgada, las actualizaciones o modificaciones efectuadas a este que difieran de la información brindada para su inscripción.

Particularmente para exportar a Cuba las plantas deberán encontrarse habilitadas para ello. En Chile, el proceso se realiza a través del Servicio Agrícola Ganadero (SAG), quien tiene la delegación del Instituto de Medicina Veterinaria de Cuba.

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

NC 108 (2008) Norma general para el etiquetado de los alimentos preenvasados³

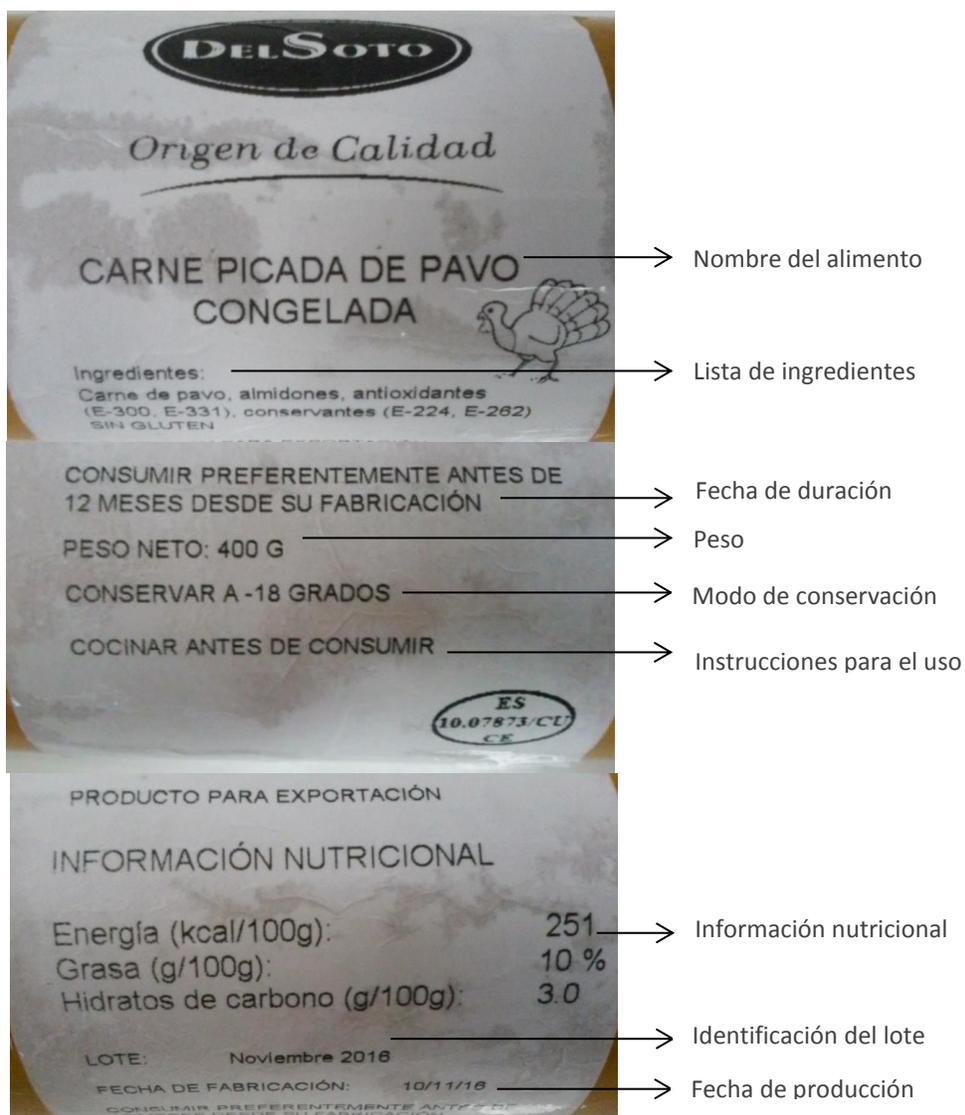
Se aplicará al etiquetado de todos los alimentos preenvasados que se ofrecen como tales al consumidor o para fines de hostelería, y a algunos aspectos relacionados con la presentación de los mismos.

Establece los requisitos que debe cumplir el etiquetado de los alimentos, entre ellos: nombre del alimento; lista de ingredientes, con especial mención a los que causan hipersensibilidad y los aditivos alimentarios empleados; contenido neto y peso escurrido; nombre y dirección del fabricante, del envasador, distribuidor, exportador, importador o vendedor; país de origen del alimento; identificación del lote; fecha de duración; instrucciones para el uso y conservación; declaración cuantitativa de los ingredientes, si el alimento ha sido tratado con radiación ionizante, entre otros.

Su evaluación se realizará por parte del INHEM, al registrar el producto en Cuba.

³ instituciones.sld.cu/inhem/files/.../MANUAL-DE-REGULACIONES-E-IND-OPS.pdf

EJEMPLO DE ETIQUETADO DE CARNE MOLIDA



7. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.

La autoridad competente para el registro del producto y la revisión de las certificaciones exigidas para ello es la siguiente:

Instituto Nacional de Higiene, Epidemiología y Microbiología (INHEM)

Departamento de Registro, Control y Calidad Sanitaria

Teléfono: (537) 870 5531 al 33 (Pizarra) Ext. 161

Calzada de Infanta No. 1158, e/ Clavel y Santo Tomás, Municipio Cerro, La Habana

olga@inhem.sld.cu

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

En Cuba no se produce carne molida a partir del pavo, sino a base de res, o pollo, este último sobre todo curado o condimentado. La carne molida de pavo es de exclusiva importación y representa para el cubano un producto muy interesante, por los precios establecidos, ya que lo hacen asequible al limitado poder adquisitivo de la población.

El alto nivel de consumo de la carne molida de pavo, genera una dinámica rotación en las cadenas de tiendas, al ser un producto versátil por su pronta preparación. El cubano está habituado a alimentarse con este tipo de producto y localmente se prepara solo con otros tipos de agregos, como puede ser con papas, aceitunas, etc.

2. Importaciones del producto últimos 3 años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.

Cuba importa cerca de 80% de los víveres que consumen sus habitantes debido a que presenta una infraestructura productiva limitada.

Es importante mencionar que según operadores aduaneros de las empresas importadoras cubanas, hasta el mes de septiembre de 2016, la carne molida de pavo se estuvo exportando a Cuba bajo la glosa chilena "0207.2790 --- Carne y despojos comestibles, de aves de la partida 01.05, frescos, refrigerados o congelados. De pavo: Las demás" y luego de esa fecha, continuaron las exportaciones a través de la glosa "1602.3190 --- Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre. De pavo: Las demás", **por lo que la referencia de las estadísticas será de los últimos tres años de la glosa 0207.27.00 y el año 2016 de la glosa 1602.3190 para el análisis en cuestión,**

Por otra parte, es necesario aclarar que cuando se realiza la correlación del arancel chileno con el cubano, la carne molida corresponde a la glosa cubana "0207.27.00 --Carne y despojos comestibles, de aves de la partida 01.05, frescos, refrigerados o congelados. Trozos y despojos, congelados de pavo", pero en este caso, por ser característica de la glosa cubana al ser cerrada, engloba a dos glosas chilenas "0207.2790 --- Carne y despojos comestibles, de aves de la partida 01.05, frescos, refrigerados o congelados. De pavo: Las demás" y "0207.2710 --- Carne y despojos comestibles, de aves de la partida 01.05, frescos, refrigerados o congelados. De pavo: Pechugas. Lo anterior, trae como consecuencia que el análisis queda comprometido con los datos de importaciones generales de la carne molida en Cuba, ya que la estadística de este producto no se encuentra desagregada de la pechuga de pavo.

No obstante, si se tiene en cuenta la nómina de productos que se comercializa mayormente en las cadenas de tiendas cubanas, la pechuga de pavo no está presente, contrario a la disponibilidad de carne molida chilena que abarrota los establecimientos minoristas.

| País | IMPORTACIONES GLOSA 0207.27.00 | | | | | |
|--------------|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | 2014 | | 2015 | | 2016 | |
| | Cantidad (Kg) | Valor CIF (US\$) | Cantidad (Kg) | Valor CIF (US\$) | Cantidad (Kg) | Valor CIF (US\$) |
| Chile | 13.606,97 | 42.353,32 | 92.928,00 | 183.268,41 | 1.510.080,00 | 3.074.090,14 |
| España | 94.056,65 | 490.863,67 | 306.172,00 | 1.500.705,08 | 667.051,77 | 1.956.332,78 |
| Brasil | 224.140,00 | 563.826,48 | 701.540,00 | 1.460.090,94 | 465.090,00 | 1.034.706,34 |
| Canadá | 124.977,10 | 236.327,67 | 47.646,62 | 87.573,60 | 285.949,02 | 464.511,04 |
| TOTAL | 456.780,72 | 1.333.371,14 | 1.148.286,62 | 3.231.638,03 | 2.928.170,79 | 6.529.640,30 |

Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI).

| País | IMPORTACIONES GLOSA 1602.3190 | | | | | |
|--------------|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|
| | 2014 | | 2015 | | 2016 | |
| | Cantidad (Kg) | Valor CIF (US\$) | Cantidad (Kg) | Valor CIF (US\$) | Cantidad (Kg) | Valor CIF (US\$) |
| Chile | 1.031.078,40 | 1.966.008,79 | 952.512,00 | 1.831.589,96 | 46.464,00 | 87.096,90 |
| España | 12.610,81 | 100.902,99 | 7.357,96 | 54.588,74 | 3.678,60 | 21.563,90 |
| Polonia | 10.448,07 | 44.331,53 | 4.944,00 | 19.787,52 | 2.774,40 | 8.888,90 |
| México | 325.104,00 | 538.321,05 | 275.079,00 | 448.852,69 | | |
| Canadá | 1.249.661,50 | 2.183.857,78 | | | | |
| Países Bajos | 26.571,00 | 156.320,61 | | | | |
| China | 23.232,00 | 43.392,38 | | | | |
| TOTAL | 2.678.705,78 | 5.033.135,13 | 1.239.892,96 | 2.354.818,91 | 52.917,00 | 117.549,70 |

Fuente: ONEI.

El producto chileno “Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre” (carne molida de pavo) ha ido ganando espacio en las cadenas de tiendas de venta a la población, y con ello, ha dado un salto vertiginoso del año 2014 al 2016 en sus importaciones, al pasar de US\$ 42.000 millones a alrededor de US\$ 3 millones, superando a España y Brasil, que ocupaban los primeros lugares de ventas a la Isla, según estadísticas ofrecidas por Cuba.

Si observamos las estadísticas ofrecidas por Chile, que difieren de las entregadas por Cuba, el comportamiento de las importaciones del código arancelario 0207.2790 de Cuba, parte cercano a los US\$ 3 millones en el 2014, para un salto a US\$ 5 millones en el 2015 y una bajada nuevamente a los US\$ 3 millones durante el 2016, que pudieran sobrepasar los 3,7 millones, si consideramos las importaciones del 2016 bajo el código arancelario 1602.3190.

El cambio de glosa manifestado por operarios aduaneros de las empresas importadoras se pudiera corroborar con el hecho de que de enero a junio de 2017 no se contemplan exportaciones bajo el código 0207.2790 y sí del código 1602.3190, que para ese período superan los US\$ 1,5 millones, lo que hace previsible que ante la fuerte demanda del mercado, sobrepasen las ventas a los US\$ 2 millones al cerrar el año 2017.

| Año | SACH_8 | Glosa 0207.2790 | US\$ FOB |
|------|-----------|---|--------------|
| 2014 | 0207.2790 | Los demás trozos y despojos comestibles de pavo (gallipavo), congelados | 2.993.296,76 |
| 2015 | 0207.2790 | Los demás trozos y despojos comestibles de pavo (gallipavo), congelados | 5.175.577,57 |
| 2016 | 0207.2790 | Los demás trozos y despojos comestibles de pavo (gallipavo), | 2.971.601,00 |

| | | | |
|--------------|-----------|---|-----|
| | | congelados | |
| Ene-Jun 2017 | 0207.2790 | Los demás trozos y despojos comestibles de pavo (gallipavo), congelados | 0,0 |

| Año | SACH_8 | Glosa 1602.3190 | US\$ FOB |
|--------------|----------|--|--------------|
| 2016 | 16023190 | Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre, de pavo (gallipavo) | 729.250,00 |
| Ene-Jun 2017 | 16023190 | Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre, de pavo (gallipavo) | 1.567.694,88 |

Fuente: Subdepartamento de Información Comercial, DIRECON - ProChile, con cifras del Banco Central de Chile.

Cabe mencionar que en el primer semestre de 2017, se ha destacado España como un competidor para Chile en cuanto a las exportaciones de carne molida, con la introducción de distintas marcas en el sector retail, las que han tenido aceptación dentro del mercado cubano. Esta circunstancia propiciará que en igualdad de precios, fijados por el Gobierno, tendrá un mayor nivel de ventas entre la población el producto que presente mayor calidad.

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

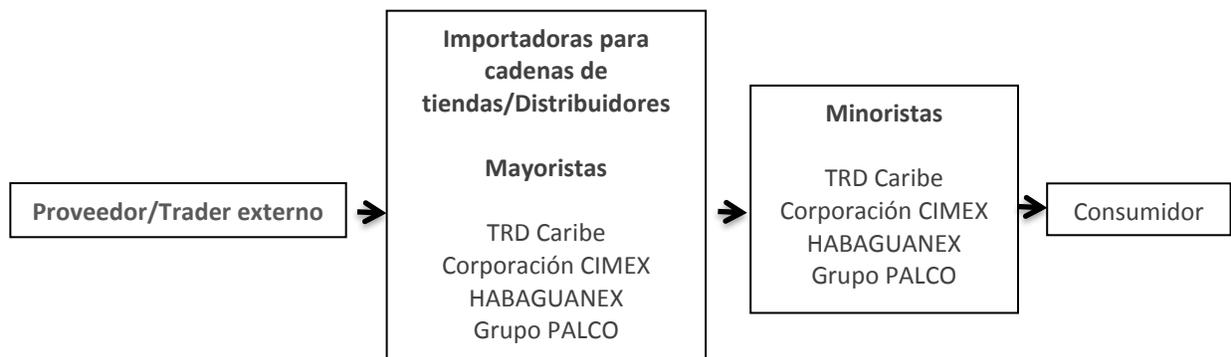
1. Identificación de los principales actores en cada canal

Las actividades de importación en Cuba están concentradas en las empresas importadoras y son las únicas que tienen licencia para realizar este tipo de actividad. Dado lo anterior el exportador no puede vender directamente a ninguna parte de la cadena que no sea al importador.

Existen varias empresas extranjeras radicadas en Cuba que tienen la representación en Cuba de productos de proveedores extranjeros y se dedican a la promoción y gestión de venta de esos productos a los importadores.

La cadena de comercialización y distribución de la carne molida de pavo está concentrada en el segmento de las cadenas de tiendas recaudadoras de divisas. En la cadena intervienen traders, empresas importadoras que pueden ser a su vez distribuidoras y/o mayoristas (TRD Caribe, Corporación CIMEX S.A., Grupo Empresarial PALCO), así como minoristas y público final.

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



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

La carne molida de pavo tiene un fuerte posicionamiento en las cadenas de tiendas, debido a los precios que presenta, lo que permite que el cubano lo mantenga en su canasta básica de alimentación. En particular, la carne molida chilena ha sido bien recepcionada por la población cubana, teniendo en cuenta el alto nivel de rotación dentro del mercado y podría decirse que ocupa en estos momentos el 70% de la carne molida de pavo en comercialización, bajo distintas marcas.

4. Estrategia comercial de precio.

Previo a la comercialización de la carne molida, las cadenas de tiendas minoristas en divisas aplican un índice de formación de precio, que implica multiplicar el costo CIF por hasta el 2,10. El resultado es el precio de venta al público. El índice de formación de precios está regulado en la Resolución 206/2004 del ministerio de Finanzas y Precios de Cuba.

El hecho de que el precio final del producto en la cadena de tiendas es incrementado hasta en un 210%, condiciona que las autoridades comerciales cubanas busquen mayormente productos económicos.

5. Política comercial de proveedores.

La competencia trata de llevar adelante una estrategia de precios con inclusión de financiamiento, pagos aplazados o con créditos comerciales. Asimismo, en casos de proveedores anteriores, usualmente la capacidad productiva se ha mostrado acorde con los requerimientos de la demanda del mercado de la Isla y ajustada a las presentaciones que exige la industria cubana, como lo es el caso del uso mayormente del formato de 400 g.

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

En la Resolución 50/2014 "Reglamento sobre la Actividad de Importación y Exportación" del Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera se exige el marcaje de las mercancías acorde a las regulaciones internacionales. No existe una política de marcas propias para este producto.

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características.

Cuba cuenta con 11,2 millones de habitantes. La mayoría de la población depende estrictamente de su salario, cuya media mensual es de US\$ 29, en tal sentido, las compras de alimentos están condicionadas a productos de precios económicos.

El cubano dentro de su cultura alimentaria, comparte la herencia de la cocina española. Por ello, uno de los productos que mayormente son preparados en los hogares cubanos es la carne molida, y como presenta precios más favorables la de pavo que la de res, se adquiere con mayor masividad este producto.

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias.

El criterio determinante para la compra de la carne molida de pavo y de todos los productos en general en Cuba, está basados en el precio y el financiamiento. Cuba es un mercado de precios vs. calidad.

VII. Benchmarking (Competidores)

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

Fundamentalmente las marcas son chilenas (KARMAC, La Campiña) y españolas (Del Soto, Carne Molida).

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

A partir de abril de 2016, mediante la Resolución No. 151/2015 del Ministerio de Finanzas y Precios (MFP) de Cuba se redujeron los precios en el entorno del 20 % en las Cadenas de Tiendas Recaudadoras de Divisas para un grupo de productos seleccionados, sobre todo alimentos, entre los que se encuentra la carne molida de pavo. Para el caso de este producto, la reducción del precio se fijó teniendo en cuenta el porcentaje de grasa que contenía el producto:

| PRODUCTO | GRAMAJE | PRECIO A APLICAR (CUC) | PRECIO A APLICAR (US\$) |
|---|---------|------------------------|-------------------------|
| Carne molida de pavo, con componente de grasa superior a 10 por ciento | 400 GR. | 0.80 | 0.92 |
| Carne molida de pavo, con componente de grasa inferior y hasta el 10 por ciento | 400 GR. | 1.40 | 1.61 |

Fuente: Resolución No. 151/2015 del Ministerio de Finanzas y Precios (MFP)

Nota: Para convertir el CUC a dólar, la relación es 1 US\$=0,87 CUC.

A continuación, imágenes de la carne molida de pavo comercializada en las cadenas de tiendas de La Habana, con los precios establecidos.



Imagen 1. Producto de Madrid, España

Precio 1,40 CUC=US\$1,61



Imagen 2. Producto de Barcelona, España
 Precio 1.40 CUC=US\$1.61



Imagen 3. Producto de Chile
 Precio 1,40 CUC=US\$1,61



Imagen 4. Producto de Chile
 Precio 0,80 CUC=US\$0,92



Imagen 5. Producto de Chile
Precio 0,80 CUC=US\$0,92

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

En Cuba no se utilizan campañas, ni amplia promoción para potenciar las ventas de un producto, dado que la difusión y publicidad es limitada. No obstante, se utilizan algunas herramientas para dar a conocer el producto o consolidarlo en el mercado a través de:

- Invitación a compradores a las plantas de producción.
- Lanzamiento y degustaciones en el marco de la Feria Internacional de La Habana.
- Inserto promocional de la empresa comercializadora en la revista Excelencias Gourmet, única en su medio, con la oferta de productos.

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

La Resolución 50/2014 "Reglamento sobre la Actividad de Importación y Exportación" del Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera, establece los criterios para seleccionar el producto de un proveedor, dentro de toda la concurrencia de ofertas: "Las entidades son las responsables de la ejecución del proceso de solicitud, análisis y selección de la oferta más ventajosa en cuanto a calidad, precio, condiciones de pagos, plazos de entrega, servicios de post-venta y garantía, tomando en consideración el criterio del cliente nacional."

En conversaciones con determinados importadores se evidencia sobre todo el papel preponderante del precio del producto, unido al financiamiento que el proveedor pueda ofrecer.

IX. Fuentes de información relevantes

- Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera de Cuba
<http://www.mincex.cu/>
- Centro para la Promoción del Comercio Exterior cubano y la Inversión Extranjera-ProCuba
<http://www.cepec.cu/>
- Cámara de Comercio de Cuba
<http://www.camaracuba.cu/index.php/es/>
- Normas Cubanas Online
<http://www.nonline.cubaindustria.cu/>
- ALADI
http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/preferencias_consolidadas_entrada.seam?cid=20448DiarioGranma
<http://www.granma.cubaweb.cu/>
- Gaceta Oficial de la República de Cuba
<http://www.gacetaoficial.cu/>

- Feria Alimentos Cuba, 22-24 mayo 2018
Feria Internacional de Alimentación, Bebidas y Tecnología Alimentaria, organizado por Fira Barcelona.

Feria temática bianual, para promover alimentos, bebidas y food services. El perfil del visitante será: distribución alimentaria en general, importación y exportación de alimentos y bebidas, cadenas y centrales de compras, restauración, tiendas especializadas y otros operadores del sistema alimentario.

Mayor información:
Sra. Claire Gracia
E-mail: cgracia@firabarcelona.com
Teléfono: (034) 93 233 2000

- **Feria Internacional de La Habana, del 30 de octubre al 3 de noviembre, 2017**
<http://www.feriahavana.com/>

Es el evento más importante en el orden comercial de Cuba, tiene carácter multisectorial y se celebra durante la primera semana de noviembre en el recinto ferial de Expocuba, en la periferia de La Habana. ProChile apoyará la participación con un pabellón país. Permite prospectar el mercado y reunirse con los importadores para evaluar ofertas de productos.

Para mayor información sobre las normas y condiciones de participación, podrá contactarse por el correo pabexpo1@palco.cu.

X. Anexos

Anexo 1

NC 38-03-06 (1987) Importación y exportación de alimentos. Requisitos sanitarios generales

Establece los requisitos sanitarios generales para la importación de alimentos (materia prima y productos terminados), su carga, descarga, transportación y almacenamiento, entre estos: evitar exceso de peso en los embalajes; los alimentos perecederos no se almacenarán en las terminales; no se transportarán sustancias tóxicas con alimentos; la autoridad sanitaria tomará muestras del alimento para su análisis. Es aplicable a las terminales marítimas y aéreas.

NC 310 (2003) Directrices generales sobre declaraciones de propiedades en alimentos

Establece las directrices para la declaración de propiedades que se hacen en relación con un alimento, independientemente de si el alimento está regulado o no por una normativa individual. Se basan en el principio de que ningún alimento deberá describirse o presentarse en forma falsa, equívoca o engañosa, o de ninguna manera que pueda crear en el consumidor una impresión errónea en cuanto a su naturaleza.

La persona que comercialice el alimento deberá poder justificar las declaraciones de propiedad hechas en relación con el mismo.

Se prohíben las declaraciones de propiedades que afirmen que el alimento constituye una fuente adecuada de todos los nutrientes, salvo que las autoridades competentes lo hayan admitido; las que no puedan comprobarse; las que expongan la utilidad del alimento para prevenir aliviar o curar enfermedades o trastornos, al menos que estén permitidas por las leyes del país; las que puedan suscitar miedo al consumidor; los términos comparativos o superlativos.

Se permiten declaraciones de propiedades que refieran las cualidades nutricionales del alimento y características de su origen y fabricación, siempre bajo ciertas condiciones.

NC 311 (2003) Principios generales para la adición de nutrientes esenciales a los alimentos

Tiene por objeto:

- Proporcionar orientaciones a las personas encargadas de elaborar directrices y textos legales en materia de adición de nutrientes esenciales a los alimentos.
- Establecer un cuadro uniforme de principios para la adición racional de nutrientes esenciales a los alimentos.
- Mantener o mejorar la calidad nutricional general de los alimentos.
- Impedir la adición indiscriminada de nutrientes esenciales a los alimentos, disminuyendo así el peligro de riesgos para la salud debidos a excesos, deficiencias o desequilibrios de nutrientes esenciales. Estos principios ayudarán también a prevenir prácticas que puedan inducir a error o a engaño al consumidor.
- Facilitar la aceptación, en el comercio internacional de alimentos que contienen nutrientes esenciales añadidos.

NC 452 (2006) Envases, embalajes y medios auxiliares. Requisitos sanitarios generales

Establece los requisitos sanitarios generales que cumplirán los envases, embalajes y medios auxiliares destinados al contacto con alimentos desde su obtención, producción, almacenamiento, transportación, hasta su distribución y consumo.

Regula las características que deberán presentar las materias primas utilizadas para la fabricación de los envases, embalajes y medios auxiliares destinados al contacto con alimentos y los requisitos sanitarios de su producción, cierre y utilización.

NC 454 (2006) Transportación de alimentos. Requisitos sanitarios generales

Esta norma establece los requisitos generales que se tendrán en cuenta para la transportación de los productos alimenticios y de las raciones elaboradas, listas para el consumo; así como en las materias primas empleadas en su elaboración.

Determina las características mínimas requeridas de los medios de transporte de acuerdo al tipo de productos, la protección que deben conferir a los productos, así como las condiciones de higiene exigidas y la forma en que se deben separar los alimentos, entre otros temas.

NC 455 (2006) Manipulación de alimentos. Requisitos sanitarios generales

Esta norma establece los requisitos sanitarios que cumplirán los manipuladores y cualquier otro personal en actividades similares; en las operaciones de manipulación de los alimentos durante su obtención, elaboración, procesamiento, envasado, recepción, almacenamiento, transportación y venta.

NC 492 (2006) Almacenamiento de alimentos. Requisitos sanitarios generales

Esta Norma establece los Requisitos Sanitarios Generales que se tendrán en cuenta para el almacenamiento de los productos alimenticios, materias primas y materiales empleados en su elaboración.

NC 143 (2007) Principios generales de higiene de los alimentos

Se aplicará como lista útil de verificación de los requisitos por las autoridades nacionales competentes encargadas de vigilar la observancia de las disposiciones sobre higiene de los alimentos. La finalidad de su publicación es que sirva de orientación y fomente la elaboración y el establecimiento de definiciones y requisitos aplicables a los alimentos con miras a su armonización y de esta forma, facilitar el comercio lo que permitirá su amplia utilización por las autoridades reglamentarias competentes, las industrias alimentarias (incluidas los productores individuales primarios, los fabricantes, los operadores de servicios alimentarios y los revendedores), así como todos los manipuladores de alimentos y los consumidores.

NC 585 (2008) Contaminantes microbiológicos en alimentos. Requisitos sanitarios

Establece los criterios microbiológicos de los alimentos de consumo humano crudos, semielaborados, elaborados y listos para el consumo, que han sido sometidos a procesos industriales o de preparación, así como a los alimentos para el consumo animal.

Se aplicará a los productos alimenticios en el lugar de producción, transportación, venta y consumo, así como a los productos de importación.

NC 108 (2012) Norma general para el etiquetado de los alimentos preenvasados

Se aplicará al etiquetado de todos los alimentos preenvasados que se ofrecen como tales al consumidor o para fines de hostelería, y a algunos aspectos relacionados con la presentación de los mismos.

Establece los requisitos que debe cumplir el etiquetado de los alimentos, entre ellos: nombre del alimento; lista de ingredientes, con especial mención a los que causan hipersensibilidad y los aditivos alimentarios empleados; contenido neto y peso escurrido; nombre y dirección del fabricante, del envasador, distribuidor, exportador, importador o vendedor; país de origen del alimento; identificación del lote; fecha de duración; instrucciones para el uso y conservación; declaración cuantitativa de los ingredientes, si el alimento ha sido tratado con radiación ionizante, entre otros.

NC 825 (2011) Carne y productos cárnicos. Términos y definiciones.

Establece los términos y definiciones más comunes en la producción de carne, productos cárnicos y subproductos del ganado bovino y porcino que se aplican en el ámbito de la industria cárnica.

NC 867 (2011) Carne y productos cárnicos. Clasificación de los productos cárnicos. Requisitos

Esta norma establece una clasificación para los productos cárnicos y los requisitos de calidad por grupo de productos. Los valores de los requisitos que no se especifican en esta norma, se establecerán en las normas de especificaciones de calidad de cada producto.