

El mercado de mueble de oficina en la Federación Rusa

El mercado de mueble de ofici- na en la Federa- ción Rusa

Este estudio ha sido realizado por la Oficina
Económica y Comercial de la Embajada de Es-
paña en Moscú.

Septiembre 2007

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	7
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	9
1. Análisis cuantitativo	9
1.1. Tamaño de la oferta	10
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	17
2. Análisis cualitativo	20
2.1. Obstáculos comerciales	22
2.2. Barreras arancelarias	23
2.1. Barreras no arancelarias	28
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	34
1. La distribución en Rusia	37
1.1. La situación actual	37
1.2. Principales mercados geográficos	38
2. Evolución y situación actual de la distribución de mueble de hogar	45
3. Últimas tendencias en la distribución	47
4. Puntos de venta	48
5. Estrategias de distribución	51
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	51
1. La diversificación de la demanda	52
2. La distribución de la renta. Estructura de ingresos y gastos de la población	53
2.1. La distribución de la renta en la Federación Rusa	53
2.2. Estructura de ingresos y gastos de la población	54
2.3. Hábitos de consumo	57
2.4. Hábitos de consumo de mueble de hogar	58

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

V. ANEXOS	61
1. Informes de ferias	61
2. Listado de direcciones de interés	75
3. Bibliografía	80



ICEX

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El mercado del mueble de oficina en la Federación Rusa presenta como característica más destacada la división en varios subsectores con diferencias entre ellos mucho más marcadas que en otros mercados:

1. Mobiliario de despacho para el hogar (*Home Office*), con características muy semejantes a las del mueble de hogar.
2. Mueble de alta dirección, en el que predomina el mueble de importación.
3. Mueble para oficinistas, copado prácticamente por la producción nacional y la importación procedente de las antiguas repúblicas soviéticas y el sudeste asiático.

Actualmente, debido a la buena situación económica que atraviesa el país y que se espera se mantenga durante los próximos años, el mercado del mueble de oficina se encuentra en crecimiento. El nivel de importaciones depende fuertemente de la situación económica, y tras unos años de inestabilidad, las buenas perspectivas económicas hacen que éste empiece a estabilizarse.

Al igual que en otros sectores, el poder del importador distribuidor es especialmente alto en éste, debido a los procesos de integración hacia atrás que se han llevado a cabo. En este sentido, el mercado está dominado por cinco empresas importantes (*Felix, Solo, Fronda, Kraft y Unitex*) que no sólo importan y distribuyen prácticamente por todo el país, sino que también producen un modelo de calidad cada vez mejor. Por lo general, la producción que importan es la de mejor calidad, básicamente mueble de alta dirección.

En el momento presente, tiene poco sentido centrarse en el segmento bajo o incluso medio, ya que el fabricante local está ocupando dicho segmento, donde además encuentra fuerte competencia de los países del sudeste asiático. Aunque en este segmento se pueda dar ocasionalmente algún éxito (como fue entre 1997 y principios de 1998, en un contexto en que el rublo estaba sobrevalorado y la competitividad de los productores locales era –y es actualmente- pobre), a largo plazo no puede haber continuidad en el mismo. Lo más adecuado es

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

centrarse en sectores en que la oferta exportadora española pueda dar un valor añadido y una ventaja competitiva difícil de igualar por parte del competidor local o por otros exportadores especialmente centrados en mueble barato de calidad media (Sudeste asiático y ex repúblicas soviéticas).



I ■ INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El presente informe tiene por objeto las mercancías situadas bajo los siguientes códigos arancelarios:

Tabla 1. Partidas Arancelarias del Estudio

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
94 01 30	Silla de oficina
94 03 10	Mueble metálico de oficina
94 03 30	Mueble de madera de oficina

A partir de la recesión que afectó a Rusia a partir de la desaparición de la Unión Soviética y la introducción de reformas, el país se ha visto abocado a la importación de mueble. La industria local, con graves deficiencias estructurales y una acusada ignorancia de las formas de comercialización, que nunca les habían supuesto un problema, se ha visto claramente superada por la producción extranjera. La excepción más significativa a esta regla es la del sector de mueble de oficina, cuya producción nacional posee unos niveles de calidad bastante altos y en el que los principales actores poseen una amplia red de distribución minorista de ámbito nacional.

En los últimos años se pueden indicar los siguientes cambios significativos:

- Aparición de nuevas fábricas locales que tratan de superar las rigideces de las antiguas fábricas que lideraban el sector en la época soviética.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

- Dominio de los grandes importadores, con un alto poder de negociación, acceso a todos los segmentos del mercado y, frecuentemente, fabricación propia.
- A diferencia del sector de mueble de hogar, que ha experimentado importantes cambios en la distribución, desplazándose de las tiendas de barrio a grandes centros comerciales especializados en mueble, la distribución de mueble de oficina se ha consolidado a través de los salones especializados, muchos de ellos pertenecientes a las grandes fábricas rusas de mueble de oficina.



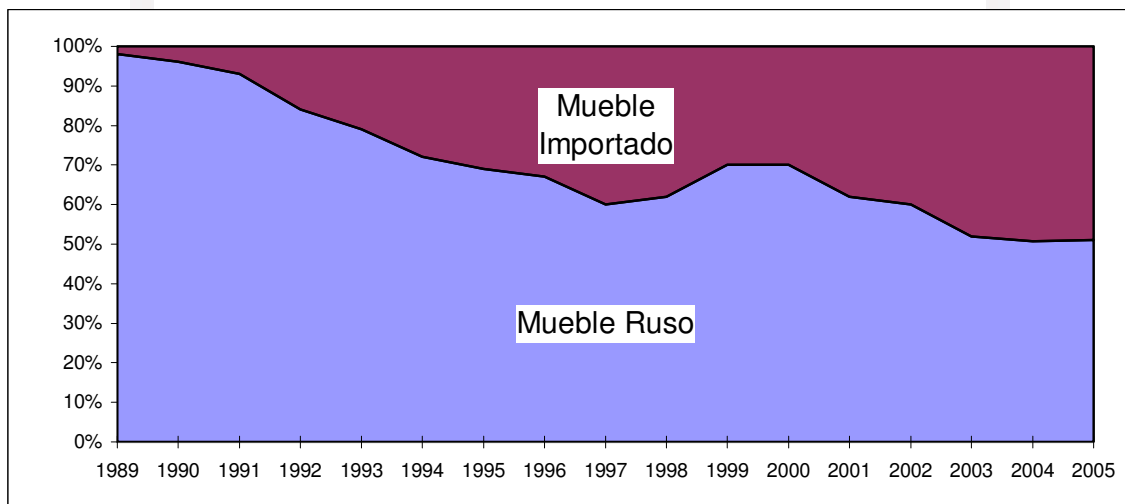
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el período que transcurre entre los primeros años 90 y la actualidad, la oferta de mueble en la Federación Rusa ha sufrido una serie de cambios muy considerables, tanto desde el punto de vista cuantitativo (aparición y evolución de las importaciones), como desde el punto de vista cualitativo (evolución de la política comercial y de protección del consumidor, aumento de la variedad y calidad de la oferta). A continuación analizaremos la evolución del mercado ruso del mueble de oficina desde ambas perspectivas.

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

Desde la aparición de las primeras mercancías importadas, a principios de 1990, la penetración del mueble extranjero en Rusia ha sido constante, en un proceso que parece no haberse detenido. Vamos a intentar analizar algunas de las causas de este fenómeno.

Gráfico 1. Proporción Mueble importado - Mueble ruso



Fuente: elaboración propia sobre datos de Servicio Federal de Estadísticas.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

El gráfico superior muestra la cuota de mercado del mueble ruso y del mueble de importación a lo largo de los últimos años. Se observa una progresiva caída de la cuota de mercado del mueble ruso, interrumpida brevemente en el período 1998-1999, pero reemprendida a partir del año 2000. En la actualidad, casi la mitad del mueble vendido en el país es importado.

Era normal que se produjera cierta caída de las ventas de mueble de producción nacional, habida cuenta de que el mercado soviético había estado prácticamente cerrado a las importaciones hasta 1990.

Además de ello, hay que considerar que los principales centros de producción de mueble en la URSS no estaban situados en territorio ruso, sino en las repúblicas bálticas (Lituania, Letonia y Estonia), y en menor medida en Bielorrusia y Ucrania. A las empresas de mueble de dichas repúblicas se les facilitó maquinaria para la producción, mientras que las empresas rusas, ya en el momento de la disolución de la Unión Soviética, a finales de 1991, estaban atrasadas prácticamente sin remedio.

1.1. Tamaño de la oferta

Existen muchas dificultades a la hora de medir cuál es la capacidad del mercado de mueble en Rusia. Las razones de ello son varias:

- Falta de homogeneidad de los datos ofrecidos: los datos ofrecidos por las estadísticas oficiales del Servicio Federal de Estadísticas no son homogéneos. Los datos de producción se ofrecen en unidades, mientras que los datos de importaciones y exportaciones están en unidades monetarias. Esto hace necesario valorar en términos monetarios la producción rusa lo que no siempre es fácil.
- Los datos ofrecidos en las estadísticas oficiales son en muchos casos incompletos, ya que no incluyen la producción de todas las fábricas (sólo la de las medianas y grandes fábricas), y los datos de importaciones no incluyen aquéllas realizadas de manera ilegal o mediante procedimientos “grises” ni tampoco las importaciones procedentes de Bielorrusia, que según las estimaciones de los expertos suponen casi el 30% del total de importaciones.

Desde finales de la crisis, el tamaño del mercado en Rusia se ha ido incrementando de manera ininterrumpida, principalmente debido al constante aumento de las importaciones. Se estima que por el momento las empresas rusas utilizan tan sólo el 60% de su capacidad productiva, si bien debido a la mejora de los procedimientos productivos y de la tecnología, han ido incrementando su producción, tanto en términos de volumen como monetarios.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Por otro lado, se está iniciando una tendencia, por parte de las principales empresas rusas fabricantes de mueble, hacia una mayor calidad del mueble producido, lo que está suponiendo aumentos significativos en el valor de la producción en términos monetarios.

Si nos centramos en el mueble de oficina, contamos con el problema añadido de que el Servicio Federal de Estadísticas no hace distinciones por partidas arancelarias. Por esta razón, comenzaremos nuestro análisis refiriéndonos al sector del mueble en general, tratando de detallar lo más posible aquellos aspectos más relevantes del subsector de oficina, y en los que los especialistas ofrezcan una información más fiable.

Según datos de diferentes expertos, el volumen total del mercado del mueble de oficina en el año 2006 se situaría entre los 800 y los 1300 millones de dólares. El incremento medio respecto al año anterior se sitúa alrededor del 14% para el total del país. En muchas de las regiones rusas, no obstante, este incremento alcanzó el 25%, en mercados locales como los de Moscú y las regiones de Siberia, Urales y otras. En la actualidad, la región de Moscú acapara el 43% del total del mercado de mueble de oficina, seguido a gran distancia por las regiones de San Petersburgo, Siberia y el área del Privolga, con 10%, 11% y 13% respectivamente¹.

La producción nacional: antecedentes

La fortísima caída de la producción rusa en la década de los noventa no se explica únicamente por la disgregación de la Unión Soviética. Existen otros factores que la explican, entre lo que cabe destacar:

1. La privatización de los centros de producción puso en manos poco expertas las mejores fábricas de muebles rusas, cuya producción bajó drásticamente en los siguientes años.
2. La desaparición de las redes de distribución no fue sustituida a corto plazo por nadie. Y la aparición de nuevas redes llegó demasiado tarde para no pocas fábricas.
3. Inadecuación del producto a la demanda. El producto soviético era uniforme y monótono. Debido a la necesidad de satisfacer una demanda creciente cada vez más exigente, consecuencia no sólo de los altos niveles de construcción de viviendas, sino también de la existencia de significativas cantidades de dinero en manos de consumidores y empresas, destinadas principalmente a la adquisición de bienes de consumo duradero.
4. Problemas de suministro. Se calcula que, en la actualidad, alrededor del 70% de los componentes necesarios para fabricar un mueble mínimamente competitivo deben ser importados. Ello afecta básicamente a tableros (tanto MDF, que prácticamente no se produce en Rusia, como melamina), herrajes y textiles para tapizado. La producción local de estas mercancías, si existe, que no siempre, sólo sirve para fabricar mobiliario de baja calidad. Nos encontramos, por tanto, con una situación en la que la oferta interna de tableros de

¹ Datos extraídos de la revista *Mebelny Business*, Junio de 2007.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

calidad es incapaz de cubrir una demanda cada vez mayor. De hecho, en los últimos años la importación de todo tipo de componentes para mueble ha doblado sus cifras.

5. La propia política económica del gobierno. Hasta fechas recientes, la importación de mueble no estuvo bien regulada, lo que provocó una gran entrada de muebles en la Federación Rusa. En los últimos años, sin embargo, el Gobierno empezó a aplicar políticas más restrictivas para defender la producción nacional. Así, en 2003 se han aumentado los aranceles a los que están sometidos los muebles de clase económica, mientras que en 2007, el Gobierno ha anunciado por primera vez el aumento de los aranceles para muebles tapizados y de cocina procedentes de la Unión Europea, en un claro intento de proteger la débil industria nacional en estos sectores ante la eminente entrada de Rusia en la OMC. Este nuevo arancel, que ha entrado en vigor el 1 de enero de 2007, afecta principalmente a los muebles de cocina, cuyo gravamen ha aumentado casi en un 300%.

La situación actual

Por desgracia, como comentábamos más arriba, las estadísticas rusas no permiten diferenciar entre la producción nacional de mueble de hogar y la producción de mueble de oficina, al no distinguir por partidas arancelarias. De esta forma, nuestro análisis de la producción es en términos generales, no específicamente referidos a la producción de mueble de oficina en concreto. Los datos son los siguientes:

Tabla 2. Producción Nacional mueble 1970 – 2005 (Miles de unidades)

MUEBLE (miles de unidades)	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mesas	6536	9171	9359	11325	12063	3805	3597	3860	3960	4003	3787	3872
Sillas y sillones	21500	27400	25600	22900	20400	4300	3900	4000	3700	4200	4700	4800
Armarios	3197	4956	5949	6582	9457	4344	2709	2775	2885	3149	3903	4244
Divanes y sofás	566	436	236	259	245	87,1	73,3	162	117	259	293	322
Camas de madera	994	2503	2901	3513	3420	745	653	678	675	723	851	993
Sillones – cama	336	635	639	495	453	71,9	45,7	55	52,3	73,7	75,4	64,5
Sofás – cama	2578	2953	2776	2577	3007	572	180	191	172	210	229	303

Fuente: Servicio Federal de Estadísticas

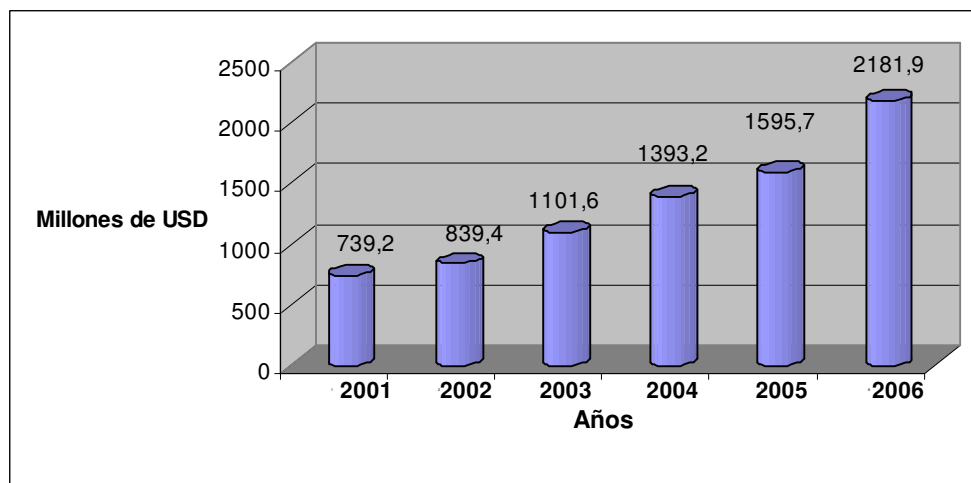
Se puede observar que todas las partidas excepto la de sillones-cama han crecido respecto a 2004. Y, en general, todas ellas siguen una tendencia positiva, a partir de la enorme caída de la producción que se produjo tras el hundimiento del sistema comunista.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Sin embargo, no es posible sacar demasiadas conclusiones con estos datos, ya que el Servicio Federal de Estadísticas no facilita una valoración monetaria de la producción nacional, por lo que su información no es homogénea.

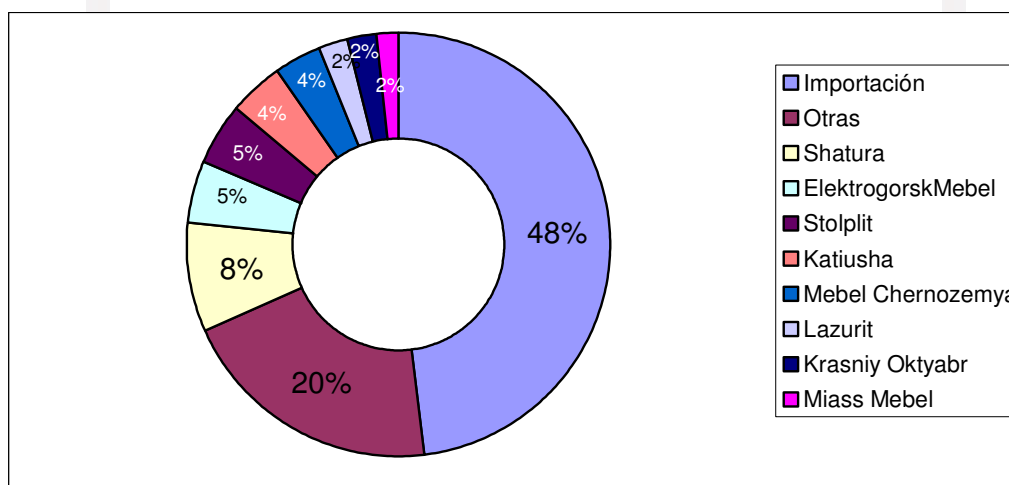
Según las estimaciones de los expertos, la producción rusa de mueble ha pasado de 740 millones de dólares americanos en 2001 a 2180 millones en 2006.

Gráfico 2. Producción de mueble en la federación Rusa, años 2001 - 2006



Fuente: *Mebelny Biznes*, febrero de 2007

Gráfico 3. Importación y producción de mueble en la Federación Rusa, año 2006



Fuente: *Ekspert*, 28 Mayo 2007

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

El mueble ruso se caracteriza, a la hora de competir en el mercado, por una calidad y precio bajos. El diseño y el acabado son generalmente mediocres, cuando no francamente malos, por lo que su ventaja competitiva reside básicamente en ofrecer un producto más barato que los demás países. Esto se ve favorecido por el hecho de que la producción extranjera está sometida a fuertes barreras de entrada, como veremos en el siguiente apartado. El mueble de producción rusa, por lo tanto, sólo puede competir con el mueble importado de menor calidad, procedente principalmente de Bielorrusia, Ucrania y otros países del Este, sobre todo Polonia. Actualmente, la industria rusa se enfrenta a una nueva amenaza, proveniente esta vez del sudeste asiático, principalmente China.

La industria local puede ser dividida en tres categorías:

- Antiguas grandes fábricas soviéticas, que han logrado sobrevivir hasta la fecha y comienzan a producir mueble relativamente aceptable. En general, continúan sobredimensionadas y su productividad es muy pobre. Suelen mantener formas de dirección típicas del período comunista.
- Pequeñas fábricas de origen soviético, muchas de las cuales, situadas en las regiones, no han sido capaces de aguantar la década de los noventa y funcionan de manera únicamente nominal.
- Nuevas fábricas, surgidas con posterioridad a la disolución de la Unión Soviética, y que generalmente funcionan en los alrededores de las grandes ciudades. Sus directores suelen estar bien formados y cuentan con una plantilla menos excesiva que la de los grandes monstruos ex-soviéticos, pero comparten con éstos problemas como el suministro de componentes.

Es difícil realizar un censo de este sector, y de la industria en general, debido a que la estructura administrativa rusa conserva en este punto la antigua estructura soviética, en donde un mismo departamento se ocupaba de todo lo relacionado con la madera, desde la producción de celulosa, corte de troncos, hasta la fabricación de muebles de madera, ignorando las especificidades del sector del mueble, entre otras, que hay muebles de otros materiales distintos a la madera.

Según las estimaciones de la revista especializada *Mebelny Mir* -“El mundo del mueble”-, utilizando datos de 2006, existen unas 5.770 empresas dedicadas a la fabricación de mueble en Rusia, de las cuales 521 son grandes o medianas y acaparan el 80% de la producción nacional. De entre ellas destacan por su tamaño *Shatura*, *ElectrogorskMebel* y *Stolplit*.

El mueble ruso se produce en 79 de las 89 regiones del país, aunque el 30% de la producción se concentra en Moscú y en la región que la circunda. Esto se debe no sólo a la ventajosa situación geográfica de la región, que le permite acceder más fácilmente a los proveedores extranjeros de componentes, sino también a la existencia de personal más cualificado, mayor

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

desarrollo de las industrias conexas y mejores sistemas de comunicaciones. En este sector están empleadas en torno a 150.000 personas.

Mueble de oficina

A pesar de lo dicho –referido al mercado del mueble en general-, la producción nacional de mueble de oficina –según las valoraciones tanto de los expertos como de las propias empresas rusas que participan en el mercado-, sigue una tendencia bastante distinta. Cabe destacar dos rasgos característicos del mercado de mueble de oficina que lo diferencian sensiblemente del mercado del mueble en general.

En primer lugar, aunque el gasto en mueble de oficina por ciudadano en la Federación Rusa ha aumentado notablemente (pasando de 9\$ americanos en el año 2000 a 20\$ en 2004)², los niveles de consumo en mueble de oficina en Rusia siguen siendo muy bajos si se comparan con Europa occidental. Por ejemplo, el gasto anual de los franceses en mueble de oficina se estima en 200\$ per cápita, y el de los alemanes en 300\$ per cápita.

En segundo lugar, el mercado nacional de mueble de oficina es más fuerte y deja menos espacio a las importaciones que el de mueble de hogar. La existencia de varias cadenas de carácter nacional dedicadas al mueble de oficina (como Felix, Fronda, Yuniteks, Shatura) se traduce en una mayor dificultad de acceso al mercado para el producto importado, que en este sector sí encuentra mayores dificultades para superar a unos rivales locales bien posicionados y con productos de mayor calidad que en el sector de mueble hogar.

Entre los actores nacionales, el liderazgo del mercado de mueble de oficina ruso corresponde a la empresa Felix, que posee una cuota del 50% del mercado moscovita y un 16% del total nacional. Esta empresa empezó en los años noventa como importadora de mueble de oficina, pero en la actualidad un 70% de su catálogo está formado por mueble de fabricación nacional. La cadena cuenta con una fuerte red minorista, con más de 50 salones propios (14 en Moscú, 2 en San Petersburgo y los demás en regiones) y 450 distribuidores por todo el país.

La producción nacional de mueble de oficina es hasta cierto punto competitiva en el segmento más bajo, mientras que el mueble de alta dirección es campo para la oferta de importación, y en particular la de Italia, sobre todo, y en mucha menor medida la alemana. Paradójicamente, resulta más fácil conseguir mueble de alta dirección de importación que conseguirlo nacional, en particular debido a los larguísimos plazos de entrega del mueble nacional fuera de stock.

² www.promebel.com

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Además, los muebles rusos de alta dirección no pueden competir en lo que a diseño se refiere, ya que aunque en muchos casos se llevan a cabo copias de modelos actuales, no siempre la utilización de la tecnología es la adecuada, lo que hace que éstos no tengan éxito.

Por tanto, la producción nacional sólo podría llegar a suponer una amenaza para quienes exportan a Rusia en el segmento del mueble de oficina de alta dirección si se consigue un aumento de su calidad. Para competir en este segmento es necesaria la utilización de componentes importados que permitan aumentar la calidad del producto.

A pesar de todo lo dicho anteriormente, es muy probable que los fabricantes rusos se dirijan a este segmento a medida que la competencia proveniente del sureste asiático en los muebles de bajo precio sea cada vez más fuerte. Para ello se requiere principalmente la renovación de las tecnologías de producción y la utilización de componentes de mayor calidad. De momento, sólo los más importantes fabricantes de mueble de oficina están tomando este camino.

Una muestra de esta nueva tendencia es que se está empezando, en cierta medida, a apostar por el diseño, para lo cual se contratan diseñadores que definan la colección de la temporada, si bien esta es una tendencia que acaba de iniciarse.

También se aprecia una progresiva mejora de los servicios ofrecidos a los clientes. Prácticamente todas las empresas rusas que hoy en día se dedican al mueble de oficina ofrecen a sus clientes un servicio de diseño de interiores, selección y colocación de los muebles. Además, sus páginas web tienen un diseño moderno y sencillo. Por ejemplo, *Fronda* ofrece reparto a domicilio. *Shatura* y *Felix* no sólo permiten la compra por Internet, sino que aseguran en su web, -con versión en inglés- la garantía de calidad de sus productos, y ofrecen distintos tipos de financiación.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

Importaciones

El gráfico siguiente muestra la distribución de las importaciones por país de origen.

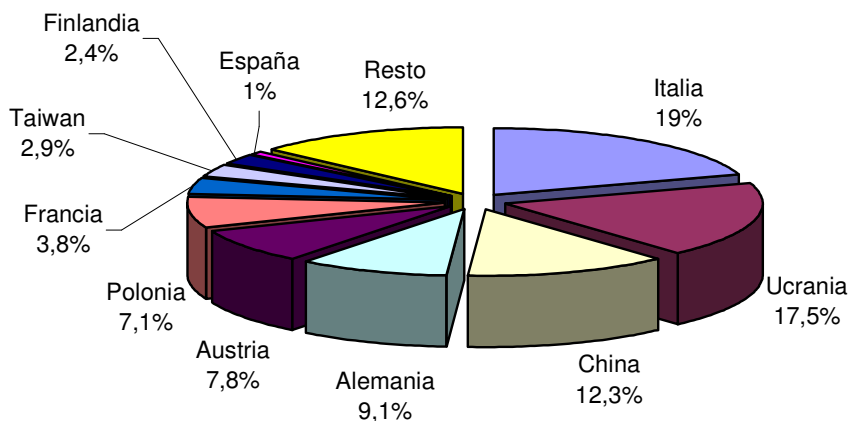
Tabla 3. Importaciones rusas de mueble de oficina en millones de USD en 2004-2006

País	Valor en millones USD			% Participación			% Cambio - 06/05 -
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	
-- El Mundo --	81,76	94,98	126,15	100	100	100	32,82
Italia	18,75	20,91	24,01	22,93	22,02	19,03	14,83
Ucrania	14,45	15,21	22,05	17,68	16,01	17,48	44,97
China	5,61	9,43	15,45	6,86	9,92	12,25	63,84
Alemania	5,3	7,29	11,46	6,48	7,67	9,08	57,2
Austria	9,67	8,18	9,87	11,83	8,62	7,82	20,66
Polonia	4,1	6,42	8,92	5,02	6,76	7,07	38,94
Francia	2,51	2,95	4,83	3,07	3,11	3,83	63,73
Taiwan	5,06	4,6	3,59	6,19	4,84	2,85	-21,96
Finlandia	2,75	1,87	3,03	3,36	1,97	2,4	62,03
Lituania	1,91	1,78	2,15	2,67	1,88	1,7	20,79
Bélgica	1,14	1,41	1,86	1,39	1,49	1,47	31,91
Turquía	1,25	1,61	1,83	1,53	1,7	1,45	13,66
R. Checa	0,61	1,05	1,8	0,74	1,11	1,43	71,43
Reino Unido	0,9	0,87	1,68	1,1	0,91	1,33	93,1
Eslovaquia	0,59	0,91	1,35	0,73	0,96	1,07	48,35
Suecia	1,45	1,86	1,3	1,77	1,96	1,03	-30,11
Corea Sur	0,73	1,42	1,22	0,89	1,49	0,97	-14,08
España	1,17	0,77	1,19	1,44	0,81	0,94	54,55
Japón	0,01	0,11	1,08	0,01	0,11	0,85	981,81
EE UU	0,34	0,79	0,9	0,42	0,83	0,71	13,92

Fuente: Servicio Federal de Aduanas

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Gráfico 4. Importaciones rusas de mueble de oficina 2006 (% participación)



Fuente: Servicio Federal de Aduanas

Durante el año 2006 las importaciones de mueble de oficina crecieron un 32,82% respecto a 2005. En 2004 y 2005 las tasas de crecimiento fueron del 19,83% y 16,17% respectivamente. Este crecimiento continuado en los últimos años se debe en buena medida al aumento de la demanda final que más adelante veremos detenidamente. Este crecimiento del mercado se refleja no sólo en el progresivo aumento del total de las importaciones rusas de mueble de oficina, sino también en el hecho de que de la lista de los principales 20 exportadores de mueble de oficina a Rusia, tan sólo tres países han visto como su volumen de ventas descendía en el 2006 respecto al año anterior.

El elevado ritmo de crecimiento de las importaciones rusas de mueble de oficina en los últimos años hacen que los datos de 2006 alcancen los niveles máximos de este sector, establecidos en los años anteriores a la crisis de 1998. La crisis financiera de 1998 culminó en la depreciación en agosto del rublo, un incumplimiento de la deuda por parte del gobierno, y un empeoramiento agudo en el nivel de vida de la mayoría de la población. Aunque la economía ha empezado a repuntar con unos porcentajes modestos en los primeros años, los grandes incrementos anuales experimentados por este sector (superiores al 15% para los años 2004 y 2005, y al 30% para el 2006), hacen que valor total de las importaciones rusas de mueble se acerque a las cifras anteriores a la crisis (126,15 millones de dólares en 2006 frente a los 135,7 millones de 1997) y con tendencia a superarlas en el año corriente.

Los principales países beneficiarios del crecimiento de las importaciones en los últimos tiempos son: en el segmento de mueble de calidad, Italia, Alemania, Austria, Finlandia y Francia, y en el de mueble económico, China, Taiwán, Polonia y Ucrania. Como tendencia general, se

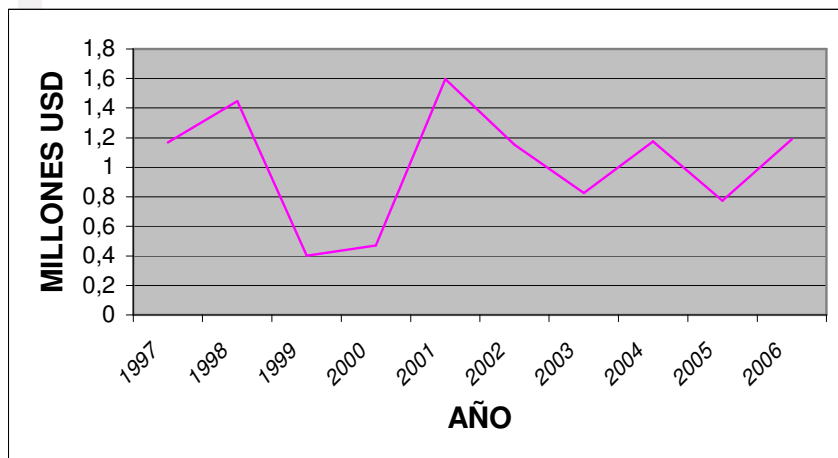
EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

aprecia en los proveedores de mueble de alta gama un aumento lento pero sostenido de las exportaciones a Rusia, pero una pérdida paulatina de cuota de mercado a favor de los proveedores de mueble barato. En cualquier caso, Italia sigue dominando el mercado con gran diferencia: un 19% del total de las importaciones. Le siguen Ucrania y China con un 17% y un 12% respectivamente, aunque en el segmento de mueble barato.

El crecimiento más destacable, una vez más, es el de las exportaciones de mueble chino, que además de experimentar un crecimiento de más del 60% frente a sus ventas en 2005, ve incrementada su cuota al 12.25%, lo que le sitúa ya como tercer mayor exportador del sector a Rusia. Se observa, pues, que los países del Sudeste asiático se están convirtiendo en serios competidores en el segmento de mueble de oficina barato. Esto se puede apreciar no sólo en el crecimiento de las exportaciones de China y Taiwán, sino también en las de otros países, que, aunque con una participación menos importante en el mercado, están aumentando considerablemente sus exportaciones. Éste es el caso de países como Corea del Sur.

En cuanto a la situación de las exportaciones españolas, en los últimos años se han caracterizado por su irregularidad –ver gráfico-. En el periodo 1997-2006 rara vez se ha mantenido una tendencia de crecimiento o decrecimiento durante dos años consecutivos. Exceptuando los años 1999 y 2000 –en que la caída de las exportaciones es obvia, por causa de la crisis de agosto de 1998- el resto de años se encuentran siempre entre el medio millón y el millón y medio de dólares. No es posible por tanto establecer una pauta de comportamiento de las exportaciones españolas, pero es necesario mencionar el buen resultado obtenido el último año, con un aumento de volumen de mercado por encima del crecimiento del mismo, aunque todavía lejos del máximo histórico de 1.6 millones de dólares alcanzado en el año 2001, como queda patente en el siguiente gráfico:

Gráfico 5. Evolución exportaciones mueble de oficina de España a Rusia (1997-2006)



Fuente: Servicio Federal de Aduanas

Por último, y en relación a la calidad de los datos aquí presentados, es necesario señalar que los mismos proceden de fuentes oficiales, con lo que no se está teniendo en cuenta las importaciones ilegales y las procedentes de Bielorrusia. Los muebles procedentes de Bielorrusia no están sometidos a ningún tipo de barreras arancelarias en su comercio con Rusia, al mismo tiempo que la frontera oeste tiene problemas en su funcionamiento. Esto supone que estos muebles son no sólo más baratos que los importados desde Europa Occidental (debido a esa ausencia de aranceles), sino incluso más barato que el mueble ruso, ya que los costes de producción bielorrusos son menores.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Obstáculos comerciales

La legislación rusa aplicable a las operaciones de comercio exterior está lejos de ser sencilla. Además, las autoridades locales aplican la misma con extremado rigor, por lo que es muy conveniente poner gran atención en el cumplimiento de los requisitos legales. Destaca por su complicación la legislación aduanera rusa, aplicada de forma no siempre idéntica por los diferentes puestos aduaneros. Sin embargo, exportar a Rusia no es imposible, como prueba la práctica de los últimos años, aunque requiere mucha más paciencia que en otros países.

La legislación rusa, también en materia de comercio exterior, es muy cambiante, lo que hace que documentos como el presente envejecen con rapidez. En la actualidad, todo el régimen de comercio exterior de la Federación Rusa se encuentra en una fase transitoria debido a la entrada en vigor de cuatro normas nuevas, entre ellas el Código Aduanero, que entró en vigor en enero de 2004, y la Ley de Regulación Técnica, que altera todo el régimen de homologación y certificación vigente hasta la fecha.

2.2. Barreras arancelarias.

a. Sujeto activo.

Pueden realizar los trámites aduaneros:

- Los agentes de aduanas, en posesión de licencia.
- Las personas físicas o jurídicas titulares de una empresa, sólo si están registradas debidamente como "participantes de la actividad económica exterior".

Por consiguiente, un empresario extranjero, en principio, no puede realizar trámites aduaneros sin la mediación de un agente de aduanas. Y los empresarios rusos sólo en función de los registros específicos de que dispongan.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

b. Documentación exigible

La documentación básica que se requiere para exportar a Rusia es la siguiente:

- Los importadores deben aportar una **declaración aduanera** por cada importación. El impreso de declaración consta de 54 párrafos y debe ser rellenado en ruso para su presentación a la aduana, ya sea por parte del importador o exportador, si está autorizado para ello, o por parte del agente de aduanas.
- El exportador debe aportar una **factura comercial** o una **factura proforma**, en ruso, inglés o alemán (aunque en estos dos últimos casos las autoridades pueden pedir una traducción al ruso). La aduana no admite facturas escritas a mano, pero no exige ninguna forma especial, sino sólo que venga redactada sobre papel de la empresa vendedora.
- **Documento de transporte**, dependiendo del transporte que se haya utilizado (CMR, carta de porte aéreo, etc.)
- **Packing list**, en ruso o inglés (a veces la aduana exige una traducción), documento informal emitido por el exportador.
- Se exige además un **certificado de origen** de la mercancía. Sin él, el envío no puede beneficiarse del tratamiento de nación más favorecida, régimen aplicable a las importaciones de origen español. En España lo otorgan las Cámaras de Comercio e Industria de la demarcación del exportador.
- Por otra parte, en el caso del mueble de hogar se exige también un certificado que asegure la **homologación con las normas GOST R**, como veremos más adelante .
- Los importadores deben aportar, entre otros documentos identificativos de la propia empresa, un "**pasaporte**" de la operación. Se trata de un documento exigido por la normativa rusa de control de cambios, de manera que quede garantizado el hecho de que las transferencias de divisas al extranjero en pago de las importaciones rusas correspondan a mercancías que realmente entren en el territorio aduanero ruso y hayan sido valoradas adecuadamente. En la práctica, ello le supone al importador adquirir por adelantado la divisa con la que va a pagar la mercancía. Aunque este requisito no afecta directamente al exportador español, es conveniente tenerlo en cuenta, porque dichos "pasaportes" no se conceden a menos que el importador ruso pueda aportar un contrato por escrito, y la empresa española debe estar dispuesta a facilitárselo, aunque no sea la práctica más habitual en España. No obstante, hay que tener en cuenta que dicho contrato por escrito, aunque el importador ruso insista en que únicamente lo pide para obtener el "pasaporte", tiene perfecta fuerza legal y debe ser negociado con el cuidado habitual.

c. Barreras arancelarias y otros pagos en frontera

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

En la Federación Rusa hay tres exacciones a que están sujetos los muebles de importación. Se trata de las siguientes:

- Los aranceles de importación (en ruso: Таможенная ввозная пошлина).
- Tasa de formalización aduanera, o tasa aduanera.
- El IVA (en ruso: НДС, Налог на Добавленную Стоимость).

Los dos primeros se aplican exclusivamente a las mercancías que se importan al territorio aduanero ruso, en tanto que el IVA se aplica a toda la producción que se comercialice en la Federación Rusa, con independencia de que se produzca en el propio país o sea importada desde el extranjero.

En el nuevo Código, el procedimiento aduanero se mantiene en lo sustancial, pero los plazos se acortan, y con ellos el margen para la arbitrariedad de los órganos aduaneros. Se establecen procedimientos simplificados para una amplia serie de casos, incluidos, por regla general, comerciantes que lleven más de tres años en el comercio internacional. El plazo general para el despacho de mercancías es de un máximo de tres días laborables, contados a partir de la presentación en forma de la declaración aduanera, pero existen numerosas excepciones.

Si la aduana rusa rechaza las mercancías, la reglamentación prevé que éstas sean devueltas al país de origen. Es importante destacar que el pago de los aranceles deberá realizarse en la misma divisa en la que conste el valor aduanero de la mercancía que se importe. El pago se realizará al órgano aduanero que se encargue de la formalización aduanera.

d. Los aranceles de importación.

El arancel de importación es el tributo al que están sujetas las mercancías que entran en territorio aduanero ruso en régimen, fundamentalmente, de despacho a consumo. Partiendo de cero (efectivamente, durante algunos meses de 1992, la Federación Rusa no introdujo aranceles), los aranceles de mueble de hogar subieron vertiginosamente hasta un 30%, y los de otros elementos de interior ascendieron a porcentajes parecidos. Más adelante se introdujeron aranceles combinados para luchar contra la práctica de subvalorar las mercancías para pagar menos aranceles. La tendencia actual parece ser inversa y tendente a la reducción, como medio de luchar contra el contrabando. Dicha reducción se ve dificultada por la gran importancia que la recaudación por este impuesto tiene para el presupuesto federal.

La base impositiva del arancel es combinada. Prácticamente todas las posiciones objeto de este estudio están sometidas en la actualidad a aranceles de tipo combinado, en las que, a un arancel "ad valorem" (en todos los casos que nos ocupan es del 20% del valor CIF de la mercancía), se une un arancel mínimo específico, en euros por kilogramo.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

La lista de los aranceles aplicables ha sido establecida por el Reglamento de 30 de noviembre de 2001, n. 830 (desarrollado por la Orden del Comité Estatal de Aduanas N° 1208, de 20 de diciembre de 2001), que ha sido modificada por la decisión n° 707 del Gobierno, de 24 de noviembre de 2003, y que entró en vigor el 29 de diciembre de 2003.

Tras esta última modificación, los aranceles aplicables son los siguientes:

Tabla 4. Aranceles Aplicables

POSICIÓN	DENOMINACIÓN (NO OFICIAL)	ARANCEL APLICABLE
940140	Asientos cama.	20%, pero no menos de 0,7 €/kg.
940150	Asientos de ratán, mimbre y metal.	20%, pero no menos de 0,7 €/kg.
940161	Asientos tapizados. Excepto de madera.	20%, pero no menos de 1,4 €/kg.
940169	Otros asientos. Excepto de madera	20%, pero no menos de 0,7 €/kg.
940171	Asientos tapizados. Excepto de metal	20%, pero no menos de 0,7 €/kg.
940179	Otros asientos. Excepto de metal	20%, pero no menos de 0,7 €/kg.
94019030	Partes de asientos de madera	20%, pero no menos de 0,7 €/kg.
94019080	Las demás partes de asientos, excepto para aeronaves	20%, pero no menos de 0,7 €/kg.
94032091	Camas de metal	20%, pero no menos de 0,5 €/kg.
94032099	Los demás muebles de metal, excepto para oficina y aeronaves	20%, pero no menos de 0,5 €/kg.
940350	Muebles de madera para dormitorios	0,75 €/kg cuando su valor no exceda de 1,8 €/kg masa bruta. 20% cuando su valor exceda de 1,8 €/kg masa bruta.
94036010	Muebles de madera para comedores y cuartos de estar	0,75 €/kg cuando su valor no exceda de 1,8 €/kg masa bruta. 20% cuando su valor exceda de 1,8 €/kg masa bruta.
94036090	Los demás muebles de madera, excepto los utilizados en oficinas, tiendas y almacenes	0,75 €/kg cuando su valor no exceda de 1,8 €/kg masa bruta. 20% cuando su valor exceda de 1,8 €/kg masa bruta.
940380	Muebles de ratán, mimbre, bambú o similares	20%, pero no menos de 1,3 €/kg.
940390	Partes de muebles	20%, pero no menos de 0,5 €/kg., si

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

POSICIÓN	DENOMINACIÓN (NO OFICIAL)	ARANCEL APLICABLE
		son de metal, y 0,75 €/kg. si son de madera, y 0,70 si son de otros materiales.

Fuente: Market Access Database

Este último incremento que se ha producido en los aranceles ha sido fruto de la presión ejercida por una de las asociaciones sectoriales de mueble ruso, la APMDOPR, la única asociada a la UEA, y que continúa ejerciendo una presión insistente sobre las autoridades rusas para que aumenten el componente específico del arancel hasta 1,1 € por Kg. Las partidas afectadas han sido 940350 (muebles de madera para dormitorios), 940360 (muebles de madera de cocina y cuarto de estar) y 94039030 (partes de mueble de madera).

Este incremento de los aranceles, no obstante, está dirigido en principio al denominado "mueble económico", es decir, aquél con un valor aduanero inferior a 1,8 €/Kg. Es en este segmento en el que trabajan en torno al 75% de las empresas rusas, mientras que las importaciones de este tipo de mueble suponen en torno al 27% del volumen total de importaciones. Esta modificación va a suponer un incremento del 50% de los aranceles para este tipo de muebles. Con esta medida se espera que la participación del mueble ruso en este segmento del mercado crezca entre un 10-15%, y como se puede observar su finalidad es fortalecer la posición de los fabricantes rusos. Para los muebles cuyo valor aduanero se encuentra entre 1,8-3 €/Kg. supone, de facto, una reducción de los aranceles, ya que el mínimo anterior a satisfacer era de 0,6 €/Kg., y con esta modificación se encuentran sometidos únicamente a un arancel del 20%, sin mínimo específico. Para los muebles cuyo valor aduanero es superior a 3 €/Kg. no supone ningún cambio.

La otra modificación introducida, relativa a los aranceles a los que están sometidos las partes de mueble, está motivada por razones distintas. Su finalidad es evitar el "fraude" que suponía la introducción de muebles bajo la rúbrica de "partes de muebles", sujetos a un arancel menor (20%, pero no menos de 0,5 €/kg), para ser montados una vez que eran introducidos en Rusia, en vez de utilizados para la fabricación de mueble en el país. La utilización de este sistema hizo que durante el año 2003 la importación de productos recogidos en esta partida aumentara en más de un 70%.

e. La tasa de formalización aduanera.

La tasa de formalización aduanera grava la introducción de mercancías y medios de transporte en el territorio de la Federación Rusa en cualquier régimen aduanero (excepto renuncia en beneficio del Estado), así como el cambio de régimen aduanero de las mismas. La base imponible de este tributo es el valor aduanero de la mercancía.

La tasa es variable, según una escala de gravamen que va desde 500 rublos (unos 14 euros) por la formalización aduanero de mercancías por un valor inferior a 200.000 rublos (unos

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

5.600 euros), hasta un máximo de 100.000 rublos (unos 2.800 euros) por mercancías de un valor superior a treinta millones de rublos (unos 850.000 euros) aunque se supone que debe compensar por trabajos efectivamente realizados por los agentes de aduana.

Estas tarifas suponen una subida generalizada de las tasas anteriormente vigentes, que eran, en general, del 0,15% del valor aduanero de las mercancías tramitadas. Así, actualmente las tasas sólo serían inferiores a ese 0,15% para cargas con un valor superior a 67 millones de rublos (unos 1.850.000 euros).

f. El Impuesto sobre el Valor Añadido

Los bienes y servicios que se importen a la Federación Rusa están sujetas a otro impuesto indirecto, el Impuesto sobre el Valor Añadido (Налог на Добавленную Стоимость), similar al aplicable en España. El tipo aplicable ha sido recientemente modificado, pasando del 20% anterior al 18% actual. Este tipo se aplica sobre el valor aduanero del producto, sumado al arancel aplicable.

El impuesto deberá ser pagado, por regla general, por quien formalice la declaración aduanera o, en otro caso, por cualquier persona interesada.

RESUMEN DE PAGOS EN FRONTERA

El conjunto de pagos aduaneros por importación se puede compendiar en la siguiente igualdad:

$$P = s + t + [0,18 \cdot (v + s)]$$

Donde s es el arancel, específico o *ad valorem*, v es el valor a efectos aduaneros de la mercancía, 0,18 es el tipo de IVA aplicable, y t la tasa de formalización aduanera.

En el caso del mueble de hogar, sujeto a un arancel combinado del 20% (si no se supera el límite), nos encontramos, pues, con que

$$s = 0,2v$$

así que, sustituyendo esta igualdad en la primera:

$$P = 0,20v + t + [0,18 (v + 0,2v)] = 0,416v + t$$

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Lo que equivale a decir que el conjunto de pagos en frontera asciende al 41,75% del valor aduanero de los muebles importados, más la tasa de formalización aduanera, **siempre que no entren en juego los límites específicos por kilogramo.**

2.3. Barreras no arancelarias.

a. Introducción

Aparte de los tributos examinados, la Federación Rusa tiene un alambicado régimen de acceso al mercado, que hacen de la exportación, en muchas ocasiones, un ejercicio que requiere una gran paciencia y cuidado. Es de esperar que la situación mejore a medida que la Federación Rusa se vea compelida, en virtud de sus obligaciones internacionales, a adoptar un régimen más favorable.

b. Homologación del producto

CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO EN LA FEDERACIÓN RUSA.

El 1 de julio de 2003 entró en vigor la Ley de Regulación Técnica, que ha supuesto el inicio de todo un proceso de reorganización del sistema de normas y reglamentos técnicos, que culminará, previsiblemente, el 1 de julio de 2010, fecha tope para la derogación automática de las normas GOST aplicables. Hasta ese momento se irán produciendo cambios progresivos, por lo que por el momento nos encontramos en un período transitorio hasta que todas esas reformas se lleven a cabo.

Actualmente, en la Federación Rusa coexisten alrededor de quince esquemas de certificación, el más importante de los cuáles, y único que afecta al mueble de hogar, es el de GOSSTANDART. Sin embargo, hay otra serie de instituciones oficiales que exigen certificados, complicando enormemente el panorama. No es, pues, de extrañar que el complejo sistema de certificación ruso constituya la barrera técnica más importante al comercio, y que los esfuerzos de los socios comerciales de Rusia (en particular de la UE) por suavizar este régimen sean constantes.

EL SISTEMA DE GOSSTANDART. LAS NORMAS GOST R.

De todos los sistemas de certificación existentes, el más importante es el de GOSSTANDART (Comité Estatal de Normalización, Metrología y Certificación), que fue el primero en entrar en funcionamiento y afecta a prácticamente todos los muebles para el hogar, excepto los de caña, bambú y materiales análogos, según la lista aprobada por el Reglamento del Gobierno de 13.08.1997, N° 1013. Con la reforma administrativa de marzo de 2004, el citado GOSSTANDART fue reemplazado por la Agencia Federal de Regulación Técnica y Metrología (FATRM, en sus siglas rusas).

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

La normativa básica de certificación es la Ley de Certificación de Productos y Servicios, N° 5151-I de 10 de junio de 1993, que trató en su día de poner coto a una situación en la que se comercializaban en Rusia mercancías de ínfima calidad. Dicha ley ha quedado derogada el 1 de julio de 2003, fecha en la que ha sido reemplazada por la nueva Ley de Regulación Técnica, pero estas normas continúan estando vigentes en tanto no sean reemplazadas por reglamentos técnicos. Esta ley deja abierta la cuestión de la obligatoriedad de la certificación de productos, y será cada normativa técnica la que decida sobre la cuestión en el sector de que regule, teniendo en cuenta que la obligatoriedad de la certificación se dará en la medida en que sea necesaria para el cumplimiento de los fines de dicho reglamento. Como hasta el momento no ha sido aprobado ningún reglamento que afecte al sector del mueble - existe un proyecto de reglamento técnico de mueble, aunque no está prevista su presentación al Gobierno hasta octubre de 2008-, dichas normas siguen en vigor, por lo que es necesario hacer referencia a las mismas.

Las normas rusas se conocen bajo la abreviatura GOST R (GOSudarstvennye STandarty Rossii- Normas Estatales de Rusia). Las normas GOST R no implican o equivalen a un simple reconocimiento de calidad, sino que son normas de obligado cumplimiento, cuya inobservancia impide la comercialización del producto que no se somete a ellas, y generalmente también su importación.

Como ejemplo, vamos a ver qué normas están vigentes para el sector de mueble de hogar. Actualmente están en vigor un total de veinticuatro normas GOST relativas directamente a dicho sector. Vaya por delante que las normas están ampliamente superadas por los parámetros de calidad habituales en España, y que esta Oficina no conoce casos en que empresas españolas hayan tenido problemas por inadecuación del producto a las normas. Se enumeran a continuación las mismas:

Tabla 5. Normas Gost Aplicables Al Mueble De Hogar

NORMA	DESCRIPCIÓN	ENTRADA EN VIGOR
GOST 16371-93	Muebles. Condiciones generales de tipo técnico.	01.01.1995
GOST R 19917-93	Muebles para sentarse y acostarse. Condiciones generales de tipo técnico.	01.01.1995
GOST 17340-87	Muebles para sentarse y acostarse. Métodos de comprobación de solidez y durabilidad de las camas.	01.01.1988
GOST 21640-91	Muebles para sentarse y acostarse. Método de comprobación de su blandura.	01.01.1993
GOST 19120-93	Muebles para sentarse y acostarse. Sofás-cama, sofás, sillones-cama. sillones para descanso. bancos y banqueta. Métodos de	01.01.1995

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

NORMA	DESCRIPCIÓN	ENTRADA EN VIGOR
	comprobación.	
GOST 19918.3-79	Muebles para sentarse y acostarse. Método de determinación de la deformación residual de elementos blandos.	07.01.1980
GOST 13025.2-85	Mueble de hogar. Medidas de los muebles para sentarse y acostarse.	01.01.1987
GOST 30210-94	Muebles. Métodos de comprobación de camas dobles.	07.01.1996
GOST 30211-94	Muebles. Sillas. Comprobación de su solidez.	07.01.1996
GOST 12029-93	Muebles. Sillas y taburetes. Determinación de su solidez y durabilidad.	01.01.1995
GOST 28793-90	Muebles. Mesas. Determinación de su solidez.	07.01.1992
GOST 13025.3-85	Mueble de hogar. Medidas de las mesas.	01.01.1987
GOST 13025.4-85	Mueble de hogar. Medidas de los espejos que entren en la composición del mueble.	01.01.1987
GOST 13025.1-85	Mueble de hogar. Medidas de los compartimentos para guardar cosas.	01.01.1987
GOST 19194-73	Mueble. Método de comprobación de la solidez de la fijación de las patas de los muebles.	01.01.1975
GOST 28136-89	Mueble de hogar de colgar. Método de comprobación de su solidez.	07.01.1990
GOST 30209-94	Mueble de hogar. Puertas de los muebles. Métodos de comprobación.	01.01.1995
GOST 28102-89	Mueble de hogar. Métodos de comprobación de las varas.	01.01.1991
GOST 28105-89	Mueble de hogar y mesas. Métodos de comprobación de cajones y semicajones extraíbles.	01.01.1990
GOST 19882-91	Mueble de hogar. Métodos de comprobación de su solidez, firmeza y deformabilidad.	01.01.1992
GOST 19301-1.94	Mueble infantil preescolar. Medidas de las sillas.	01.01.1996
GOST 19301-2.94	Mueble infantil preescolar. Medidas de las mesas.	01.01.1996

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

NORMA	DESCRIPCIÓN	ENTRADA EN VIGOR
GOST 19301-3.94	Mueble infantil preescolar. Medidas de las camas.	01.01.1996
GOST 28777-90	Mueble. Métodos de comprobación de las camas de niño.	01.01.1992


Fuente: Gosstandart

EL CERTIFICADO DE CONFORMIDAD (CDC).

Buena parte de los productos que se importan con destino a venta y consumo en la Federación Rusa deben ir acompañados de un certificado de conformidad otorgado por la FARTM o sus agentes autorizados. La FATRM (conocida habitualmente en ruso como Rostekhregulirovanie), orgánicamente situada dentro del Ministerio de Industria y Energía es la sucesora de GOSSTANDART. Hay que tener en cuenta que la FATRM y sus laboratorios realizan las pruebas y emiten los certificados de acuerdo con la norma GOST R rusa, no con otras normas internacionalmente aceptadas, como el sistema ISO, aunque se está produciendo una adaptación paulatina al mismo, y que la posesión de certificados internacionalmente reconocidos no facilitará necesariamente los trámites ni eximirá al solicitante de realizar las pruebas de laboratorio que se estimen oportunas.

Generalmente, el certificado de conformidad es válido por un año y debe acompañar a todo envío. Se aceptan copias de los certificados siempre que la copia lleve el sello de la empresa certificada. Los minoristas rusos están obligados a poseer copias de los certificados de todos los productos importados que vendan en sus locales, pudiendo ser fuertemente multados en caso de incumplimiento.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р ГОССТАНДАРТ РОССИИ		
СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ		
	№	
	Срок действия с Plazo de vigencia	по №
ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ Órgano de certificación (hace referencia a la entidad de certificación autorizada)		
ПРОДУКЦИЯ Producto		
СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ respeto las exigencia de las siguientes normas (se enumeran las normas GOST R aplicadas)		
ИЗГОТОВИТЕЛЬ Fabricante		
СЕРТИФИКАТ ВЫДАН НА ОСНОВАНИИ El certificado se otorga con base en (se refiere a las pruebas de laboratorio)		
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ Información complementaria		
Руководитель органа Director del órgano	_____ (подпись) Firma	_____ (инициалы, фамилия) iniciales, apellido
М.П.		
Эксперт Experto	_____ (подпись) Firma	_____ (инициалы, фамилия) Iniciales, apellido
Сертификат имеет юридическую силу на всей территории Российской Федерации El certificado tiene fuerza jurídica en todo el territorio de la Federación Rusa		

код ОК-005(ОКП):
cód. de actividad

код ТН ВЭД СНГ
cód. TARIC

ОБТЕНЦИОН DEL CERTIFICADO GOST R.

La mejor recomendación que se puede hacer a un exportador español a Rusia que quiera certificar su producción es que involucre en ello a su contraparte rusa, lo que por otra parte es la práctica habitual. La certificación en Rusia es un proceso caro y complicado, creado por rusos, que beneficia económicamente a rusos y que, en buena lógica, debería ser resuelto por rusos. Además, en Rusia existen numerosas posibilidades de certificación (en la misma página de FATRM, <http://www.gost.ru>, hay una lista actualizada permanentemente), y el importador ruso será capaz de obtener mejores condiciones que el exportador español.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Si, de todas formas, el exportador español a Rusia quiere resolver esta cuestión por su cuenta, dispone de los siguientes procedimientos:

- En España: Únicamente SGS está autorizada directamente para emitir certificados de conformidad. Otras empresas pueden hacerlo también mediante laboratorios asociados en el extranjero.

DIRECCIONES ÚTILES EN ESPAÑA
<p>SGS ESPAÑOLA DE CONTROL SUSANNA CAMINALS / EUGENIA SMETANINA SGS Española de Control, S.A. GOST/IRAN Desk C/Rera Palau, 11, 3a pl. 08003 Barcelona (SPAIN) Tel.: +34 93 295 75 13 Fax:+34 93 268 24 13 Corr. elec.: susana.caminals@sgs.com Página web: http://www.es.sgs.com</p>

- En Rusia: En este caso hay que enviar unas muestras a algún laboratorio aceptado por la FATRM. Hay una lista en <http://www.gost.ru>. Para el envío de muestras se prescinde del requisito de certificación; en todo caso, es recomendable contactar previamente con el propio órgano de certificación, con el fin de determinar el mejor modo de hacer llegar las muestras al laboratorio.

En ambos casos hay tres modalidades de certificado de conformidad:

1. Para un envío concreto. Es más económica, y resulta más ventajosa para las empresas que únicamente exportan a Rusia esporádicamente.
2. Con carácter general. Esta modalidad cubre todos los envíos que una empresa realiza de un producto a Rusia, durante el período de vigencia del certificado. Tiene un precio más elevado, y conviene sólo a aquellas empresas que exportan a Rusia con regularidad. La validez del certificado es de un año, prorrogable.
3. Licencia de uso de la marca de conformidad GOST R. Esta modalidad autoriza al fabricante a marcar su producción con el anagrama GOST R, lo que posibilita su introducción en territorio aduanero ruso. La validez de la licencia es de un año, prorrogable

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

hasta tres, pero cada año hay que pasar una revisión por parte de expertos rusos, a los que hay que invitar y cuya estancia debe costear la empresa certificada.

No es probable que aumenten próximamente las agencias que puedan otorgar el certificado en España, pues la experiencia demuestra que las autoridades rusas son muy reacias a conceder nuevas licencias, rompiendo el monopolio de hecho de SGS.

El coste de obtener el certificado de conformidad no puede ser determinado a priori, porque depende de los trabajos y experimentos que deban realizarse para su obtención. Existen unas reglas, aprobadas por el Reglamento de Gosstandart de 23 de agosto de 1999, N^o 44 (en vigor desde el 17 de febrero de 2000), que establecen que el margen de beneficio de la entidad autorizada para emitir la acreditación no puede superar el 35% neto del valor de la mercancía, abandonando una pretensión anterior de que las entidades autorizadas no tuviesen ánimo de lucro. Establece además un complicado sistema de máximos de horas-hombre para cada esquema de certificación, y de máximos de abono de las horas-hombre según la complejidad de los procesos. En principio, dicho máximo vincula a los órganos de certificación rusos, no estando clara la situación de los trabajos de certificación realizados por órganos de certificación extranjeros.

c. Etiquetado y protección del consumidor

En 1997, después de un período de relativo caos, las autoridades rusas desarrollaron la normativa de etiquetado haciendo obligatorio el etiquetado en ruso a partir del 1 de julio de 1998, según dispone el Reglamento del Gobierno de 15 de agosto de 1997. Las menciones generales de etiquetado e información al consumidor están recogidas en la norma GOST R 51121-97, de 30.12.97, existiendo además normas más concretas para cada producto.

En concreto, para el mueble de hogar rige el punto 4 de la citada norma, con lo que las menciones obligatorias deben ser las siguientes:

- Denominación de la mercancía.
- País de producción.
- Empresa fabricante.
- Función básica de la mercancía.
- Reglas y condiciones de conservación, transporte, empleo, mantenimiento, reparación, uso y, en su caso, destrucción.
- Propiedades básicas o características.
- Información sobre la certificación obligatoria.
- Domicilio del fabricante y/o vendedor.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

- Peso neto, medidas básicas, volumen o cantidad.
- Composición o descripción de piezas.
- Marca comercial del fabricante, en su caso.
- Fecha de fabricación (optativa, salvo que sea relevante).
- Fecha de caducidad, o tiempo de utilidad (optativa, salvo que sea relevante).
- Código de barras (en su caso).
- Información específica para el consumidor (en caso de necesidad).

No es preceptivo el etiquetado, ni la presencia de dicha información, en ruso desde origen, ni siquiera en frontera rusa, sino que puede añadirse en destino.

d. Control de cambios

La normativa de control de cambios ha sufrido una profunda reforma con la nueva legislación³, a pesar de lo cual, el régimen de control de cambios está lejos de estar totalmente liberalizado. Sin embargo, la nueva legislación facilita considerablemente los intercambios exteriores, aunque persisten limitaciones más o menos restrictivas dependiendo de si se trata de una operación de venta de divisas o bien de pago de importaciones.

La venta de divisas en operaciones de exportación es obligatoria con un límite mínimo del 10%. Para realizar esta operación será necesario que los ingresos en divisas se abonen en una cuenta de tránsito, abierta en un banco autorizado.

Por su parte, la regla general de los pagos por bienes importados desde el extranjero consiste en que éstos deben hacerse exclusivamente por mediación de bancos apoderados, quedando prohibidas todas las demás prácticas (pago en efectivo, incluso en divisa, etc.). Para realizar esta operación, será necesarios distintos documentos: pasaporte del contrato (emitido por el propio importador y el banco apoderado, basándose en una copia legalizada del contrato), tarjeta de control de las mercancías importadas (emitida por el Servicio Federal de Aduanas basándose en la declaración aduanera sellada por el órgano aduanero que haya tramitado la importación) y tarjeta de pago (emitida por el banco autorizado para reflejar los pagos que se realicen con motivo de la operación de importación que se está controlando).

³ Ley Federal de Regulación y Control de Cambios (LRCC), de 10 de diciembre de 2003, N 174-FZ (redacción de 29 de junio de 2004).

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. LA DISTRIBUCIÓN EN RUSIA

1.1. La situación actual

Cuando se habla de la distribución en Rusia, conviene tener en cuenta que se trata de un mercado de una vastísima extensión territorial, con unas comunicaciones muchas veces precarias, y un ordenamiento jurídico que ha sufrido variaciones radicales en el curso de los últimos años, variaciones que, aunque en menor medida, continúan produciéndose. No es de extrañar, por tanto, que la consecución de las utilidades de tiempo, lugar y posesión, propias de la función de distribución, estén ligadas en la Federación Rusa con dificultades mucho mayores de las que nos encontraríamos en otros países.

No está de más recordar el principal defecto de la empresa rusa, enfrentada en los primeros años 90 a un proceso de privatización poco comprendido: la ausencia de un departamento comercial. En estas circunstancias, el desconocimiento de las herramientas mercadotécnicas adecuadas llevó a una situación en que la distribución se lleva a cabo fundamentalmente por vía de contactos personales, básicamente informales. De una situación en que la comercialización de la producción no era problema de la empresa, pues era el Estado quien se ocupaba de todo, se pasa en poquísimo tiempo a otra en la que la producción debe ser puesta en el mercado y no hay quien sepa hacerlo.

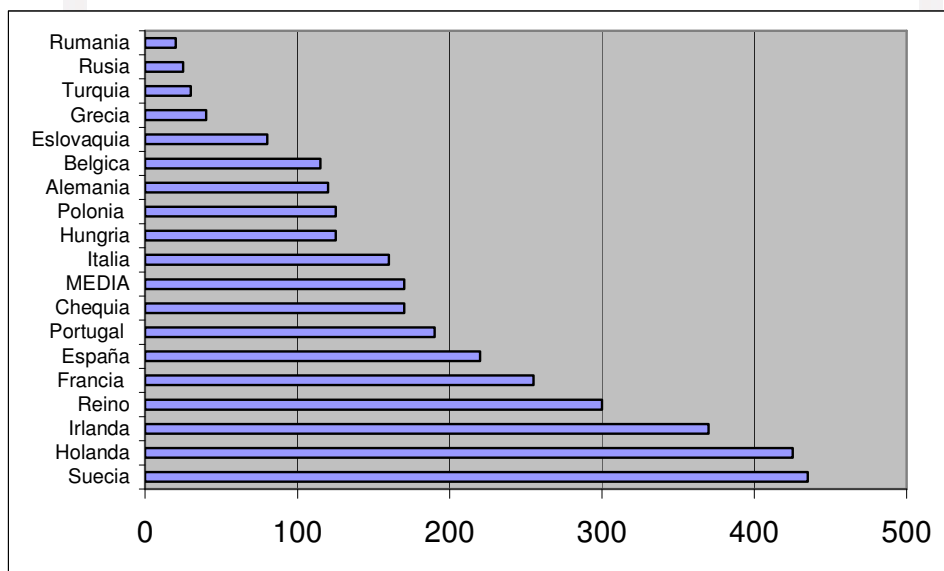
Una dificultad que afectó igualmente a los productores extranjeros que accedían a un mercado entonces nuevo. Poco a poco, empezaron a surgir estructuras que, a fuerza de experiencia, fueron aprendiendo a utilizar las herramientas propias de la distribución y, lo que es más importante, a utilizarlas en las muy específicas circunstancias del mercado ruso. Dichas estructuras, en una decisión racional puramente maximizadora del beneficio, se dirigieron a trabajar en el sector que les prometía mayores beneficios, que en los primeros años de reforma era la importación, no sólo de mueble de hogar, sino de cualquier mercancía. La especialización en sectores concretos tardaría unos años en llegar.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Aún hoy, es difícil encontrar distribuidores a nivel nacional, salvo en algunos productos de consumo inmediato y frecuente, lo que facilita la entrada de las cadenas de distribución extranjeras, como es el caso de IKEA.

Además, cabe mencionar la escasez de superficie comercial moderna en Rusia, comparada con la de otros países europeos. En la tabla siguiente se recogen la comparación entre la superficie comercial existente en varios países europeos, y se puede observar como los valores de Rusia está muy por debajo de la media europea:

Gráfico 6. Comparación superficie comercial moderna según país por 1000 hab. (m²)



Fuente: Jones Lang LaSalle 2007

Por lo tanto, la baja calidad de la distribución, unida a la escasez y la mala calidad de las infraestructuras disponibles, hacen que la distribución continúe siendo uno de los principales escollos para las empresas que operan en este mercado. A pesar de las mejoras experimentadas en los últimos años, los costes de distribución en Rusia siguen siendo muy altos (en proporción con el PIB del país), y para una empresa resulta mucho más fácil reducir costes en producción que en distribución en Rusia. Además, las características del mercado obligan a mantener un nivel muy alto de reservas (stocks), comparativamente con otros mercados europeos.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

1.2. Principales mercados geográficos.

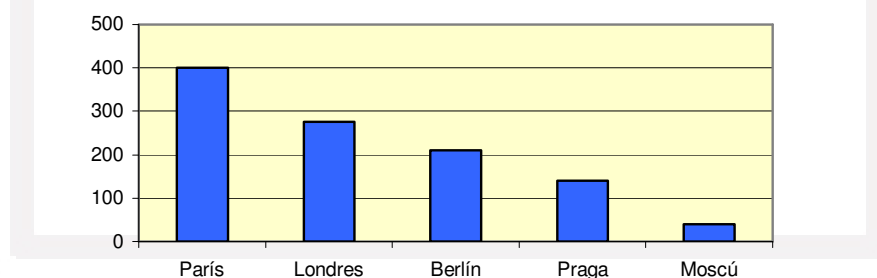
Según los expertos de agencia A.T. Kearney⁴, Rusia es uno de los mercados más atractivos para invertir en el sector del comercio minorista. Concretamente, según la clasificación elaborada por la propia consultora, sólo India está por delante de Rusia en grado de interés. En 2004, la distribución minorista creció un 36% respecto al año anterior, es decir, cinco veces por encima del crecimiento del PIB nacional (7%). Y más importante aún: se considera que el potencial del mercado duplica a su tamaño actual.

El comercio minorista en Rusia, apoyado en los aumentos salariales del orden del 34% durante el periodo 2000-2005, ha ido creciendo a un ritmo anual durante este mismo periodo del 24% anual, alcanzando la cifra de \$224 billones en 2005. Analistas de Renaissance Capital predicen un crecimiento anual hasta el 2010 cercano al 18%⁵.

Los mercados locales de Moscú y San Petersburgo.

Dentro de Rusia, los mercados más desarrollados y mejor organizados siguen siendo los de Moscú y San Petersburgo. Según A.T. Kearney, el sector minorista de Moscú sigue siendo muy atractivo para hacer inversiones debido al continuo crecimiento que está mostrando durante los últimos años. Aún así, la superficie comercial moderna es manifiestamente inferior a la de la mayor parte de las capitales europeas, como se desprende del siguiente cuadro, referido al año 2004.

Gráfico 7. Comparación superficie comercial moderna por 1000 habitantes (m²)



Fuente: Servicio Federal de Estadísticas

Durante el año 2005, según datos del servicio federal de estadísticas, el volumen del comercio minorista en Moscú supuso, en términos monetarios, unos \$47.000 millones, experimen-

⁴ *The 2005 Global Retail Development Index*

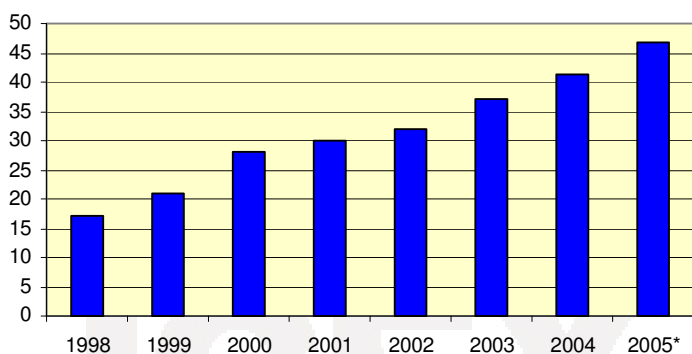
⁵ *Datos de la Revista Elsevier Food International, Vol 9, Nr. 4, Noviembre 2006.*

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

tando un crecimiento a tasas anuales aproximadas al 13%-14%. Este dato se puede completar además con los ofrecidos por la Consultora Jones Lang Lasalle, que cifra la inversión en mercado inmobiliario comercial en Moscú en el año 2006 en 3.4 billones de euros, una cifra que multiplica por 10 los valores del año 2005⁶.

El siguiente gráfico indica la evolución del volumen del comercio minorista en Moscú en los últimos años:

Gráfico 8. Evolución del volumen del comercio minorista de Moscú (miles de mill. \$)



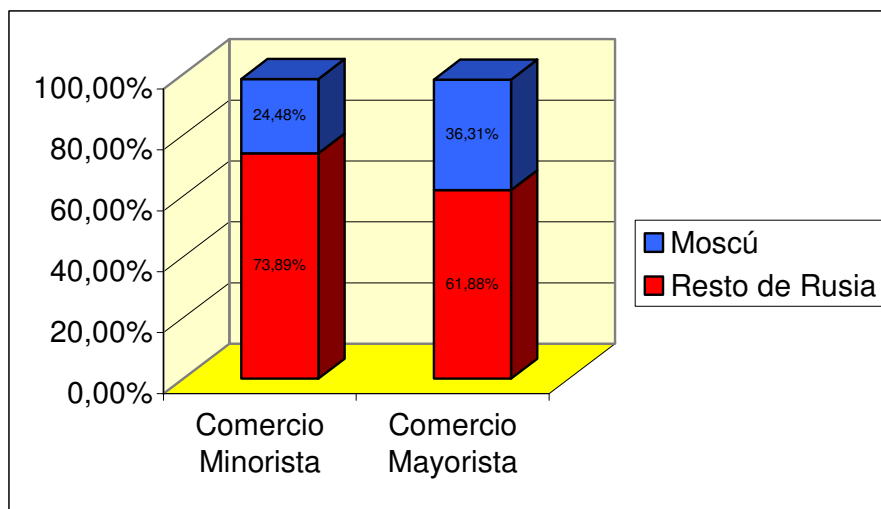
Fuente: A.T. Kearney

Sin embargo, la elevada concentración del mercado en las ciudades de Moscú y San Petersburgo ha elevado la competencia durante los últimos años, llevando a muchas empresas a buscar la expansión hacia otras áreas. Pero de momento el protagonismo de Moscú sigue siendo muy claro: el poder adquisitivo de la población dobla al de la media de las otras regiones, y en ella vive la mayoría de la clase media y alta del país.

⁶ Jones Lang LaSalle, 19/03/2007

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Gráfico 9. Importancia de Moscú en la distribución minorista de Rusia



Fuente: Servicio Federal de Estadísticas (año 2004)

Y en consecuencia, como se ve en el gráfico, con una población de algo más de diez millones de personas, que representa alrededor de un 7% del total de Rusia, acapara un 24% de las transacciones en el tramo minorista y hasta un 36% en el tramo mayorista. No obstante, la situación tiene una tendencia de cambiar en favor de un mayor protagonismo de las regiones. Así, en 2003, la ciudad de Moscú concentraba el 26% y 38% del total del comercio minorista y mayorista respectivamente.

Por consiguiente, la puerta de entrada en el Federación Rusa continúa siendo Moscú. De manera muy incipiente, algunos comerciantes tratan de concluir operaciones, incluso de importación, por su cuenta, sin pasar por Moscú; pero se encuentran con el mismo obstáculo de falta de conocimientos que en los primeros años noventa. No obstante, con una adecuada formación, dicha forma de acceso al mercado puede ser muy interesante en determinadas regiones donde la renta disponible sea razonablemente elevada.

Los mercados locales: las regiones de Rusia

Como ya hemos referido, frente a la importancia actual de las dos grandes ciudades rusas, en los últimos años se está verificando un auténtico crecimiento de la importancia de las regiones en el marco de la distribución en Rusia. Según la revista especializada SalesPro⁷, durante el periodo 2001-2004, el crecimiento del sector minorista en Moscú se sitúa en un 30%, mientras que durante el mismo periodo en las regiones de Rusia el crecimiento ha alcanzado cuotas de crecimiento entre el 85 y 125%.

⁷ Revista online Sales Prodazhy Business

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Las mayores cuotas de crecimiento se están produciendo de momento en la región noroccidental, sur (Krasnodar, Rostov del Don), en el Volga (Volvogrado), los Urales (Yekaterimburgo) y el oeste de Siberia (Novosibirsk). Según A.T. Kearney, si el ritmo de crecimiento en estas zonas se mantiene, en un periodo de 4 a 6 años el desarrollo de la distribución minorista se asemejará al de Moscú y San Petersburgo.

Entre los mercados regionales más destacados, destacan las 11 *millioniki* (aquellas ciudades rusas que tienen entre 1 y 1.5 millones de habitantes)⁸, con un potencial de crecimiento del comercio minorista similar al de Moscú hace unos años. Tanto es así, que expertos de Jones Lang LaSalle⁹ predicen que el conjunto de la superficie dedicada al comercio minorista en estas 11 ciudades va a pasar de 1 millón de m² a cerca de 3.5 millones de m² a finales de 2008, con lo que superará la superficie actual del comercio minorista en Moscú. Este aumento vertiginoso se debe en gran parte a la expansión territorial de las grandes cadenas de distribución internacionales, en particular Ikea y Metro, aunque no hay que olvidar tampoco a las grandes empresas rusas como el X5 Retail Group.

Si distinguimos los mercados de Moscú y de San Petersburgo del resto de las regiones de Rusia, observamos que la situación en éstas es similar a las que había en Moscú hace varios años. Así, el desarrollo de las regiones viene a ser una réplica retardada del desarrollo de las dos grandes ciudades. Por tanto, como ya se puede apreciar en algunas de las capitales de varias regiones, en estas comienzan a aparecer ejemplos de grandes centros comerciales.

Las distintas modalidades de comercio minorista

Todavía hoy, a pesar de la apertura en los dos últimos años de varios centros comerciales y de un gran número de supermercados y algunos hipermercados en Rusia, el comercio tradicional (pequeñas superficies con vendedores situados tras un mostrador y distintas colas para elegir y pagar la mercancía) sigue existiendo, con una enorme importancia de los mercadillos al aire libre y de todo tipo de formas de comercio menos desarrollado, como quioscos, tenderetes, puestos callejeros, etc.

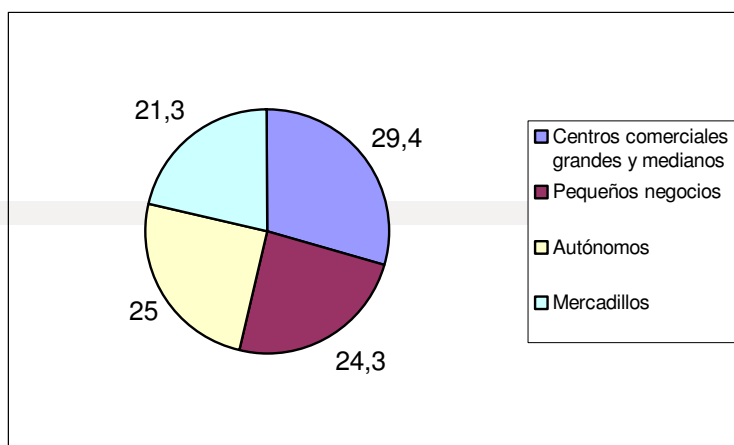
A pesar de todo, como se aprecia en los siguientes gráficos, elaborados a partir de los datos del Servicio Federal de Estadísticas, año tras año ganan cuota de mercado los centros medianos y grandes, en detrimento del pequeño comercio tradicional, como sucedió en Europa occidental en las últimas dos décadas.

⁸ Novosibirsk, Ekaterimburgo, Nizhniy Novgorod, Omsk, Samara, Kazán, Chelyabinsk, Rostov-on-Don, Ufá, Volgogrado y Perm.

⁹ *Jones Lang LaSalle, 30/05/2007*

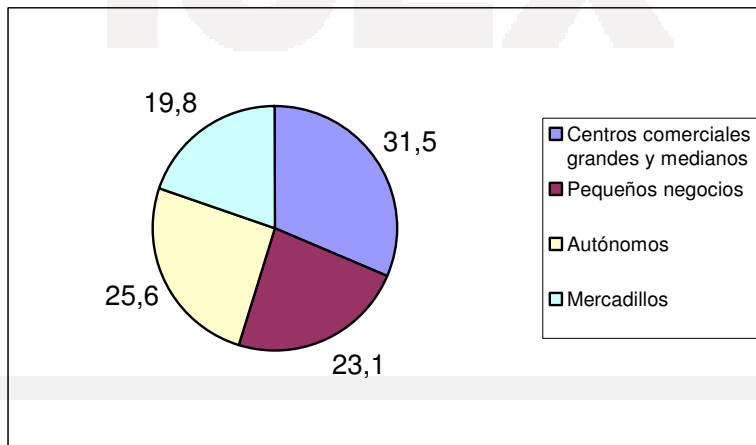
EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Gráfico 10. Volumen de ventas por tipo de minorista en la Federación Rusa durante el primer trimestre de 2005



Fuente: Servicio Federal de Estadísticas

Gráfico 11. Volumen de ventas por tipo de minorista en la Federación Rusa durante el primer trimestre de 2006



Fuente: Servicio Federal de Estadísticas

Por tanto, la situación está cambiando continuamente, y lo está haciendo en beneficio del comercio moderno.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

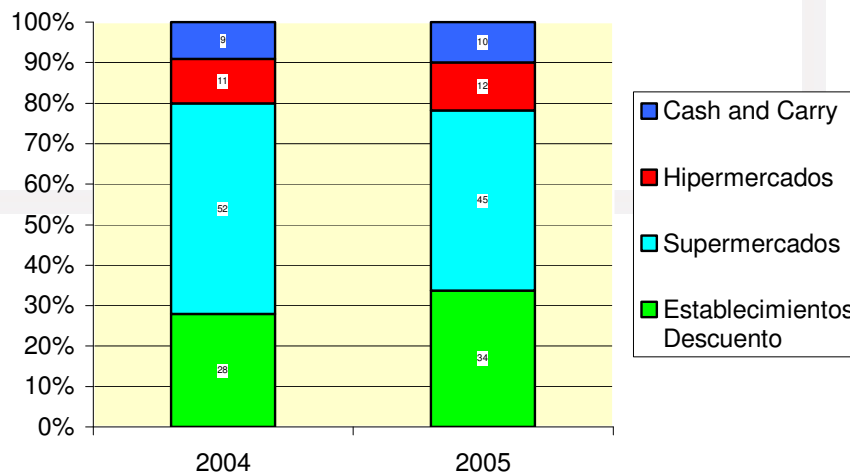
En Moscú, San Petersburgo y otras ciudades por encima del millón de habitantes, casi dos tercios de la distribución se realiza en supermercados e hipermercados. Entre ellos, las cadenas Auchan, Marktkauf y Lenta adoptan sólo la forma de hipermercado, mientras que Ramsstore y Perekriostok (en Moscú) y Sezon (San Petersburgo), Vivat (Perm) y Alpi (región de Siberia) poseen tanto hiper como supermercados.

La tendencia actual de la distribución en Rusia se centra en el progresivo aumento de las grandes superficies comerciales. Tanto en las dos grandes ciudades rusas como en las regiones, los quioscos y los pabellones (estos últimos tratándose de una variación de mercadillo típica en Rusia, que se diferencia de éste en que los puestos son de carácter permanente, formando una especie de pabellones prefabricados alineados; son típicos de las zonas residenciales periféricas de las grandes ciudades) siguen teniendo una presencia destacada, mientras que las tiendas especializadas pierden parte de su importancia, debido en parte a que muchas de ellas acaban transformándose en supermercados.

Según estimaciones de la revista Sales Prodazhy Business, para el 2010 se prevé que en las ciudades de más de 100.000 habitantes el número de hipermercados doblará el del año 2005, mientras que los supermercados aumentarán considerablemente. En cambio, se anuncia una disminución de los quioscos y las tiendas especializadas, a la vez que se mantiene el porcentaje de mercadillos al aire libre y los pabellones.

La distribución organizada –los centros comerciales- supone por tanto un 30% del total del sector en Rusia. En Moscú, éste 30% se reparte de la siguiente manera:

Gráfico 12. Distribución del comercio organizado por tipos en Moscú.



Fuente: A.T. Kearney

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Actualmente, las empresas más importantes de distribución en Rusia son de alimentación y de materiales para el hogar, tales como: “Pyaterochka”, METRO, Ramstore, “Perekrestok”, “Sedmoi Kontinent”, “Kopeika”, “Paterson”, Auchan, Spar, Marktkaut, IKEA, OBI, “Starik Khot-tabich”. El éxito de la primera cadena de distribución extranjera que se atrevió a invertir fuertemente en distribución en Moscú (Ramstore, unión de tres empresas turcas) fue totalmente inesperado y superó con mucho las expectativas de todos, probablemente incluidas las de los propios inversores; lo mismo ocurrió con IKEA, cuyo primer centro comercial abrió al público en marzo de 2000 y que ya cuenta con ocho tiendas y con planes de abrir otros cincuenta centros en los próximos años, para estar representada en más de cuarenta ciudades rusas. La empresa alemana OBI también se ha incorporado recientemente a este proceso de expansión. Así, a finales del año 2003 abrió sus dos primeras tiendas en Rusia, en concreto en Moscú, que funcionan bajo el sistema de franquicia. En el mes de agosto de 2004 inauguró su primera tienda en San Petersburgo. En noviembre de 2005 abrió una tienda más en Kazán. La empresa tiene ambiciosos planes de expansión por todo el país, y prevé la apertura de otras tiendas en distintas regiones de Rusia en próximos años.

Es de esperar que en el transcurso de los próximos años, a medida que el consumidor se familiarice con los beneficios de la distribución minorista moderna (hasta ahora asociada a productos de alto precio y destinada a consumidores de alto poder adquisitivo) esta pujanza del comercio moderno continúe y se intensifique. Tanto en Moscú como en San Petersburgo y en la región de Moscú (*Gubernskoye Koltsó*) existen importantes proyectos de la administración local para destinar amplias superficies a zonas comerciales y para reformar diversos mercados municipales, convirtiéndolos en modernos centros comerciales.

A mediados de 2007, el número de centros comerciales en Moscú es de 170. Colliers International¹⁰, se espera que durante el 2007 se inauguren 27 centros comerciales en Moscú. Según esta consultora inmobiliaria, en los próximos meses van a entrar en funcionamiento cerca de 1.5 millones de m2 de superficie de centros comerciales actualmente en construcción.

2. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE MUEBLE DE OFICINA.

El sector de mueble de oficina puede segmentarse en tres grupos diferenciados. En primer lugar, el mobiliario de despacho para el hogar (*home office*), con características en la distribución más semejantes a las del mueble de hogar. Por otro lado, el segmento de mueble de alta dirección, que se distribuye esencialmente mediante proyectos, con lo que comparte igualmente características del mueble de hogar, pues son los importadores de este sector los que generalmente compiten por esos proyectos, casi en igualdad de condiciones con los de mueble de oficina. Por último está el segmento de mueble para oficinistas, principalmente de fabricación nacional, que también se distribuye generalmente mediante proyectos.

¹⁰ *Colliers International, informe sobre el comercio minorista, 1er trimestre 2007.*

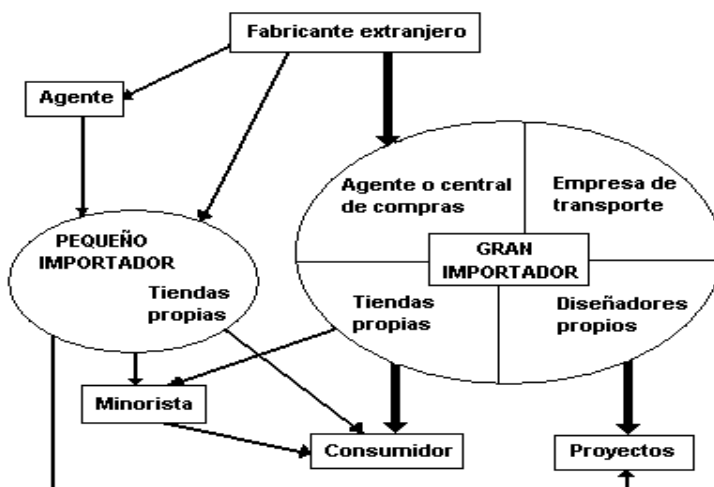
EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

En el mueble de oficina, la ordenación del mercado llegó con la famosa crisis de agosto de 1998. En el sector del mueble de oficina la crisis se notó de manera especial, mucho más que en el sector de mueble de hogar: muchas empresas, en particular bancos, entraron en situación de quiebra técnica o simplemente desaparecieron. Todas las empresas, incluso las supervivientes, suspendieron cualquier proyecto de compra o de renovación de instalaciones. Esto supuso una drástica reducción de la demanda final en el sector.

Las primeras empresas importadoras y distribuidoras de mueble de oficina surgieron a principios de los años noventa. Las que consiguieron crecer lo suficiente (Fronza, Felix, Solo, Kraft, etc.) tuvieron la fuerza para aguantar la crisis de 1998, a veces extendiendo su actividad al mueble de hogar, sector relativamente menos afectado. Al mejorar la situación económica a partir de 2000, se encontraron con el mercado para ellos solos.

En estas circunstancias, con unos fabricantes nacionales cuya producción no era especialmente apreciada por el consumidor, y unos fabricantes extranjeros concededores de las herramientas de distribución, pero con dificultades para adaptarlas y emplearlas en un mercado tan desconocido como el ruso, el control del mercado pasó rápidamente a estos importadores supervivientes.

Gráfico 13. Esquemas De Distribución Del Mueble De Oficina



EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

El gráfico superior presenta el esquema de los canales de distribución de mueble de oficina (y básicamente, de los bienes de consumo en general) en la Federación Rusa. Con trazo grueso está trazado el canal de más importancia. El fabricante extranjero prácticamente no utiliza la distribución directa. La excepción más relevante es seguramente IKEA, un caso de control absoluto del canal. Lo habitual, sin embargo, es acceder al mercado a través de la figura del importador.

Los grandes importadores suelen disponer de filiales específicas dedicadas a la tramitación aduanera, así como secciones de diseñadores y una cadena, normalmente importante, de tiendas propias. Ello no obsta para que trabajen con tiendas minoristas independientes, en particular en aquellas zonas en que no tienen implantación. Es fácil que sean estas tiendas minoristas las que demanden el producto al importador, cuando por su escaso volumen de negocio no tengan capacidad para importar.

También los grandes importadores son los mejor situados para acometer el segmento de los clientes corporativos, señalados en el gráfico como "proyectos", como es habitual denominarlos en Rusia. Por su tamaño, disponen de los medios necesarios para acceder a las convocatorias de dichos proyectos, y el hecho de ser conocidos también por los fabricantes les faculta para adaptar la oferta que presentan a las características que requiere el cliente. No obstante, en los últimos tiempos se viene observando cada vez más casos de autonomía del canal contract, en los que arquitectos y diseñadores se encargan de acudir a las grandes ferias de mueble internacionales y hacer pedidos directamente a los fabricantes para proyectos concretos. De todos modos, estos casos son aislados y no se puede hablar todavía de un canal consolidado de contract en Rusia, aunque la tendencia actual apunta en ese sentido.

Junto al gran importador, un canal relativamente secundario es el importador de tamaño medio. Éste dispone asimismo de una red de tiendas propias, generalmente de menor tamaño que en el caso anterior, por lo que distribuye con más frecuencia a minoristas independientes; aunque también suele trabajar con proyectos, en su volumen de negocio este segmento tiene menor importancia que en el caso del gran importador.

La forma de acceder a este importador de menor tamaño es, o bien directamente, o bien a través de un agente, ya sea agente de compras del importador en el extranjero o un agente en Rusia que represente los intereses del fabricante. El agente es una figura que se va abriendo paso muy lentamente. Todavía existe en medios empresariales rusos una gran desconfianza hacia todo tipo de intermediarios, fruto de lo sucedido en los primeros años noventa, en que se produjeron bastante casos de enriquecimiento desorbitado con operaciones realizadas a base de información privilegiada de ciertos agentes, o directamente ilegales. Con mucha paciencia, sin embargo, se va abriendo paso la idea de que el agente es una figura que puede aportar valor a la operación. No existen colegios ni asociaciones de agentes.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

El importador-distribuidor de cualquier tamaño, por regla general, no circunscribe su actividad a un solo sector, aunque ya estamos lejos de la enorme diversificación de los primeros años 90. En el caso del mueble, prácticamente todos los importadores se ocupan de hecho, o pueden ofrecer, productos de decoración, lámparas de hogar, e incluso materiales de construcción. Es frecuente, aunque menos que hace unos años, que el importador de mueble de hogar también se dedique al mueble de oficina.

De forma muy clara, el poder en el canal de distribución reside en el importador, sobre todo en el grande. Si antes de la crisis de 1998, con un gran número de importadores de todos los tamaños, podíamos hablar de una estructura de distribución de comercio independiente, tras la crisis se produjo un proceso de fortalecimiento de los importadores que supieron superarla, cuyo número disminuyó y que consiguieron aprovechar la buena marcha económica a partir del año 2000 para crecer en tamaño. Actualmente, la estructura de distribución está claramente controlada por ellos.

Junto a esto, y en particular en el tramo minorista, comienzan a aparecer fenómenos de conexión formal entre importador-mayorista y minorista, que permite al primero distribuir en regiones donde tener presencia directa sería muy oneroso. Esta conexión formal puede tener la forma de franquicia – cada vez más utilizada, a modo de ejemplo, las empresas *Shatura* y *Felix* utilizan este sistema– o de sociedad participada con contratos de exclusividad. Incluso en estos casos, así y todo, la forma de acceder (desde el tramo minorista) a estos importadores-mayoristas son los vínculos personales.

Por otra parte, ya desde hace varios años, y aún en medida relativamente escasa, se está fraguando el ambiente para que se den procesos de integración vertical hacia atrás. En el caso del mueble de oficina se está convirtiendo en un caso habitual: excepto Fronda, todas las grandes distribuidoras de mueble de oficina disponen de producción propia. Felix, el líder del sector junto a Shatura, cuenta ya con dos fábricas. Solo comenzó a fabricar en 1998 conjuntamente con una empresa italiana. La misma Shatura, principal fábrica de mueble del país, cuenta con inversión italiana, y parte de su personal directivo también es italiano.

Por regla general, los distribuidores se dedican a producir mueble de oficina de calidad baja, y continúan importando los de calidad superior. Es por ello que cada vez es menos ventajoso dirigirse al segmento de baja calidad, pues está ya copado por la producción nacional y las importaciones de los países del Este y del Sudeste Asiático, con unos costes menores que los del mueble español.

Es por ello que ante las circunstancias actuales la estrategia que parece más adecuada es la de dirigirse a los segmentos que demandan mueble de mayor calidad y diseño.

3. ÚLTIMAS TENDENCIAS EN LA DISTRIBUCIÓN

El esquema básico anteriormente descrito, con la preeminencia del gran importador-distribuidor moscovita, aparece acompañado, en los últimos tiempos, por una serie de nuevas formas de distribución. Sin desmentir la descripción del apartado anterior, que sigue siendo, en lo esencial, el esquema más frecuente, estos nuevos esquemas nos hablan de una mayor sofisticación en los canales para dar satisfacción a una demanda más exigente y extensa desde el punto de vista geográfico. A modo de apuntes se señalan a continuación las siguientes tendencias:

-Crecimiento de las redes regionales: los principales actores del mercado (todos ellos con origen en la región de Moscú) han conseguido extender con éxito sus redes comerciales a otras ciudades de la Federación Rusa, no sólo a través de distribuidores locales, sino en muchos casos mediante la apertura de tiendas propias. Muchas veces la creación de redes se ha producido recurriendo a la franquicia, contraviniendo las habituales reservas contra el uso de este instrumento en Rusia.

- Importancia de los arquitectos y proyectos individualizados. En un país en el que los arquitectos realizan proyectos que abarcan todo el proceso, desde la construcción hasta la decoración de un inmueble, muchos de ellos han empezado a acudir a las principales ferias internacionales de mueble, en las que realizan pedidos para sus proyectos. Así, cada vez con mayor frecuencia, el contacto de una empresa extranjera de mueble con el mercado ruso se hace a través de un estudio de arquitectura.

-Aparición de nuevas fórmulas en el mercado del mueble. Así, tras la entrada de la multinacional sueca *IKEA*, dos nuevas compañías operan bajo sistemas similares que permiten al consumidor comprar y montar sus propios muebles de diseño. En primer lugar, la danesa *Bo Concept*, que además de un centro comercial bajo su propia marca, dispone de estudios de diseño situados en algunas de las tiendas más importantes del sector como *Tri Kita* o *Grand*. Por otra parte, bajo la fórmula del "Cash & Carry", y también enfocado hacia el mueble de diseño de alta calidad ha abierto un nuevo establecimiento en San Petersburgo la firma británica "*Dream Lake*". Esta empresa, que ya está presente en Rostov, Nizhniy Novogorod, Moscú, Ufa, Krasnodar y Samara, prevé continuar su expansión por diferentes regiones de la Federación Rusa.

4. PUNTOS DE VENTA.

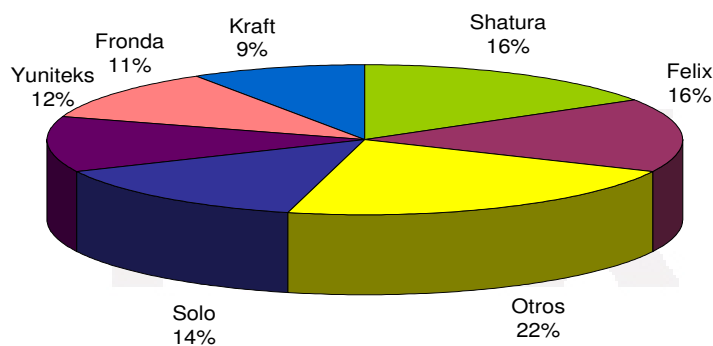
Uno de los grandes puntos débiles del mercado de mueble en general es la falta de desarrollo de la estructura de ventas en el país, y en Moscú en especial. Esto lleva a fallos no sólo en la organización de las ventas en las regiones, sino también en la venta minorista, y, además, a la reducción de la demanda. Sin embargo, este hándicap no se verifica en el sector de mueble de oficina, ya que las grandes empresas del sector han conseguido establecer, en

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

primer lugar, una fuerte red minorista en la capital, para luego iniciar su expansión a las regiones con éxito.

Como decíamos más arriba, en el sector del mueble de oficina la distribución está muy concentrada. No sólo hay un número reducido de importadores, sino que además, el fenómeno de integración que se está produciendo hace que muchos de ellos se dediquen también a la fabricación y, de forma más o menos directa, al comercio minorista. En concreto, seis empresas acaparan el 80% de este mercado, gracias a sus redes de distribución que en muchos casos se extienden por todo el territorio. Éstas son *Felix*, *Shatura*, *Solo*, *Yuniteks*, *Fronda* y *Kraft*. La estructura del mercado, según los datos facilitados por Pro-Invest, es la siguiente:

Gráfico 14. Reparto del mercado minorista de mueble de oficina en Rusia



Fuente: Pro-Invest

Todas estas empresas son fabricantes e importadoras, a excepción de Fronda, que no posee fábrica propia. Sabiendo que sólo con su surtido no son capaces de satisfacer al mercado, hace años que importan mueble de oficina, lo que supone para los exportadores la posibilidad de utilizar unas redes de distribución muy extendidas y llegar prácticamente a todas las regiones de Rusia. Se incluye a continuación una breve descripción de los principales actores de mueble de oficina:

Felix: se inicia en el mercado de mueble de oficina en 1991. Posee dos fábricas, 14 salones en Moscú (entre los cuales se encuentra el mayor salón especializado en Rusia), 2 en San Petersburgo y 38 en regiones, y más de 450 distribuidores por todo el país. Trabajan con 70 fábricas nacionales y extranjeras. La compañía expone sus productos en las grandes ferias internacionales del sector, ORGATEC (Colonia) e INDEX (Dubai).

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Shatura: grupo creado en 1992, es una asociación de varias fábricas de la región rusa de Satura, la más antigua de ellas creada en 1961. Es líder de mercado en Rusia en la actualidad junto con la compañía Felix. La producción de las fábricas se vende en los 11 salones propios en Moscú y los más de 500 distribuidores en Rusia y las ex-repúblicas soviéticas.

Solo: creada en 1993, distribuye mueble de oficina de clase media y alta. Representantes en exclusiva para el mercado ruso de varias compañías europeas. En la actualidad poseen 5 salones en Moscú, 9 en grandes ciudades, y 80 distribuidores oficiales en regiones. Poseen una fábrica conjunta con una empresa italiana desde 1998. En la actualidad, 80% del mueble que comercializan es importado de Europa y EEUU.

Yunitex: compañía establecida en 1993. Tienen fábricas propias, y distribuyen mueble nacional e importado. Su red minorista incluye 6 salones en Moscú y 10 en regiones, además de trabajar con numerosos distribuidores locales.

Fronda: fundada en el año 1992, poseen en la actualidad más de 50 salones en la capital y regiones, además de dealers locales. No poseen producción propia, se dedican exclusivamente a la distribución de mueble de oficina de estilo clásico y moderno procedente de Europa y Asia.

Kraft: desde 1993 en el mercado de mueble de oficina, desde el año 2000 también distribuyen mueble de hogar. Poseen una fábrica propia en la región de Moscú, 6 salones en Moscú y una amplia red regional. Distribuyen en exclusiva a varias compañías italianas.

Podemos hablar de tres grandes tipos de tienda al público en Rusia:

1. Grandes superficies especializadas, pertenecientes a una sola entidad. Todavía en minoría muy clara, en Moscú hay pocas tiendas de este tipo. *IKEA* es la más representativa. Normalmente actúan como importadores y minoristas, simultáneamente.
2. Grandes almacenes, generalmente especializados en mueble y que suelen utilizar el sistema *shop in shop*. Este tipo de punto de venta al público ha sido de los últimos en aparecer, pero es el que se está desarrollando con más vigor en las grandes ciudades. Igualmente, no es frecuente encontrar tiendas de mueble de oficina en estos centros, sino, como mucho, *home office*. En Moscú, destaca el centro *Grand*, ubicado en las afueras de Moscú, muy cerca de *IKEA*.
3. Tiendas especializadas. Son similares a las que podríamos encontrar en España. Algunas, pertenecientes a una sola empresa (generalmente con capacidad para importar), forman una cadena; otras, en cambio, son independientes y se proveen de mayoristas.

En las regiones, sin embargo, la tienda independiente, que se provee de fabricantes rusos, y ocasionalmente de los distribuidores moscovitas (o de San Petersburgo, donde *Kabinet* es el

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

más importante), es todavía el caso más frecuente. Con anterioridad a la crisis de 1998, la única cadena existente en las regiones próximas a Moscú era la de *Fronza*; tras la paralización a que condujo la crisis, la pequeña red de *Fronza* continuó expandiéndose, pero ya con la compañía, al menos, de *Solo* y de *Felix*. Entre los productores no importadores, *Kambio* también dispone de su propia red.

IKEA, con una sección importante dedicada al “home office” abrió su primera tienda en marzo de 2000 en Moscú, y la segunda al año siguiente, dentro de un enorme centro comercial “Mega”, con una superficie comercial de 120.000 metros cuadrados. Actualmente tiene tres tiendas en Moscú, una en San Petersburgo y otra en Kazán, ciudad que eligió para comenzar su expansión regional. Tiene prevista la apertura de tres nuevos centros en 2006, en Yekaterimburgo, Nizhni Novgorod y nuevamente en San Petersburgo.

La apertura de centros comerciales, casi siempre con tiendas dedicadas al mueble, es ya frecuente y, como casi todo lo que hacen los rusos, a lo grande. En San Petersburgo el centro más importante es *Mebel-City*, inaugurado en diciembre de 2002. Se trata de un proyecto ruso-alemán, en el que podemos encontrar tanto mueble de fabricación nacional como importado, de todo tipo, desde hogar hasta mueble de colectividades y de oficina. A medida que el poder adquisitivo en otros lugares aumenta por encima de un determinado nivel crítico, dichas tiendas empiezan a aparecer en otras ciudades rusas. Así, en Kazán, ha surgido a las afueras de la ciudad un gran centro dedicado al mueble que, según la intención declarada de sus directores, aspira a ser como “Grand” en esa ciudad del Volga.

De todos modos, cabe mencionar que el progresivo fortalecimiento de las grandes superficies afecta de una forma más directa al mueble de hogar y más tangencialmente al mueble de oficina (que estaría sobre todo representado a través del *home office*), cuyo punto de venta por excelencia sigue siendo el salón especializado.

En cualquier caso, las perspectivas de futuro son mejores para los dos primeros tipos de tienda.

5. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.

En el caso del producto español, resulta difícil llevar a cabo una estrategia de distribución diferente a la actual, y ello por las siguientes razones:

1. La estrategia actual supone que son los intermediarios rusos los que principalmente realizan la promoción del producto español. Esto implica esfuerzos aislados que en muchos casos no logran transmitir una imagen adecuada del producto, y principalmente, que se deja la promoción y la creación de dicha imagen en manos de los distribuidores. Hoy en día, una de las opciones que parece más factible es la de tratar de crear, al modo que han hecho los italianos, una imagen única y conjunta del mueble español.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

2. Los costes asociados sólo harían rentable pasar a la distribución directa en caso de que pudieran alcanzarse grandes volúmenes de ventas. Sin embargo, la colaboración con algún distribuidor local de importancia podría ser tomada en consideración, al aunar la experiencia y conocimientos que dan el trabajo sobre el terreno con un mayor control del canal de comercialización por parte de los fabricantes.
3. En cuanto a la cobertura del territorio, si nos centramos en el mueble español de calidad, no tiene sentido ir más allá de la actual estrategia de distribución selectiva –que trata de encontrar el nicho de mercado adecuado-, a una estrategia de distribución intensiva, habida cuenta de que el coste asociado a una cobertura mayor del territorio no guarda proporción con los beneficios que se podrían obtener en la mayor parte de las regiones. Y, sin embargo, al igual que en el punto anterior, sí que sería conveniente buscar una fórmula que permita aprovechar el despertar de las regiones, con una estrategia independiente de las decisiones que tome el distribuidor de Moscú o de San Petersburgo. Tanto más cuanto que los comerciantes regionales, cada vez más, tratan de tener una voz propia, y su proximidad al cliente regional, y en particular al jugoso segmento del cliente corporativo, les convierte en un elemento sumamente importante.
4. Los costes asociados sólo harían rentable pasar a la distribución directa en caso de que pudieran alcanzarse grandes volúmenes de ventas, lo que en la situación actual es imposible.
5. En el sector de la alta dirección, podría intentarse acceder a los importadores de mueble de hogar que lentamente van apareciendo, con lo que se tendría acceso a proyectos regionales que, en ocasiones (empresas explotadoras de recursos naturales, oficinas gubernamentales), pueden ser de gran envergadura.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. LA DIVERSIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La economía de la época soviética estaba basada en el postulado de la absoluta prevalencia de los sectores relacionados con la producción de bienes industriales frente a los bienes de consumo. El crecimiento de la inversión en estos sectores debía crecer más rápidamente de lo que lo hacía el consumo privado. Esto llevó a una economía enormemente desequilibrada, con un sector industrial al que se dirigían todas las inversiones, haciéndolo ineficiente, y un sector de bienes de consumo con apenas inversiones, incapaz de satisfacer las demandas de la población.

A partir de la disolución de la URSS, y especialmente tras la crisis de 1998, la Federación Rusa ha sufrido una serie de cambios estructurales en los últimos años, que han alterado de forma significativa los patrones de consumo de la población. Frente a la situación existente en el período soviético, con una oferta muy poco o nada diferenciada, que actuaba como si se encontrara frente a un consumidor monolítico, la pluralidad de oferta ha permitido la manifestación de distintos tipos de consumidores.

Aunque el único productor en el período soviético, el Estado, actuaba guiado por una ficción igualitaria de que el ciudadano soviético debía tener unos mismos gustos y, por tanto, ser servido con unos mismos productos, lo cierto es que los segmentos del mercado existían y sólo esperaban una oportunidad para ponerse de manifiesto. La oportunidad llegó con los primeros años noventa, en que empiezan a aparecer los primeros productos procedentes del extranjero. En la medida en que sus posibilidades se lo permitían (y a algunos se lo permitían en gran medida), muchos rusos desecharon los bienes de consumo que el Estado había puesto a su disposición, y se lanzaron a la adquisición de bienes de consumo importados, y ello por tres razones básicas:

- En primer lugar, debido a la claramente superior calidad de la producción importada, desde cualquier punto de vista, pero principalmente por el diseño y acabado superiores, unido además al hecho de que la producción nacional era incapaz de satisfacer una demanda cada vez mayor de bienes de calidad.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

- En segundo lugar, por el prestigio asociado a la producción de importación, frente a la percepción de lo nacional como de baja calidad.
- Finalmente, por la mejor adaptación de la oferta procedente del extranjero a los distintos gustos de los consumidores rusos, adaptación que era incapaz de realizar la industria rusa.

2. DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA. ESTRUCTURA DE INGRESOS Y GASTOS DE LA POBLACIÓN.

2.1. La distribución de la renta en la Federación Rusa.

La distribución de la renta en Rusia es muy desigual: el 10% más rico de la población disfruta de una renta 45 veces superior a la del 10% más desfavorecido. En Rusia, la renta media por persona asciende a 2600 dólares al año, aunque en Moscú y San Petersburgo los salarios suelen ser más elevados. Así, el salario medio de los moscovitas se sitúa en 625 dólares al mes, mientras que la media nacional ronda los 325 dólares.

La clase media en la Federación Rusa es difícil de definir, ya que éste es un concepto que hasta hace poco tiempo era difícilmente aplicable en este país. Además, hay grandes diferencias entre las grandes ciudades, Moscú y San Petersburgo, y las regiones. Dependiendo del baremo que consideremos para definirla, nos encontraremos con distintos resultados. Basándonos en los ingresos en 2005, según la consultora MARKETOLOGI, podemos establecer la siguiente clasificación:

Tabla 6. Ingresos de la población rusa en 2005

	Familias	Habitantes	Ingresos familiares (en dólares / mes)
Ricos	50000	135000	mas de 7500
Clase alta	350000	1 mill.	2500-7500
Clase media-alta	2 mill.	5'4 mill.	1000-2500
Clase media	6 mill.	16'2 mill.	500-1000
Clase baja	10 mill.	27 mill.	250-500
Pobres	10 mill.	27 mill.	150-250
Muy pobres	24 mill.	63'5 mill.	menos de 149

Fuente: MARKETOLOGI

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

- El segmento alto de la población puede permitirse la compra de productos de importación. La calidad es en este caso un elemento absolutamente determinante en la decisión de compra, y un precio alto o muy alto no juega generalmente un papel disuasorio. Pertenecen a este segmento alto 400.000 familias, cuyos ingresos mensuales superan los 2.500 dólares al mes.
- El segmento medio está formado por la nueva clase media de profesionales liberales y del sector servicios, los cuales disponen de un creciente poder adquisitivo que les permite adquirir productos de importación. Dentro de este segmento incluimos un total de 8 millones de familias, con ingresos entre 500 y 2500 dólares. Dentro de esta categoría podemos establecer la separación entre clase media (16'2 millones de personas), con ingresos de entre 500 y 1000 dólares mensuales, y clase media-alta, compuesta por 5'4 millones de habitantes, con ingresos de entre 1000 y 2500 dólares al mes.

Considerando las clases media-alta y alta, con un poder adquisitivo considerable, y teniendo en cuenta el alto porcentaje de sus salarios que los rusos destinan al gasto, nos encontramos con 6'5 millones de rusos susceptibles de comprar productos de importación, en los que la calidad y la imagen son más importantes que el precio. Si incluimos también la clase media, con ingresos más modestos, pero todavía susceptibles de consumir ciertos productos de importación, obtenemos un total de 22'5 millones de habitantes.

Aunque la renta per cápita está aumentando rápidamente en toda Rusia, es importante tener en cuenta que en los últimos años el crecimiento de estas nuevas clases medias está siendo mucho más rápido en las regiones.

- Aunque los ingresos la población rusa crecen a buen ritmo año tras año, el segmento más bajo aún no está en condiciones de adquirir bienes importados de Europa Occidental. Estaríamos hablando de familias con ingresos por debajo de los 500 dólares mensuales. Normalmente, es el producto ruso el dirigido a este grupo de población, y tiene que hacer frente a la competencia de los fabricantes de Europa Oriental y del Sudeste Asiático.

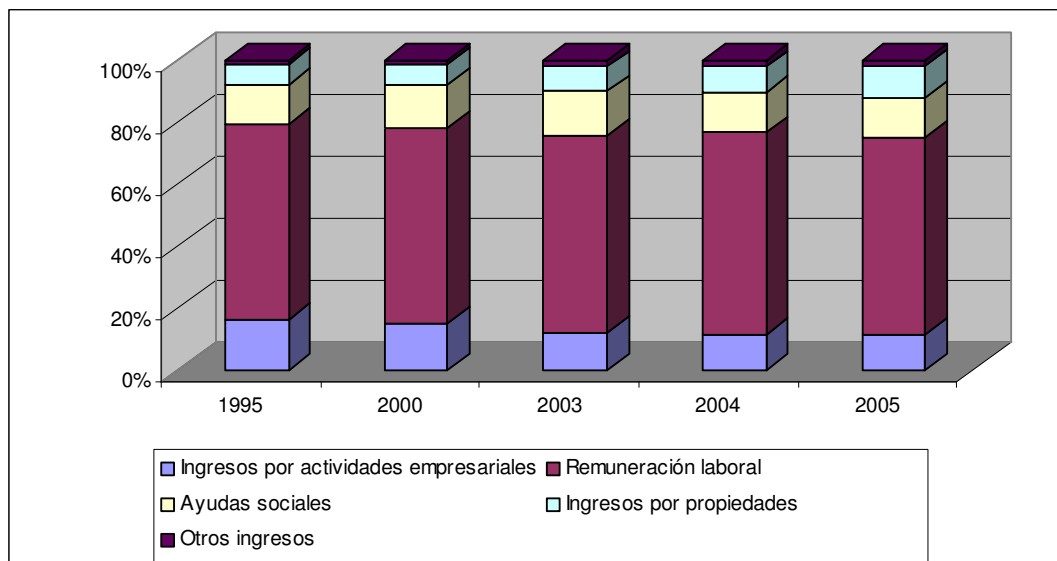
2.2. Estructura de ingresos y gastos de la población.

Resulta interesante evaluar cómo las transformaciones de todo tipo ocurridas en Rusia a lo largo de los últimos quince años han afectado a las fuentes de renta de la población y a su gasto. Las fuentes de ingresos, en particular, sufrieron un cambio muy importante, como podemos deducir de la comparación entre las fuentes de ingresos de la población a partir de la caída de la Unión Soviética.

Las fuentes de ingresos han sufrido transformaciones importantes en los últimos quince años, como podemos ver en el siguiente gráfico:

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Gráfico 15. Fuentes de ingresos de la población



Fuente: Servicio Federal de Estadísticas

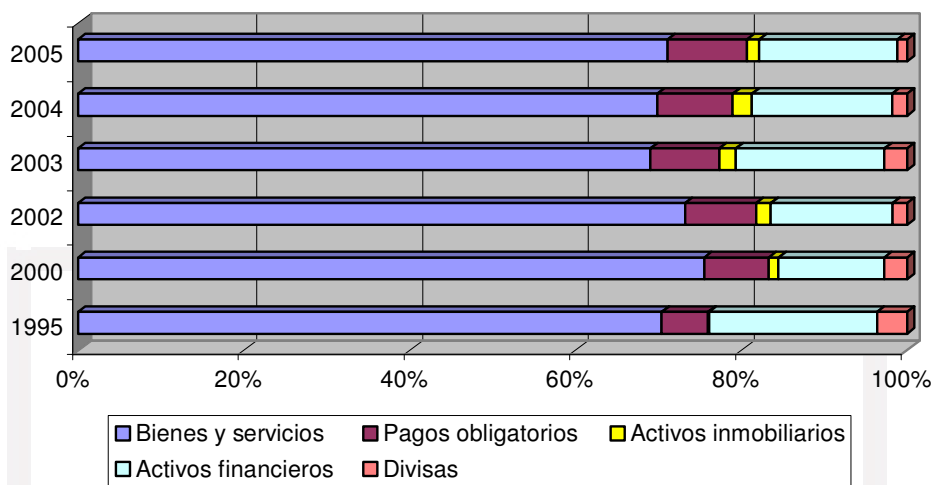
Para nuestro análisis es muy significativo el gran aumento que ha experimentado el apartado de ingresos procedentes de actividades empresariales y profesionales, que en la Unión Soviética eran un porcentaje insignificante (y tenían lugar en los pequeñísimos espacios destinados a la iniciativa privada en la agricultura, no propiamente en oficinas), y que han aumentado considerablemente en los últimos años, situándose todavía lejos de lo que es habitual en España, pero multiplicando varias veces su incidencia en la estructura de ingresos. También se observa un claro aumento de las rentas de la propiedad, igualmente limitadas en la época soviética.

En términos nominales los ingresos de la población han crecido de manera ininterrumpida, sin embargo, en términos reales, éstos han experimentado cambios significativos. Se observa una fuerte disminución de los ingresos durante la crisis del año 1998 y durante el año siguiente. No obstante, a pesar de la elevada inflación, que ronda el 9% anual, en los últimos años éstos han crecido de manera muy fuerte, superando los niveles existentes antes de la crisis. Es de esperar que esta tendencia se mantenga, junto con otras que analizaremos seguidamente. Es significativo el hecho de que en los últimos años el porcentaje de población cuyos ingresos no superan los \$50/mes está disminuyendo rápidamente. En los últimos 3 o 4 años, el consumidor medio ruso, por primera vez desde la crisis, está empezando a notar una mayor estabilidad, lo que ha llevado a una alteración en los patrones de consumo. Esto ha originado no sólo un aumento del consumo, sino también de los ahorros.

La estructura de gastos ha experimentado asimismo cambios importantes, como podemos observar en el siguiente cuadro, que refleja las variaciones de los mismos en los últimos años.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

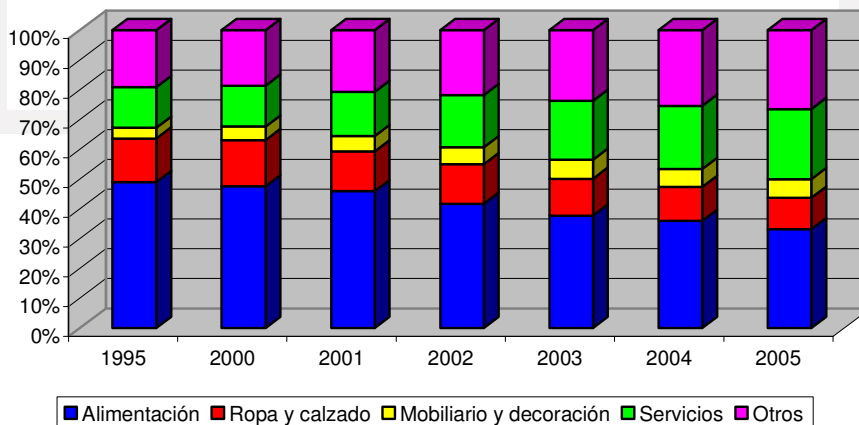
Gráfico 16. Evolución de la estructura de gastos de la población rusa



Fuente: Servicio Federal de Estadísticas

Los datos se presentan en porcentaje sobre el total para evitar la incidencia de la tasa de inflación, especialmente alta en Rusia en los primeros años noventa. Se observa que el porcentaje de renta disponible destinado al consumo es altísimo, y permanece estable en los últimos años en torno al 70%. Llama la atención la presencia de partidas como "compra de divisas", que en los primeros años noventa sirvió de refugio frente a la elevadísima inflación. El porcentaje de gasto en dicha partida parece haberse reducido en los últimos años, probablemente debido a la mayor estabilidad del rublo. A grandes rasgos, el gasto en bienes y servicios en los últimos años es el siguiente:

Gráfico 17. Distribución del Gasto de los Hogares



Fuente: Servicio Federal de Estadísticas

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Como se puede observar en el gráfico, se ha producido una redistribución en el reparto del gasto de los hogares. Así, se observa que el gasto destinado a alimentación ha disminuido, mientras que aumenta, sobre todo, el destinado a servicios.

El consumo de mobiliario y decoración también aumenta paulatinamente, aunque lo hace mucho más moderadamente que el gasto en servicios.

2.3. Hábitos de consumo

Cada año la clase media rusa aumenta sus filas con cientos de miles de personas que incorporan los valores y hábitos de consumo propios de una clase social “acomodada”. Además, los rusos se caracterizan por tener una tasa de ahorro muy baja, destinando al consumo un porcentaje muy elevado de sus ingresos.

Para entender mejor el comportamiento de los consumidores rusos actuales es importante conocer la historia más reciente del mercado de bienes de consumo en el país. Durante las décadas de los años 70 y 80, la Federación Rusa sufrió una escasez de muchos productos de consumo. Para ser exactos, sí que existía producción local de este tipo de bienes, pero su calidad y diseño estaban muy lejos de satisfacer las necesidades de los consumidores. La demanda de productos de alta calidad y con una estética atractiva creó una clase especial de comportamiento del consumidor, dando un valor muy especial a la posesión y a la compra de este tipo de productos. Sin embargo, a pesar de la gran demanda por los productos importados, éstos eran muy escasos en el país hasta 1990.

La situación permaneció así hasta la *Perestroika*, en que comenzó la entrada de toda una nueva variedad de artículos que eran aceptados por el público con gran ansiedad. Con liberalización del mercado, a principios de los años noventa, empezaron a entrar en el país numerosos productos importados. Sus marcas no eran conocidas por los consumidores, por lo que el consumidor no otorgaba un mayor valor a un producto por su marca, sino que los consumidores se guiaban por otros criterios para determinar su calidad, como el país de procedencia y el precio del producto. Otra nota característica de esta etapa fue la frivolidad con la que todos aquellos ciudadanos de renta alta gastaban su dinero, en parte por la importancia que se concedía a la ostentación en público para mostrar la clase social a la que se pertenecía.

Hoy en día, los nuevos consumidores rusos que han pasado a formar parte de la clase media en buena medida tienden a actuar como los “nuevos rusos” de los primeros años noventa. Se comportan como aquellos recién llegados al consumo. Es decir, muchas veces tienen predilección por los productos más caros e importados, de tal manera que con frecuencia se rechaza la producción nacional, considerada como de mala calidad o con un diseño pobre. Por esta razón, es frecuente ver la nacionalidad de origen junto a la marca del producto.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Otra consecuencia del dinamismo en la incorporación de nuevas capas a la clase media, es la importancia que confieren los consumidores, además de a demostrar su nueva posición social, a diferenciarse de los recién llegados, prefiriendo todo aquello que pueda llamar la atención en este sentido.

No obstante, los consumidores cada vez están mejor informados, y poco a poco se van guiando por los criterios de compra que rigen en Europa occidental. Las marcas internacionales más conocidas también lo son en Rusia, y se les otorga la misma importancia que en el resto de países. A la hora de tomar la decisión de compra, se empieza a tener más en cuenta el fabricante y no sólo el país de origen, ya que el conocimiento sobre la oferta que hay en el mercado es mucho mayor. La tendencia dominante es hacia una mayor sofisticación de los hábitos de consumo.

2.4. Hábitos de consumo de mueble de oficina

En la situación actual de crecimiento, la demanda de mueble de oficina aumenta. Cada vez con más frecuencia, los productores rusos (incluyendo los de mueble de hogar) prestan mayor atención a este sector, que, según diversas opiniones, permite unos márgenes de entre el 15% y el 35%, significativamente superiores a los que deja la producción de mueble de hogar. Y eso a pesar de que muchos de los componentes del mueble de oficina son de importación.

Se considera que las principales empresas rusas cambian su mobiliario una vez cada tres años, aunque esta tendencia general baja enormemente cuando hablamos de compañías no tan punteras, siendo la media de entre 6-7 años. Para el caso de los pedidos gubernamentales, que durante el año 2003 aumentaron un 30%, hay que tener en cuenta que esta demanda está sujeta a las previsiones presupuestarias de cada año, y por lo tanto, se trata de una demanda muy inestable. El segmento más dinámico hoy en día es el de mueble de oficina de precio medio.

Prácticamente todos los analistas destacan el conservadurismo en gustos del empresariado ruso, una circunstancia nada difícil de detectar incluso a primera vista. Siguen estando de moda los muebles oscuros, de gran tamaño, que ocupan incluso despachos de escasas dimensiones. Los empresarios que, ya sea por rango o por posibilidades económicas, carecen de la posibilidad de costearse mueble italiano o alemán de alto nivel, buscan algún sustitutivo de estilo parecido en Europa Oriental. En el mueble de oficina el estilo que tiene una mayor aceptación es el clásico, sobre todo en las regiones, donde apenas se puede encontrar mueble de estilo moderno, aunque cada vez más se buscan muebles funcionales, móviles y ergonómicos, que permitan trabajar con comodidad. Según los expertos, más del 70% del mueble de fabricación rusa que se vende es de estilo clásico.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

En cuanto al mueble moderno, tiene cada día una mayor aceptación en Rusia. Sin embargo, sigue siendo minoritario. El gran desarrollo empresarial vivido por las grandes urbes rusas ha propiciado el aumento de fabricantes como distribuidores de mueble de oficina de estilo moderno. El estilo *high-tech* también ha empezado a implantarse en Rusia, y el mueble de oficina de estilo clásico va quedando cada vez más confinado a los despachos de alta dirección de la empresa, frente a la mayor funcionalidad para el resto de puestos de trabajo en una empresa.

El segmento, por lo tanto, al que se dirige principalmente el mueble moderno es el de las empresas privadas. Hay que tener en cuenta que hoy en día prácticamente cada empresa de nueva constitución o que estrena sede va a tener una propensión a elegir mueble moderno para la mayor parte de sus espacios, sobre todo en estos tiempos en que las empresas rusas cada vez más se fijan en las grandes tendencias internacionales y empiezan a mostrar un mayor interés por alcanzar los estándares occidentales en varios aspectos de su trabajo, incluida la decoración de sus oficinas y tiendas.

La demanda de mueble de alta dirección está actualmente bastante estabilizada. Está compuesta por dos elementos básicamente: muebles macizos de madera de alta calidad y de precio elevado, o bien muebles de diseño ultramoderno. Este segmento está prácticamente copado por el mueble de importación, ya que el ruso no es competitivo tanto en calidad y diseño, como en precio.

En lo que a mueble para puestos de trabajo de oficinistas se refiere, como se ha comentado, se prefiere el mueble de fabricación nacional, pues es más barato. No obstante, la escasez de espacio para oficinas, al menos en Moscú, ha llevado a muchas empresas a organizar los puestos de trabajo en espacios abiertos, donde apenas hay despachos, y los puestos de trabajo se dividen con separadores. En estas circunstancias, priman, de nuevo, diseños algo más modernos, con muebles ergonómicos.

Un segmento del mueble de oficina que todavía se encuentra relativamente libre es el del "*home office*". Este mercado, y en lo que se refiere a mesas y armarios para ordenador, tiene importancia, ya que durante el año 2003 el 46% de las mesas de ordenador y el 26% de los armarios fueron adquiridos por personas privadas. El problema que existe en este nicho, no obstante, es la poca implantación que tienen hoy en día las tecnologías relacionadas con el ordenador, como puede ser Internet. No obstante, las perspectivas de desarrollo de las mismas son optimistas, con lo que cuando aumente su utilización es previsible que aumente también la demanda de mobiliario destinado a las mismas.

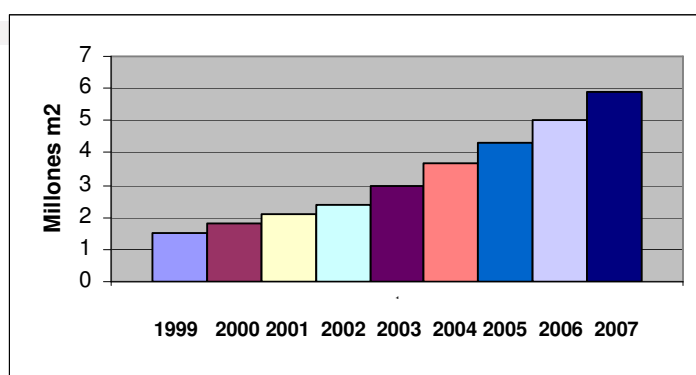
2.5. Perspectivas. Construcción de Oficinas

El siguiente gráfico recoge, en miles de metros cuadrados, la superficie de oficinas construida desde 1999. Se aprecia un veloz crecimiento.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

La crisis financiera de 1998 en Rusia afectó grandemente a este sector, sumiéndolo en una crisis que ha ido superándose paulatinamente. Actualmente, se estima que en Moscú se vuelve a los niveles de crecimiento anteriores a 1998, mientras que éste aumenta progresivamente en las regiones, hasta el día de hoy. Se prevé que la misma tendencia se mantenga durante el próximo quinquenio.

Gráfico 18. Evolución y perspectivas de la construcción de oficinas en Moscú.



Fuente: *Colliers International*¹¹

Colliers International, consultora inmobiliaria multinacional, prevé en su estudio que en el futuro próximo la construcción de oficinas podría desplazarse a San Petersburgo y otras ciudades, donde, en la actualidad, el espacio dispuesto es escaso y de pésima calidad. En Moscú, en cambio, aunque la demanda supera aún claramente la oferta, es posible encontrar oficinas de alto nivel, si bien a un precio igualmente muy alto. Hay que tener en cuenta igualmente que en Moscú (a diferencia de otras ciudades de Rusia, en particular San Petersburgo) está prohibido establecer oficinas en edificios residenciales, lo que aumenta en gran medida las rigideces del mercado inmobiliario y lo divide de hecho en dos mercados mucho menos permeables que en Europa Occidental.

Por otra parte, es necesario tener en cuenta que en 2007 el mercado de construcción de oficinas se verá fuertemente afectado por la conclusión del proyecto *Moskva-City*, que aportará dos millones de nuevos metros cuadrados a la oferta de oficinas moscovita. Fuentes oficiales han señalado también que tras la conclusión de este gran proyecto no se podrán construir más locales de oficinas en el centro de la capital, existiendo entonces la posibilidad de renovar los locales ya existentes, pero no de construcción de nuevas obras para este fin.

¿Cómo se traduce lo arriba expuesto en forma de estrategias de mercado? Podemos dar algunas pautas principales, con independencia de las circunstancias particulares de cada empresa:

¹¹ Real Estate Review, Moscow, 2006

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

1. No puede tener mucho sentido promover la entrada de mueble de nivel bajo. Los éxitos que puedan obtenerse a corto plazo no compensan las pérdida de imagen que sufriría la oferta española en general. Por otra parte, el arancel ruso está pensado para penalizar la entrada de mercancías de bajo nivel. Además, cada vez más la producción rusa de mueble de oficina se acerca a niveles de calidad mínimamente aceptables.
2. El mercado más interesante seguirá siendo seguramente el de los proyectos de alta dirección, en particular los de las grandes compañías rusas relacionadas con el sector de la energía y las telecomunicaciones, para alcanzar los cuales es necesario contar con un buen importador-agente.



ICEX

V ■ ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

Hay que empezar este apartado señalando que no hay en Rusia ninguna feria dedicada específicamente al mueble de oficina. Existe sin embargo un número muy abundante de ferias y exposiciones, nacionales e internacionales, a lo largo del territorio de la Federación Rusa dedicadas al mueble en general. Sin lugar a dudas, la más importante entre estas es "Mebel", que se celebra anualmente en Moscú a mediados de noviembre. Le sigue en importancia "Evroexpomebel", que igualmente se celebra en Moscú con periodicidad anual, a mediados de mayo. Se celebran asimismo algunas ferias en Moscú de carácter menos internacional.

En San Petersburgo, la feria más importante es *Fidexpo*, que se celebra anualmente a mediados de febrero. En muchos centros regionales de importancia existe feria del mueble, generalmente de forma conjunta con otros sectores de interior. Así ocurre en ciudades como Novosibirsk, Nizhny Nóvgorod, Yekaterimburgo, Cheliábinsk, Krasnodar o incluso Tver, aunque la importancia de estos eventos para un actor internacional es nula, puesto que los principales actores regionales asisten a las grandes ferias de mueble de Moscú y Petersburgo, e incluso en muchos casos a ferias internacionales (Milán, Valencia y otras).

Se adjuntan a continuación fichas de ferias de mueble celebradas en los últimos meses:

MEBEL	
NOMBRE DEL CERTAMEN	Mebel
EDICIÓN	Decimooctava (2006)
FECHAS DE CELEBRACIÓN	21 a 25 de noviembre de 2006
SECTORES	Mueble de hogar, oficina, cocina, textiles para el hogar
ORGANIZADORES	ZAO Expocentr

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

	http://www.expocentr.ru
PRÓXIMA EDICIÓN	12 a 16 de noviembre de 2007

La feria Mebel es la feria más importante del sector del mueble de interior. Se celebra anualmente en recinto ferial de Krasnaya Presnya, y lo ocupa totalmente, resultando una superficie de exposición de 44.000 metros cuadrados, con una considerable lista de espera, lo que no es frecuente en las ferias rusas.

La edición de 2006 contó, como ocurre desde la de 1996, con un Pabellón Oficial del ICEX, en el que participaron 52 empresas españolas de mueble de hogar y de textil para el hogar.

La Feria contó con aproximadamente 2.500 expositores, de los que aproximadamente la mitad eran rusos y los demás de hasta 26 países diferentes. Según fuentes de la organización, la feria fue visitada por 95.000 personas durante los cinco días de celebración de la misma.

La feria tiene bastantes perspectivas de mantener su posición. Sus competidores en Moscú están claramente por debajo, tanto en nivel de servicios como de calidad de los visitantes.

EVROEXPOMEBEL

NOMBRE DEL CERTAMEN	Evroexpomebel
EDICIÓN	Decimoquinta (2007)
FECHAS	15 a 19 de mayo de 2007
SECTORES	Mueble de hogar, de oficina, textil para el hogar, componentes del mueble
ORGANIZADORES	MVK http://www.eem.ru
PRÓXIMA EDICIÓN	14 a 18 de mayo de 2008

Se trata de la segunda feria en importancia en Moscú y, en general, en la Federación Rusa, después de Mebel. A diferencia de ésta, no hay pabellones oficiales, pero hay mucha mayor abundancia de distribuidores rusos que presentan mueble de importación.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Esta feria suscita un interés más local e interregional que internacional. Entre los participantes rusos hay que destacar la presencia de importantes fábricas y distribuidores de mueble: "Shatura", "Katyusha", "8 Marta", Pushe, Anderson.

En 2007 la feria de EUROEXPOMEBEL se celebró por tercera vez en el nuevo recinto ferial de KROCUS-EXPO, que actualmente dispone de una capacidad de unos 43,900m². Este nuevo recinto ferial dispone de unas instalaciones más modernas, las cuales satisfacen las exigencias internacionales y se pueden considerar aceptables para la celebración de ferias internacionales.

La participación española se reducía a unas pocas empresas, aunque es frecuente ver producto español, ya que los principales importadores de textil para el hogar y de componentes para la industria del mueble participan con stand propio. La feria se beneficia de la saturación de Mebel, que muchas veces ofrece a los demandantes de espacio ubicaciones y condiciones poco atractivas.

MEBELNII CLUB

NOMBRE DEL CERTAMEN	Mebelnii club
EDICIÓN	Segunda (2006)
FECHAS DE CELEBRACIÓN	8 a 12 de noviembre de 2006
SECTORES	Mueble de hogar y de oficina
ORGANIZADORES	www.mebelclub.com
PRÓXIMA EDICIÓN	6 a 10 de noviembre de 2007

Durante los días 8 a 12 de Noviembre de 2006 tuvo lugar en el moscovita recinto ferial de Krokus Expo la segunda edición de la feria Mebelnii Klub.

La misma, a pesar de celebrarse por primera vez, logró reunir a más de 500 compañías productoras de mueble y componentes de éste. La gran mayoría de compañías presentes eran de origen ruso, si bien, también participaron en esta primera edición de "Mebelnii Klub", distintas empresas italianas, españolas, holandesas, finlandesas, y chinas, entre otros países.

La exhibición ocupó prácticamente ambos pabellones del recinto ferial "Krokus Expo", totalizando unos 45.000 m², y abarcó todos los ámbitos del sector: mueble de cocina, mueble tapizado, mueble de oficina, mueble de diseño, componentes...

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Así, la segunda edición de la feria fue un claro éxito, ya que, según los organizadores, esta fue visitada por más de 90.000 personas durante los cinco días de desarrollo de la misma.

Por otra parte, y según la misma organización, el valor añadido en esta feria lo aportan las distintas conferencias, seminarios y mesas redondas realizados paralelamente a la misma, en los cuales se trataron diferentes problemas y tendencias del sector.

No obstante, es necesario hacer notar que la Feria aún tiene cierto carácter regional y no está a la altura de sus más directas competidoras (Mebel y Euroexpomebel).

MINSKY MEBELNY SALON

NOMBRE DEL CERTAMEN	Minsky Mebelny Salon (Минский Мебельный Салон)
EDICIÓN	Decimotercera
FECHAS DE CELEBRACIÓN	24 a 28 de abril de 2007, en Minsk (Bielorrusia)
SECTORES	Mueble de hogar, cocina y oficina, componentes para muebles.
ORGANIZADORES	Expoforum 220036, Bielorrusia, Minsk, ul. Chelyuskintsev, 15 Tel.: +375 17 299 82 99 Mail: info@expoforum.by http://www.expoforum.by
PRÓXIMA EDICIÓN	Abril 2008

La decimosegunda edición del Salón del Mueble de Minsk tuvo lugar en Minsk (Bielorrusia) entre el 5 y el 8 de abril de 2006. Participaron en el certamen un total de 80 empresas, prácticamente todas bielorrusas. La superficie del pabellón ferial, de 1600 m², es bastante similar a la de las últimas ediciones, igual que el número de participantes. La organización estima el número de visitantes en 12.000.

La feria es el principal certamen del sector del mueble e interior en la República de Bielorrusia, en la que la producción de mueble de hogar está experimentando un importante incremento. Básicamente, los expositores eran fabricantes locales, con una interesante presencia de empresas conjuntas (con capital extranjero), y bastantes productores de materiales para la fabricación de mueble.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Bielorrusia forma una unión aduanera con Rusia, por lo que sus intercambios comerciales no están sometidos al pago de aranceles, ni de ningún control fronterizo. En una etapa posterior, está previsto que se forme un país, existiendo actualmente una "Unión" de contenidos todavía más teóricos que reales.

La producción de mueble de Bielorrusia es de mayor calidad que la rusa, de forma bastante clara. Predomina el estilo clásico, con un diseño que podríamos considerar pasado de moda, pero los materiales y el acabado son por lo general mucho mejores que en el caso ruso. En cualquier caso, ambos países forman en la práctica un sólo mercado.

La Asociación Rusa de Productores de Mueble esgrime como uno de sus argumentos para reclamar mayor protección arancelaria frente al exterior el caso bielorruso, cuyos fabricantes de mueble venden con mucho éxito en Rusia (al igual que hay fabricantes rusos que, igualmente, venden en Bielorrusia). La asociación rusa acusa a los fabricantes bielorrusos de recibir ayudas y subvenciones en su estado, lo que les permite competir mejor en un mercado, como el ruso, totalmente desprotegido frente a ellos.

En Bielorrusia hay muy poca presencia de mueble de importación, y la escasa que hay está concentrada en la capital, Minsk, donde existen algunas tiendas que, junto a fabricantes locales, empiezan a ofrecer mueble italiano (y muy excepcionalmente de otras procedencias, pero no mueble español), casi siempre de estilo clásico. Existen empresas conjuntas comerciales, con capital italiano, y también hay exportadores italianos que dejan mueble a comisión.

B. Listado de publicaciones de interés

El panorama editorial en el sector del mueble en la Federación rusa suele sorprender al visitante extranjero por su gran calidad, muy lejana al relativo atraso en que se supone al país. Las principales publicaciones son impresas en Finlandia u otros países extranjeros, aunque progresivamente hay una tendencia a realizar dichos trabajos en Rusia, tienen una calidad de impresión sobresaliente, contenidos interesantes y un sorprendente bajo precio. Por el contrario, las inserciones publicitarias son muy caras.

Una de las mayores dificultades por las que pasan estas publicaciones es que difícilmente pueden encontrar en Rusia la calidad de impresión que necesitan, y que la impresión en el extranjero, fundamentalmente en Finlandia, eleva enormemente sus gastos, a pesar de que están exentas de aranceles. No es de extrañar, por lo tanto, que algunas entiendan Internet como una manera de reducir costes, sin afectar a su difusión.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Tabla 7. Publicaciones del sector del mueble

PUBLICACIÓN	EDITORIAL	DESCRIPCIÓN	DIRECCIÓN	EJEMPLARES ANUALES	TIRADA	Nº LECTORES (FEDERACIÓN RUSA)	Nº LECTORES (MOSCÚ)	PRECIO DE VENTA MINORISTA (RUR)	PRECIO DE INSERCIÓN PUBLICITARIA (USD)
Architectural Digest	'Conde Nast'	Edición internacional. Es una publicación mucho más diversificada y enfocada hacia el sector del lujo, incluyendo arquitectura, viajes. Publican proyectos interesantes. Entre sus lectores hay especialistas en diseño y consumidores potenciales con ingresos altos.	125009 Moscú, Ul. Dmitrovka Bolshaya, Dom 11, Et.10 Tel: +7 (095) 7455565 Fax: +7 (095) 7770026 okosyreva@admagazine.ru	10	50 000	--	51.6	114	8 600
Archidom (Архидом)	Zholtye Stranitsy "Желтые страницы"	Es una edición general, que se dedica a los temas de decoración, arquitectura y construcción. Concepto: "fuente de ideas para decoración de la casa". Incluye un catálogo, Elit Dom sobre los mismos temas pero desde una perspectiva más elitista. Una de las más populares; destinada a la clase alta, media-alta.	113184 Moscú, Ul. Bolshaya Tatarskaya, Dom 35, Korp.3 Tel: +7 (095) 9519680 Fax: +7 (095) 9535465 info@archidom.ru www.archidom.ru	8	40 000	--	52.3	81	5 186
Chetyre Komnati (Четыре Комнаты)	Ed. Salon Press 'Салон-Пресс'	Es otra revista de la casa editorial "Salón Press". Publica materiales sobre arquitectura y diseño de interiores, ambiente, etc.	11703 Moscú, Shvernika 4., T. +7 (095) 232 1366, Fax. +7 (095) 232 6634 lukoyanova@salon.ru	10	30 000	--	--	--	--

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Domovladelets (Домовладелец)	OBRAZ ОБРАЗ	Revista dedicada a todo lo relacionado con la propiedad de una casa. Incluye sección inmobiliaria, de arquitectura, de construcción, y también de diseño de interior.	Moscú, ul. Gostinnaya, d. 3, korpus 11, of. 58. Tel. / Fax: +7 (095) 482-1036, +7 (095) 482-0810, +7 (095) 743-0312. domov@cityline.ru www.domovlad.corp.ru	6	30 000	--	--	--	2000
Dom&Interer (Дом&Интерьер)	Tsentr Dom&Interer Центр Дом&Интерьер	Construcción y decoración. Revista a color para aquellos que quieren comprarse una casa, decorarla o construirla. Otras ediciones: "Dom&Interer. Proyectos" (catálogo) y "Kukhni.Electrodomésticos" (catálogo)	129090, Moscú, Olimpiyskiy Proepekt, Dom 16 Oficina 5008 Tel. (095) 937-78-03 / 933-40-67 Fax: +7 (095) 681-09-86 dom_int@mail.ru www.dom-int.ru	12	50 000	--	--	--	4681
Elle Decor (Эль Декор)	'Hachette Fili- pacchi Shkulev'	Revista que describe nuevas ideas de decoración del interior de lujo, información útil sobre precios y tiendas, entrevistas exclusivas con decoradores. Se dedica a los complementos de decoración del interior, sobre todo a los productos de lujo. <u>Posicionamiento</u> : es una guía de las últimas tendencias de decoración para la gente que busca algo exclusivo.	Moscú, Ul. Myasnitskaya, 35 Tel: +7 (095) 204 1777 Fax: +7 (095) 204 1955 elle@hfm.ru	12	75 000	228.5	107.9	95	7 700
Idey Bashego Doma (Идеи Вашего Дома)	Ed. Salon Press 'Салон-Пресс'	Revista de decoración de clase media-baja con apartados específicos de reparaciones y construcción de interiores. Recomendaciones prácticas de reparación y decoración del interior, novedades del mercado para hogar, descripciones de muebles, equipamiento etc. Es el líder del mercado por lo que se refiere al nº de lectores de 1 número. <u>Posicionamiento</u> : revista para	11703 Moscú, Shvernika 4., T. +7 (095) 232 1366, Fax. +7 (095) 232 6634 lukoyanova@salon.ru	11	24000	859.6	428.1	83	6 900

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

		familias que empiezan las reparaciones de sus casas.							
Interior + Design (Интерьер + Дизайн)	Ed. Ova Press. 'ОВА Пресс'	Empresa en Moscú, la revista lleva muchos años en el mercado y se orienta a la clase media-alta. Por lo que se refiere al № de lectores de 1 número se encuentra en el 2º lugar después de "Idey Vashego Doma". <u>Posicionamiento:</u> revista de calidad media-alta para clientes finales y profesionales del sector. Revista refleja las tendencias y novedades en arquitectura y diseño, proyectos famosos y personas populares, exposiciones internacionales del sector, ideas prácticas para el interior y consejos de diseñadores profesionales.	111250 Moscú. ul. Krasnokazarmennaya, 12, a/ya 8. Tel.: +7 (095) 362-04-67. Fax: +7 (095) 9181449. ovapress@online.ru	12	95 000	629	302.8	94	8 898
Interior Digest (Интерьер Дайджест)	Ed. Salon Press 'Салон-Пресс'	Es una revista especializada sobre arquitectura y diseño de interiores para los hombres. Se orienta a los profesionales del sector y a los clientes finales	11703 Moscú, Shvernika 4., T. +7 (095) 232 1366, Fax. +7 (095) 232 6634 lukyanova@salon.ru	11	20 000	--	46.4	--	5200
Interior Magazin (Интерьер Магазин)	Russkoe Agens'tvo EIDO "Русское Агентство ЭЙ- ДОС"	Revista similar a un catálogo de muebles. Presenta un formato de gran volumen y de calidad intermedia.	Moscú, Shvernika 4, 11703. Tel. +7 (095) 232 1366, Fax. +7 (095) 232 6634 lukyanova@salon.ru	11	--	--	73.9	--	1550
Homes&Gardens (Хоумс энд Гардин)	Ed. Otkrytie Sistemi ИД "Открытые"	Homes&Gardens - la versión rusa de la famosa revista inglesa del interior de las vilas, arquitectura, "life-style", etc. Pertenece a. la casa editorial "Otkryti-	127254, Moscú, ul.Rustaveli, 12 A, stroyeniye 2	11	37 000	30.1	--	--	\$6900

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

денс)	Системы»	ye Sistemi” (revistas "Mir PC", "Stuff", etc.).	Tel. +7 (095) 725-47-80, Fax. +7 (095) 725-47-83 svb@osp.ru http://www.osp.ru/clife/							
Krasiviye Doma (Красивые Дома)	Krasiviye Doma 'Красивые дома'	Revista general y práctica. Publicación que recoge temas de decoración, muebles, materiales de construcción, diseño moderno y clásico, tecnologías modernas y materiales de construcción, 25 ejemplos de mejores proyectos de casas con planos, interiores y fachadas. Además publica Krasiviye Kwartiry (pisos bonitos), Baseiny i Sauny (piscinas y saunas), Kaminy i otoplenie (chimeneas y calefacción), Dereviannye Doma (casas de madera), Lesnitsi i lifty (escaleras y ascensores), Dom i Sad (casa y jardín) y 100 Proektov Kotedzhei (100 proyectos de chalets).	129085 Moscú, Prospekt Mira Dom 101, ctr 1, ofc. 600. Tel: +7 (095) 2878108; Fax: +7 (095) 2878113 adv@houses.ru www.houses.ru	10	60 000	--	149.1	98	4 585	
Krasiviye Kwartiry (Красивые Квартиры)	Krasiviye Doma 'Красивые дома'	Editada por la misma editorial que publica Krasiviye Doma. Es similar a esta, pero concentrada en decoración y diseño de pisos.	129085 Moscú. Prospekt Mira, 101, ofis 600 Tel: +7 (095) 687 8381 Fax: +7 (095) 6878113 adv@houses.ru www.houses.ru	10	80 000	--	103.5	87	2 096	
Kukhni i Vanniye Komnaty Кухни и Ванные Комнаты		Revista especializada en novedades del mercado, tendencias, estilo y diseño, vajilla, electrodomésticos, materiales de reparación de cocinas y baños.	103045 Moscú, Pechatnikov zereulok, 18 – 2 Tel: +7 (095) 9217097, 9213904, 9281758, 9211379, 9212087 Fax: +7 (095) 9217097, 9213904 kvk_magazine@mail.ru	12	70 000	--	--	--	3 056	

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Luchshiy Interieru (Лучшие Интерьеры)	'Warner World Media'	Revista especializada sólo en interiores hogar o colectividades, 30-35 mejores ejemplos de interiores en cada número, ideas nuevas. <u>Posicionamiento:</u> revista de imagen, que presta atención especial a publicación de los mejores proyectos de arquitectura y decoración.	103012, Moscú, Ul.bolshoy cherkasskiy pereulok, 2/10 Tel: +7 (095) 7978939, Fax: +7 (095) 7978939 best@warner.ru www.lui.ru	11	87 000	312.7	145.3	133	6 400
Mezonin (Мезонин)	'Parlant'	Revista importante dedicada principalmente al diseño de interiores, pero que incluye otras secciones como arte, viajes. Publica los mejores ejemplos del diseño, marca las tendencias del mercado hogar (sobre todo en segmento de textil hogar y artículos de decoración), realiza las secciones de fotos por su propia cuenta, ha organizado la Unión de Decoradores del Interior.	117105 Moscú, Varshavskoe Shosse, Dom 5, Korp.1 Tel: +7 (095) 7859502 Fax: +7 (095) 7859509 mezonin@parlant.ru	10	70 000	128.9	105.1	129	6 000
Mebel ot Proisvoditeliya (Мебель от Производителя)	Mebel ot Proisvoditeliya	Es la revista pionera en Internet en Rusia y la que mejor prueba lo dicho anteriormente. Consiste en un catálogo de proveedores de bienes y servicios relacionados con la industria del mueble en Rusia. Su edición impresa estaba confeccionada en la propia Rusia, por lo que la calidad del papel y de la impresión es algo inferior a las de otras de este capítulo, pero han cambiado el centro de impresión a Lituania con resultados apreciables.	Tel: +7 (095) 444-92-83, +7 (095) 444-91-38, mebelpro@glasnet.ru www.mebel-pro.com	12	80 000	--	--	--	1520

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Mueble de la A a la Z (Мебель от А до Я)	N. K. Press	Es otra de las principales publicaciones, con una importante presencia en el mercado, de periodicidad bimensual. Posicionamiento: Su edición en Internet es muy modesta, evidentemente en fase de elaboración, y no da una idea de su edición impresa, que es de las mejores del mercado.	107258 Moscú, Ul. 1-ya Bukhvostova, 12/11. Tel.: +7 (095) 9620764, +7 (095) 9620797, +7 (095) 9639604. Fax: +7 (095) 9621013. www.stanford.ru/mebel/default.htm	10	75 000	--	--	--	\$2000
Mir i Dom (Мир и Дом)	Elita Publisher	Es otra revista de primer orden, aunque se sale algo de nuestro tema, ya que, junto al interiorismo, abarca también todo tipo de asuntos relacionados con el sector inmobiliario. Está financiada en parte por la Asociación Rusa de Entidades Inmobiliarias. Impresa en Finlandia, alcanza una tirada de 50.000 ejemplares	125252, Moscú, Ul. Zorge, d. 18. Tel.: +7 (095) 943-8661, +7 (095) 943-2715. Fax: +7 (095) 943-5289, +7 (095) 943-2450. miridom@sovintel.ru reklama_md@sovintel.ru www.miridom.ru	--	--	--	--	--	--
Mir Novosela (Мир Новоселе)	Elita Publisher	Es una revista que publica consejos prácticos para decoración y reparación de interiores	103045, Moscú, Krivokolenny Pereulok, dom 8/1 Tel.: +7 (095) 725-24-91 Fax: +7 (095) 928-92-18 kvk_magazine@mtu-net.ru mirnovosela@sovintel.ru www.kvkmagazine.ru	12	70 000	--	--	--	\$3000
Moy Uютный Dom (Мой Уютный Дом)	Burda / "Бурда"	Publicación diversificada que incluye diseño de interiores, consejos sobre bricolaje, cocina...	125124 Moscú, Ul. Pravdy D. 8 Tel: +7 (095) 7979838. Fax: +7 (095) 2571196	12	130 000	--	142.7	49	3 400

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

<p>Nasha Mebel (Наша Мебель)</p>	<p>TRIEL (ТРИЭЛ)</p>	<p>Es una publicación a medio camino entre revista y catálogo de distribuidores y muebles. Es una de las preferidas por los distribuidores. Siempre incluye publicidad de las ferias del mueble que se celebran en Rusia.</p> <p>Dirigida principalmente a profesionales (31% fabricantes de mueble, 13% distribuidores, 10% fabricantes de complementos) aunque por su venta en quioscos y su catálogo de muebles también la compra el potencial comprador final (42%). Distribución: se distribuye en Moscú y regiones rusas además de en ferias sectoriales. Su base de datos de suscriptores comprende 7500 direcciones.</p>	<p>117218, Moscú, Arkhitektora Blasova Tel.: +7 (095) 7465939, 9551506, +7 (095) 9551484. Corr: info@nashamebel.ru www.nashamebel.ru</p>	<p>--</p>	<p>80 000</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>1300</p>
<p>Salón Interior (Салон Интериор)</p>	<p>Ed. Salon Press 'Салон-Пресс'</p>	<p>Edición local. Es una de las veteranas, con un concepto bastante elitista, pero quizá sea la de mejor calidad de todas las incluidas en este apartado, tanto en su versión electrónica como en su versión impresa, verdaderamente impresionante y sin nada que envidiar a las publicaciones extranjeras. <u>Posicionamiento</u>: revista de calidad, que se orienta al público final con ingresos altos y muy altos, tanto como a los profesionales del sector. Principales secciones: arquitectura, proyectos de decoración, mueble.</p>	<p>117036 Moscú, ul. Shvernika, d. 4. Tel.: +7 (095) 933-4343. Fax: +7 (095) 937-5215. Corr: webmaster@salon.ru www.salon.ru</p>	<p>11</p>	<p>54 000</p>	<p>295</p>	<p>141.5</p>	<p>92</p>	<p>8 900</p>
<p>Seasons (Сизонс)</p>	<p>Independent Media</p>	<p>Edición internacional. Publica materiales generales: desde novedades de salones de mueble de Moscú hasta recetas de cocina. Tiene varias secciones: Casa, Jardín, Moda y Belleza, Viajes, Cocina.</p>	<p>125212, Moscú, ul. Viborgskaya, 16-1, oficina 610 Tel: +7 (095) 232 3200 Fax: +7 (095) 232 1761</p>	<p>10</p>	<p>75 000</p>	<p>--</p>	<p>33.9</p>	<p>--</p>	<p>7 200</p>

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

			a.simkina@imedia.ru www.seasons.com.ru							
Show-Room (Шоу-Рум)	Sr-Media Ср-Медиа	Es una revista editada por la casa editorial SP-MEDIA, el primer número ha salido en abril de 2004, dedicada a artículos de consumo, construcción, arquitectura y diseño de interiores, etc.	109028, Moscú, ul.Vorontsovo Pole, 5ª Tel: +7 (095) 916-82-60 Fax: +7 (095) 916-82-63 sr-media@yandex.ru	10	38 000	--	--			
100% Zagorodniy Dom (100% Загородный Дом)	OVA Press / 'ОВА Пресс'	Revista especializada en arquitectura y diseño de interiores de villas y casas de campo. Se distribuye conjuntamente con la revista "Interior+Design".	111250 Moscú, Krasnokazarmennaya, 12/13 Stroenie 7	6	40 000	--	68.3	154	2 288	
Sovremeniye Dom (Современный Дом)	Russkoe Business Agens'tvo "Русское Бизнес Агентство"	Revista especializada en el sector inmobiliario y la construcción, pero que también se dedica a la arquitectura y el diseño de interiores.	125080 Moscú, Volokolamskoe Shosse, dñi 1, str.1, 6 Etazh, Ofis 606 g/1 Tel: +7 (095) 1589554 Fax: +7 (095) 7248121 1dom@rambler.ru www.sovdom.ru	10	50 000	--	80	94	2 652	
Shtab – Kwartira (Штаб-квартира)	7 Dney / '7 Дней'	Es una revista de calidad. Se dedica a los temas "life-style": diseño, creatividad, moda, estilo, talentos, personas famosas etc. Revista para personas que "saben vivir". Tiene su círculo de lectores VIP.	125080 Moscú, Leningradskoe Shosse, 5a, Tel: +7 (095) 7533301, Fax: +7 (095) 9430619 reclama@7days.ru www.7days.ru	10	31 000	--	44.9	139	7 500	
Taburet (Табурет)	Ostrov / 'Остров'	Una de las mejores revistas locales que observa las novedades de las tiendas de muebles de Moscú, mejores exportadores de muebles en el mercado ruso, reportajes de exposiciones y museos, entrevistas exclusivas con profesionales del sector, aná-	105275, Moscú, Shosse Entuziastov, d. 29/53. Tel.: +7 (095) 7425194. Fax: +7 (095) 7425187. info@taburet.ru www.taburet.ru	10	50 000	80.8	56.6	85	6 550	

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

		lisis muy detallado de últimas tendencias de moda mobiliaria, descubrimientos de arquitectura y diseño y mueble, con reportajes y entrevistas del sector. No existe edición digital, y la edición impresa (impresa en la República Checa), de gran calidad.							
Wallpaper*	Axel Springer Russia	Publicación especializada en arquitectura y diseño de interiores.	129226 Moscú, Dokunina 16 STR. 1 6 Etazh Tel: +7 (095) 9805252 Fax: +7 (095) 9805255 sergey.kulikov@axelspringer.ru www.axelspringer.ru	10	23 000	--	--	150	9 927
Ya vybirayu mebel (Я выбираю мебель)	Choice Publishing LLC	Es la revista favorita, sin duda, de los grandes distribuidores. Es un fantástico catálogo de importadores y distribuidores de gran categoría, de manera que, ante la ausencia de otro tipo de contenidos, valdría más considerarla como revista-catálogo. De cualquier manera, es una fuente imprescindible. Se imprime en Finlandia	Moscú, Bolshoy Slatoustinsky per., d 8/7, 5. piso. Tel.: +7 (095) 2068689, +7 (095) 2068696, +7 (095) 2068904 choice@rosmail.ru www.warner.ru	11	60000-80 000	--	--	--	--

Fuente: Video International - centro de Análisis, y elaboración propia.

ICEX

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Moscú dispone de listados actualizados de importadores de mueble en la Federación Rusa.

A continuación se detallan otras direcciones y páginas de Internet que pueden ser de interés:

2.1. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Moscú

Ul. Mokhovaya, d. 7, str. 2, 3º

Business Centre "Mokhovaya"

125009 Moscú

Tel: +7 095 783 92 81/2/4/5

Fax: +7 095 783 92 91

E-mail: moscu@mcx.es

WWW: www.oficinascomerciales.es

Asociación Rusa de Fabricantes de Mueble (APMDOPR)

Volgogradskiy Pr., d. 6, 109316 Moscú

Tel/fax: +7 095 276-95-91, 926-31-53

E-mail: olga@amedoro.com, amedoro.msk@g23.relcom.ru

WWW: <http://www.amedoro.com>

Fabricantes de mueble de Rusia (Mebeschiki Rossii)

Sheremetevskaya Ul., d. 85, 129075 Moscú

Tel: +7 095 219 97 44

Fax: +7 095 291 51 14

E-mail: mebros@postman.ru

WWW: <http://www.mebelclub.ru>

Principales empresas de mueble de oficina: www.fronda.ru; www.felix.ru; www.solo.ru; www.shatura-mebel.ru; www.unitex.ru; www.kraft.ru.

EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

<http://www.portal-mebel.ru>: portal con noticias e información sobre la industria del mueble.

<http://www.mebelrus.ru>: portal con listados de fabricantes rusos, bielorrusos y ucranianos de mueble, artículos sobre el mercado.

<http://feiga.ru/>: portal con artículos y noticias sobre la situación de la industria del mueble.

<http://promebel.com>: portal de la revista “Mebelny Biznes”, con información sobre el sector y artículos de opinión, destinada a los profesionales.

3. ÍNDICE DE TABLAS Y CUADROS

Gráfico 1. Proporción mueble importado - mueble ruso	9
Gráfico 2. Producción de mueble en la Federación Rusa, años 2001-2006.	13
Gráfico 3. Importación y producción de mueble en la Federación Rusa, año 2006	13
Gráfico 4. Importaciones rusas de mueble de oficina 2006 (% participación).....	18
Gráfico 5. Evolución exportaciones de mueble de oficina de España a Rusia (1997-2006)....	19
Gráfico 6. Comparación superficie comercial moderna según país por 1000 habitantes.....	36
Gráfico 7. Comparación superficie comercial moderna por 1000 habitantes (m ²).....	36
Gráfico 8. Evolución del volumen del comercio minorista de Moscú (miles de mill. \$).....	37
Gráfico 9. Importancia de Moscú en la distribución minorista de Rusia	38
Gráfico 10. Volumen de ventas por tipo de minorista en la Federación Rusa durante el primer trimestre de 2005	40
Gráfico 11. Volumen de ventas por tipo de minorista en la Federación Rusa durante el primer trimestre de 2006	40
Gráfico 12. Distribución del comercio organizado por tipos en Moscú.....	41
Gráfico 13. Esquemas de distribución del mueble de hogar	42
Gráfico 14. Reparto del mercado minorista de mueble de oficina en Rusia.....	47
Gráfico 15. Fuentes de ingresos de la población.....	54
Gráfico 16. Evolución de la estructura de gastos de la población rusa	55
Gráfico 17. Distribución del Gasto de los Hogares	55
Gráfico 18. Evolución y perspectivas de la construcción de oficinas en Moscú	55
Tabla 1. Partidas arancelarias del estudio.....	7
Tabla 2. Producción nacional de mueble 1970 – 2005 (miles de unidades)	12
Tabla 3. Importaciones rusas de mueble de oficina en millones de USD en 2004-2006.....	17
Tabla 4. Aranceles aplicables	27
Tabla 5. Normas Gost aplicables al mueble de hogar	27
Tabla 6. Ingresos de la población rusa en 2005	52
Tabla 7. Publicaciones del sector del mueble.....	66