



El Mercado de Pasas en Tailandia Octubre 2017 Oficina Comercial en Tailandia



Oportunidades para exportadores chilenos de pasas



Las estadísticas han demostrado que las importaciones de frutos secos al mercado de Tailandia han aumentado cada año. Se espera que continúe aumentando esta demanda principalmente como ingredientes para la industria alimenticia, incluso panadería (pan, galletas), pastelería y catering.

Aunque las pasas tienen una pequeña cuota de mercado en Tailandia en comparación con otros alimentos, hay un gran desarrollo en el nivel del reconocimiento y aprecio por el producto. Por la entrada en vigor del TLC entre Chile y Tailandia, los aranceles de importación para las pasas se redujeron inmediatamente al 0 por ciento. Esta situación contribuye a la competitividad para las pasas chilenas en el mercado tailandés.

Principales Países Proveedores.

En 2016, Tailandia importó pasas por un total de US\$12,1 millones. El principal exportador de pasas a Tailandia es Estados Unidos con US\$9,2 millones, seguido de China con US\$1,5 millones e Irán con US\$0,8 millones. Chile se presenta como el cuarto proveedor de pasas a Tailandia con US\$0,56 millones en 2016.

Exportaciones chilenas:

Actualmente Chile es el cuarto exportador más grandes de pasas a Tailandia y el número de pasas chilenas se ha incrementado radicalmente desde US\$0,34 millones en 2015 a US\$0,56 millones en 2016, un aumento del 62,6%.

Situación arancelaria aplicable a Chile

En 2017, el arancel para pasas está exento (0%), bajo el código tarifario 080620.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

	2015*	2016*	Var.% 15/16
MUNDO	10.6	12.1	14.98%
ESTADOS UNIDOS	7.1	9.2	28.20%
CHINA	2.2	1.5	-34.62%
IRAN	0.6	0.8	33.64%
CHILE	0.34	0.56	62.60%

* millones de US\$

Fuente: Ministerio de Comercio de Tailandia

■ Análisis y comentarios

Las pasas importadas de precio bajo son utilizadas principalmente por procesamiento de alimentos de gama baja. Los más caros son consumidos principalmente por los consumidores de alto ingreso y hoteles de lujo como desayuno. En cuanto a la venta minorista, se envasan las pasas importadas en bolsas de plástico o cajas de papel, y se señalan a los consumidores de clase media como un snack sano, sabroso y conveniente.

Algunas publicaciones científicas, así como varios artículos nutricionales en línea, han mencionado que las pasas doradas contienen la mayor cantidad de antioxidantes, en comparación con otros tipos de pasas. Este beneficio podría ser uno de los factores que han contribuido a la tendencia de los alimentos saludables, que se inició en el mundo occidental y luego en Tailandia, y que ha permitido el aumento sostenido de las importaciones de pasas al mercado.



■ Análisis y comentarios

Aunque ya se ha eliminado la tarifa de importación para los productos chilenos, Chile aún tiene que competir con otros países como Estados Unidos, cuyos productos tienen más reconocimiento de los consumidores. El precio del producto es el factor principal que los consumidores tienden a considerar antes de realizar la compra. Por otra parte, se utiliza la pasa como ingrediente para el consumo doméstico o los restaurantes de gama alta.

Por ejemplo, los chefs en los restaurantes de gama alta utilizan pasas para alterar sus platos a ser más sabrosos, así como en las panaderías, donde las pasas se pueden encontrar en la mayoría de los postres. Se vende las pasas en lugares comerciales, entre los mercados locales y los grandes supermercados, y como resultado, es más accesible para los consumidores de todas las clases sociales. Sin embargo, como las pasas chilenas casi no se reconocen entre los consumidores, es recomendable realizar campañas para promover y mejorar la identificación del producto, así como situar a Chile como proveedor importante de pasas a Tailandia.

■ La distribución y el consumo de pasas en Tailandia

Los consumidores tailandeses tienen conciencia de los beneficios para la salud asociados con el consumo de frutos secos. Según la Oficina Nacional de Productos Agrícolas y Normas Alimentarias de Tailandia, según datos del 2016, las pasas son principalmente consumidas por personas de 13 a 17 años (9,9%), seguidas de personas de 3 a 5 años (9%) y personas entre 18-34 años (8%). Las pasas siguen siendo ampliamente consumidas por la gente de edades entre 6-12 años, con 7,3%, pero son menos consumidas con el 4,7% entre la gente de 35-64 años y son las menos consumidas por los ancianos, por encima de los 65 años, con un 2,7%.

El aumento reciente de los ingresos ha dado lugar a más ingresos disponibles. Como resultado de un mayor ingreso disponible entre los consumidores, la conciencia de la salud ha aumentado, acompañada por la conciencia del factor saludable, la calidad y el gusto de las pasas. Además, los consumidores de ingresos más altos son aficionados a comprar canastas de regalo durante varios festivales y ocasiones especiales. Entre ellas, la pasa es una de las cosas que se suele poner en la canasta de regalo.

Las pasas se agregan al pan, muffins, galletas, pasteles, tartas, etc. puesto que los productos de panadería son uno de los rasgos destacados de la industria alimenticia. Además, se puede encontrar fácilmente en las tiendas de conveniencia y en supermercados como 7-11 y Tops Supermarket.



■ Principales actores en la distribución

La distribución de pasas para consumidor final se realiza principalmente en supermercados. Se encuentran principalmente pasas morenas en envases de tipo industrial, procedentes principalmente desde Estados Unidos. Es posible encontrar pasas rubias a granel y envasadas compartiendo espacio con otros tipos de frutos secos como piñas, mangos, higos, dátiles, etc.

■ Principales actividades y ferias especializadas para el pasas

Ferias internacionales relevantes

- **Thailand Retail, Food Hospitality Services (TRAFS).** Bangkok, 12– 15 Julio 2018
<http://www.thailandhoreca.com/trafs/>
- **Food & Hotel Thailand 2018.** Bangkok, 5 - 8 Septiembre 2018 at Bangkok International Trade and Exhibition Centre (BITEC)- <http://www.foodhotelthailand.com/food/2018/en/index.asp>



Actividades ProChile 2017

La Oficina Comercial de ProChile en Bangkok apoya las misiones de prospección comercial; organiza visitas a importadores y mantiene una permanente presencia en los eventos vinculados al sector, además de la búsqueda constante de oportunidades comerciales (identificación de compradores potenciales, agendas comerciales, etc.) entre exportadores/importadores en Chile y Tailandia y otros países en ASEAN.

■ **Normativas aplicables y requisitos importación. Links a fuentes**

De acuerdo a información proporcionada por el Ministerio de Comercio de Tailandia es necesario contar con una licencia para importar productos alimenticios a Tailandia. La agencia de gobierno responsable de autorizar la importación de productos alimenticios es la “Food and Drug Administration – FDA” dependiente del Ministerio de Salud Pública.

El control de la importación, comercialización, distribución y ventas de los alimentos procesados en Tailandia es compartida por una serie de organismos gubernamentales entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Food and Drug Administration: <http://www.fda.moph.go.th/eng/index.stm>;
- Ministerio de Comercio: <http://www.moc.go.th/index.php/moc-english.html>
- Ministerio de Agricultura y Cooperativas: <https://eng.moac.go.th>;
- Departamento de Aduanas: <http://www.customs.go.th>;
- Revenue Department: http://www.rd.go.th/publish/index_eng.html

■ **Conclusiones y recomendaciones**

El consumo de pasas en Tailandia es aun bajo con importaciones totales en 2016 por US\$12,1 millones, comparado con el entero de productos alimenticios en el mercado. Sin embargo, como la cultura occidental llegó a ser dominante en Tailandia, el pueblo tailandés ha absorbido desde hace mucho tiempo la forma de vida occidental, tales como ropa, comida y etcétera. Bajo la influencia occidental, la pasa está siendo utilizada como ingrediente en el plato principal y el postre; ya sea en panadería, dieta limpia o incluso comida tailandesa, y por consiguiente el consumo de pasas ha ido aumentando dramáticamente.

Por otro lado, no se considera Chile como el principal proveedor de pasas a Tailandia. Estados Unidos y China son los únicos reconocidos como los principales proveedores. En la circunstancia dada, la iniciativa debe ser tomada para presentar sus productos a la gente en Tailandia. Además, los exportadores chilenos deben colaborar con los importadores locales para lanzar una campaña de promoción para presentar su producto así como participar en una exposición de alimentos. Se destaca el arancel 0% de importación para el producto de origen chileno, así como el aumento sostenido de la demanda por pasas por el mercado tailandés.

Chile debería aprovechar tanto la nueva tendencia de consumo como las redes sociales para ganar más reconocimiento por sus productos nacionales. Para lograrlo, Chile debe mantener una oferta de productos de buena calidad a un precio razonable, organizando eventos de degustación gratuitos, realizando talleres de cocina con pasas chilenas en el menú, organizando clases de cocina para los que se interesen e invitando a chef de Chile para demostrar una nueva receta con pasas chilenas como ingrediente principal. En cuanto a la presentación del producto, Chile debe enfatizar las dos características más atractivas para el pueblo tailandés: su gran tamaño y factor de salud de las pasas, ya que la mayoría de los tailandeses valoran los productos alimenticios por su cantidad junto con la calidad y la tendencia de la salud. Además, los medios de comunicación social pueden ser realmente útiles para promocionar el producto, así como dar conferencias a la prensa, publicar artículos en medios impresos (periódicos, revistas, etc.) y organizar campañas para promover el origen chileno y el conocimiento como proveedor de pasas.

Para más información sobre actividades de promoción comercial organizadas por ProChile en Tailandia o para participar en alguna de las ferias, por favor comuníquese con ProChile Bangkok al e-mail trade@chile-thai.com