

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Rusia

Estudios de Mercado

Rusia: Estudio de Mercado sobre joyería

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a solid red square.

ICEX

Rusia: Estudio de Mercado sobre joyería

Este estudio ha sido realizado
por la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Rusia

diciembre 2004

INDICE

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES | 6 |
| I ■ INTRODUCCIÓN | 8 |
| 1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS | 8 |
| II ■ ANÁLISIS DE LA OFERTA | 9 |
| 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO | 9 |
| 1.1. Producción | 9 |
| 1.2. Importaciones | 13 |
| 1.3 Exportaciones | 18 |
| 1.4 Relaciones bilaterales | 19 |
| 2. ANÁLISIS CUALITATIVO | 22 |
| 2.1. Obstáculos comerciales | 22 |
| III ■ ANÁLISIS DEL COMERCIO | 32 |
| 1. LA DISTRIBUCIÓN EN RUSIA | 32 |
| 2. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE JOYERÍA | 34 |
| 3. PUNTOS DE VENTA | 36 |
| IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA..... | 39 |
| 1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO | 39 |
| 1.1. Distribución de la renta disponible | 39 |
| 2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR | 41 |
| 2.1. Hábitos de consumo | 41 |
| 2.2. Hábitos de compra | 43 |
| 3. ESTRUCTURA DEL MERCADO | 45 |
| 3.1 Tamaño del mercado | 45 |
| 3.2 Segmentación geográfica del mercado. | 45 |

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

| | |
|--|----|
| 4. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO PROCEDENTE DE ESPAÑA Y PAÍSES COMPETIDORES. | 47 |
|--|----|

V

| | |
|---------------|----|
| ■ ANEXOS..... | 49 |
|---------------|----|

| | |
|--------------------------------------|----|
| 1. INFORMES DE FERIAS | 49 |
| 2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS | 51 |
| 2.1. Direcciones útiles en Rusia | 51 |
| 2.2. Direcciones útiles en España | 52 |
| 2.3. Publicaciones del sector. | 53 |
| 3. BIBLIOGRAFÍA | 53 |

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El mercado de la joyería, orfebrería y relojería en Rusia se halla en pleno crecimiento, y su potencial parece lejos de agotarse, sobre todo si la economía rusa sigue creciendo al ritmo de los últimos años.

La estrategia seguida por la casi totalidad de los exportadores extranjeros a Rusia es la venta de sus artículos al importador /distribuidor ruso para que éste se encargue de la introducción de las mercancías y después venda sus productos a los detallistas. Ni el fabricante extranjero, ni el detallista ruso suelen introducir directamente la mercancía en Rusia debido al complicado proceso que ello conlleva. Son los exportadores extranjeros, normalmente, los que contactan con el importador ruso. La cadena de distribución es muy corta, debido al reducido número de actores que existen, y la mercancía se suele encarecer mucho.

En general, existe un número relativamente reducido de empresas que importan joyería de calidad en un mercado en el cual la gran mayoría de la producción Rusa no se puede adecuar a los niveles de calidad europeos. El consumidor ruso procedente de las grandes capitales cada vez sigue más las tendencias de la moda y la demanda de producción europea de calidad crece paulatinamente.

En la actualidad, la industria rusa de la joyería y la orfebrería en general no puede adaptarse a los estándares de producción europeos ni a los diferentes gustos de los consumidores por falta de equipos modernos de producción. Sin embargo, no todo el mundo puede permitirse la compra de joyería de importación de calidad. Este tipo de productos sólo está al alcance de una clase con un alto poder adquisitivo, que en su mayoría reside en Moscú o San Petersburgo. Su número crece poco a poco en aquellas ciudades de ciertas regiones que están experimentando un despertar económico.

En la época comunista, la producción de bienes intermedios tenía preferencia sobre la producción de bienes dirigidos al consumidor final. En esta época era el Estado el que decidía qué artículos realizados con metales preciosos se producían y en qué cantidad, sin establecer diferencias en los gustos entre los consumidores y otorgando un papel secundario al diseño. Cuando los productos importados comenzaron a introducirse en Rusia, los miembros de las capas más altas de la sociedad rusa, comenzaron a consumir este tipo de artículos ya que se adaptaban mejor a sus gustos, se adecuaban más a sus exigencias en cuanto a la calidad y diseño y la producción extranjera en general era sinónimo de prestigio.

Es importante señalar que, en general, existe un gran secretismo en torno a este sector y casi todos los datos procedentes de fuentes rusas no salen a la luz, considerándose secretos. Ni siquiera el Ministerio de Finanzas, Asociaciones empresariales, sectoriales o el Comité de aduanas ruso facilitan datos pormenorizados de este sector.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

El mercado ruso se debe segmentar geográficamente y por niveles de renta. La puerta de entrada al país sigue siendo Moscú, que a su vez es el escaparate de la moda para el resto del país. Esta ciudad, junto con San Petersburgo, es el principal receptor de joyería extranjera. Solamente marcas dirigidas a un nicho muy alto del mercado y muy bien posicionadas en las dos capitales, han comenzado su incursión en otras regiones de Rusia.

Por otro lado, el mercado ruso se debe dividir en tres grandes segmentos económicos muy bien diferenciados:

El segmento alto del mercado puede permitirse la compra de productos de importación. La calidad y el diseño 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.

El segmento medio está formado por la nueva clase media de profesionales liberales y del sector servicios que está reapareciendo gracias a la reactivación de la economía rusa en los últimos años.

El sector bajo no está en condiciones de adquirir producto importado de Europa Occidental.

La producción extranjera de joyería procedente de Europa debe dirigirse sobre todo al segmento más alto del mercado, que son aquellos que pueden permitirse la adquisición de este tipo de artículos y, a su vez, siguen las tendencias de la moda. El segmento medio del mercado sigue decantándose en su mayoría por una joyería de un estilo más clásico y, muchas veces, de producción rusa. No obstante, el sector medio de la población que reside en las grandes capitales cada vez presta más atención a las tendencias de la moda y a la joyería procedente de Europa.

No existe una imagen clara y diferenciada de la producción española aunque sí que se asocia a una imagen de calidad y diseño, factores que ganan cada vez más importancia a la hora de adquirir algún artículo realizado con materiales preciosos.

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 N° 1: Códigos arancelarios objeto de estudio

| PARTIDA | DESCRIPCION |
|---------|--|
| 9101 | Relojes de pulsera, bolsillo y similares incluidos los contadores de tiempo de los mismos tipos, con caja de metal precioso o chapado de metal precioso |
| 7113 | Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o chapado de metal precioso (excepto con más de 100 años) |
| 7114 | Artículos de orfebrería y sus partes, de metal precioso o chapado de metal precioso (excepto artículos de joyería, artículos de relojería, instrumentos de música, armas, pulverizadores de tocador y sus cabezas, obras originales de estatuaria o de escultura, objetos de colección y antigüedades) |
| 7116 | Manufacturas de perlas finas naturales o cultivadas, de piedras preciosas, semipreciosas naturales, sintéticas o reconstituidas. |

La definición incluye partidas arancelarias referidas a los artículos de joyería, relojería y orfebrería realizados o chapados de metales preciosos, así como las manufacturas de perlas, piedras preciosas o semipreciosas. Debido a la falta de datos estadísticos objetivos, no se ha podido profundizar en el estudio de la partida arancelaria 7116.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Producción

En primer lugar, es importante destacar que la producción de joyería en Rusia está marcada por el hecho de que este país era y es uno de los pocos países que posee y extrae de su territorio a gran escala todos los materiales necesarios para producir artículos de joyería. Rusia es el quinto productor mundial de oro y el noveno productor de plata. Además, este país produce un 20% de los diamantes mundiales. La práctica totalidad de los diamantes rusos son extraídos, tratados y vendidos por Alrosa, empresa creada en 1992 a partir de los monopolios soviéticos de extracción, tratamiento y comercialización de diamantes y otras piedras preciosas.

Una segunda característica de la producción de joyería en Rusia es la falta de financiación que existe para la renovación de maquinaria en los centros de creación de artículos de joyería. Según los profesionales del sector, la producción europea está mucho más adelantada en cuanto a diseño y tecnología, lo que hace muy difícil que la producción rusa pueda competir en el mismo nicho de mercado.

Además, las empresas rusas se encuentran con la dificultad de que el Estado no apoya la producción nacional, ya que la regulación es asfixiante y los productores rusos se encuentran con grandes dificultades a la hora de exportar, al tener que pagar cuantiosos impuestos y derechos de aduanas.

El negocio de la joyería en Rusia básicamente se centra en tres puntos de su geografía: los Urales, la región de Kostromá y Moscú.

La evolución de la producción de joyería en Rusia, al igual que ocurre con la mayoría de los sectores, se divide en dos fases. La primera fase corresponde a la época comunista, en la cual, en todo el territorio de la Unión Soviética, existían unas 25 fábricas de gran tamaño que producían todos los artículos de joyería. La segunda fase comenzaría con la privatización de las empresas ya existentes y la creación de nuevas compañías a principios de los años 90. Tras la caída del sistema centralizado de producción, el monopolio estatal se deshizo, dando lugar a una situación de relativo caos, tras la cual aparecieron nuevas empresas. Algunas de ellas tenían gran tamaño y muchas veces conservaron una estructura similar que en la época

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

anterior. Alrededor de las mismas aparecieron múltiples pequeñas y medianas empresas que se intentaron abrir paso en este sector no sin grandes dificultades.

La Cámara de Quilataje rusa, dependiente del Ministerio de Finanzas ruso, tenía registradas en el primer semestre de 2003 un total de 2.532 empresas y empresarios individuales, dedicadas a la producción de joyería y otros productos fabricados a base de metales y / o piedras preciosos. De acuerdo con los expertos, la mayoría de las empresas del mercado son de pequeño tamaño. Estas representan el 45% de las empresas que trabajan con oro y el 60% de las que se dedican a la producción de plata. Sin embargo, en la actualidad, la mayor parte de la producción está concentrada en las manos de 20- 25 fabricantes. Según los miembros de la Cámara de Comercio e Industria de Rusia existen un total de 500 empresas dedicadas a la producción de joyería con un volumen comercial significativo; 80 de estas empresas se dedican a la producción de artículos realizados con diamantes. Las dos empresas productoras de artículos de joyería más importantes son Almaz Holding y Adamas.

A partir de los primeros años de la década de los 90, las empresas dedicadas a la joyería fueron especializando su función y reforzándose en su nicho de tal forma que en la actualidad se pueden identificar tres grupos de empresas en el mercado:

- Empresas que trabajan únicamente con piedras preciosas de primera categoría (diamantes, rubíes, zafiros y esmeraldas)
- Empresas que trabajan predominantemente con oro
- Empresas que trabajan predominantemente con plata.

En los últimos años han aparecido empresas que están centrando su negocio en los de artículos de paladio y platino, aunque su número es mucho menor, y su tamaño no resulta representativo. Se estima que el 50% de la producción rusa es de artículos sin piedras preciosas, el 30% tiene piedras preciosas y el 20% tiene piedras preciosas pertenecientes al grupo de los diamantes.

Existe una alta proporción de artículos que son producidos de forma ilegal. De acuerdo con los expertos, los productos fabricados e importados al margen de la ley representan entre un 40% y un 80% del volumen de mercado. Esta situación se debe a lo complicado del sistema tributario y a la gran cantidad de pagos que se deben realizar antes de poder comercializar artículos de joyería. En la actualidad tanto el Ministerio del Interior ruso, como el Comité de Aduanas y el Comité de Control Financiero ruso (organismo encargado de realizar la auditoría en la aduana) están introduciendo algunas medidas para luchar contra este tipo de práctica.

A continuación se presenta una tabla con las cifras de producción de artículos de oro desde el año 1998. Esta tabla no refleja la producción ilegal que, como ya se ha mencionado, puede suponer de un 40% a un 80% del total de los datos más abajo expuestos.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Tabla N° 2: Evolución de la producción de joyería de oro en Rusia. En volumen (n° de piezas y peso). Años 1998-2004

| Año | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | Enero/junio 2004 |
|---------------------------|-------|-------|------|--------|--------|--------|------------------|
| Millones de Piezas | 7,39 | 6,792 | 9,48 | 13,072 | 17,525 | 21,898 | 12,195 |
| Tm | 18,43 | 17,36 | 23,9 | 33,46 | 42,11 | 54,77 | 30,352 |

Fuente: Cámara Rusa de Quilataje

De acuerdo con estos datos, el volumen de producción actual supera el de la Unión Soviética: si en esta época la producción para toda la URSS ascendía a 30 Tm por año, en el año 2003 esta cifra se situó cerca de las 55 Tm anuales (datos para la Federación Rusa). A principios de los años 90, muchos predecían que la producción se detendría, para disminuir en años posteriores. Los datos nos muestran una tendencia contraria, según la cual la producción no sólo se detuvo en el año 2000, sino que siguió aumentando, superando, en el año 2003, en más de un 100% los niveles registrados tres años antes. Este crecimiento podría ser un indicador de que el mercado de la joyería está creciendo.

En la siguiente tabla se presenta la producción de artículos de plata desde el año 1998.

Tabla N° 3: Evolución de la producción de joyería de plata en Rusia. En volumen (n° de piezas y peso). Años 1998-2004

| Año | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | Enero/junio 2004 |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------------|
| Millones de Piezas | 4,02 | 5,08 | 6,828 | 8,448 | 10,53 | 13,651 | 8,621 |
| Tm | 22,52 | 27,01 | 32,04 | 43,51 | 50,28 | 69,8 | 43,99 |

Fuente: Cámara Rusa de Quilataje

La crisis económica de 1998 no supuso una bajada en los niveles de producción de artículos de plata, que ha seguido incrementándose de forma regular desde entonces, para alcanzar en el año 2003 unos niveles de producción que triplican los del año 1998. Los datos del primer semestre de 2004, confirman esta tendencia de crecimiento regular en la producción.

A continuación se presenta una tabla que muestra la producción de artículos de platino sellados desde el año 1998.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Tabla N° 4: Evolución de los artículos de platino¹ sellados por la Cámara de Quilataje en Rusia. En volumen (n° de piezas y peso). Años 1998-2004

| Año | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | Enero/junio 2004 |
|--------------------|-------|------|--------|--------|-------|---------|------------------|
| Millones de Piezas | 4,119 | 10,8 | 22,944 | 16,476 | 19,56 | 29,398 | 10,003 |
| Tm | 16,2 | 49,9 | 104,2 | 84,03 | 109,3 | 160,737 | 54,61 |

Fuente: Cámara Rusa de Quilataje

En la siguiente tabla se presenta la producción de artículos de paladio sellados desde el año 1998.

Tabla N° 5: Evolución de los artículos de paladio² sellados por la Cámara de Quilataje en Rusia. En volumen (n° de piezas y peso). Años 1998-2004

| Año | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | Enero/junio 2004 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------|
| Millones de Piezas | 0,018 | 0,156 | 0,103 | 0,331 | 0,897 | 4,365 | 4,71 |
| Tm | 0,06 | 0,6 | 0,3 | 1,133 | 6,11 | 22,97 | 24,8 |

Fuente: Cámara Rusa de Quilataje

Este conjunto de datos debe ser leído teniendo en cuenta que buena parte de la producción rusa está fabricada a partir de artículos importados semiacabados que sirven de base para la producción de joyería. Estos artículos se venden bajo la marca de la empresa rusa y como producto fabricado en Rusia.

En lo que concierne a la producción de relojería, en el año 1990 se llegaron a producir 60 millones de relojes, de los cuales, 31,6 millones eran de pulsera. Los relojes soviéticos eran de diseño tradicional y tenían una gran calidad en cuanto a movimientos mecánicos, además de no tener un precio elevado para el consumidor ruso. Los bajos precios hacían que el 40% de la producción fuera exportada. En los 90 el sector dedicado a la relojería sufrió una recesión importante. El desmembramiento de la Unión Soviética coincidió con un aumento importante de la producción de componentes para relojes por parte de las antiguas repúblicas soviéticas y la expansión de relojes baratos procedentes de Asia. La producción rusa no podía competir con los precios de los nuevos competidores y pasó a un segundo plano. En la actualidad existen unas 15.000 personas dedicadas a la producción de relojes en Rusia que fabrican un total de 6 millones de artículos.

¹ Estas cifras representan la cantidad de artículos sellados por la Cámara de Quilataje sin existir un desglose de los artículos que han sido producidos en Rusia y de los que han sido importados. Se estima que la gran mayoría de los artículos sellados de platino son de producción rusa.

² Como en el caso anterior, no existe un desglose de datos. Se estima que la gran mayoría de los artículos sellados de paladio son de producción rusa.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Tres fábricas destacan tanto por sus volúmenes de producción, como por su larga trayectoria: Perbyy Moscovskiy Chasovoy Zavod (marca Poljot), Vostok (marca Vostok), y Chaika (marcas Chaika y Volga).

1.2. Importaciones

En primer lugar, es necesario recordar que las estadísticas procedentes de la Cámara de Quilataje Rusa sobre importaciones no están ordenadas según las categorías de la nomenclatura arancelaria, ni se ha podido disponer de datos desglosados por países. Sólo ésta institución ofrece datos sobre las importaciones rusas de joyería, ya que esta información es considerada como secreta, y, ni siquiera el Comité de aduanas ruso difunde dato alguno sobre este sector. Es por ello que la información presentada más abajo ha de ser tomada con cautela. Además, es posible que muchas operaciones no se registren oficialmente por lo que estos datos podrían hallarse bastante alejados de la realidad.

A continuación, se completará este apartado con estadísticas que provienen de las bases de datos de la ONU, las cuales sí están ordenadas por códigos arancelarios³.

Según la opinión de los expertos, los países exportadores a Rusia más importantes son Italia, Alemania, Suiza, el Reino Unido, China, Tailandia e India. Los productos europeos que atraviesan la frontera rusa, lo hacen generalmente con todos los permisos y certificados en regla. Por el contrario, no todas las importaciones procedentes de Asia pasan la frontera con Rusia de forma legal. De hecho, se estima que el volumen de las joyas de contrabando procedente de los países asiáticos es comparable (si no es mayor) con el volumen de artículos introducidos de forma legal.

Ya se ha mencionado que es característico entre los productores de joyas rusos el esquema consistente en importar joyería semiacabada (como cadenas, ganchos y cierres) para ser usados como componentes base para crear artículos de joyería. Los productos creados con estos componentes semiacabados pasan las inspecciones gubernamentales bajo la marca de la empresa rusa y son vendidos como productos rusos.

A continuación se presenta una tabla que muestra la importación de artículos de oro desde el año 1998. Esta tabla no refleja los datos de la importación ilegal.

Tabla N° 6: Evolución de las importaciones rusas de artículos de oro. En volumen (n° de piezas y peso). Años 1998-2004

| Año | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | Enero/junio 2004 |
|--------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------|
| Millones de Piezas | 1,88 | 0,443 | 0,263 | 0,078 | 0,105 | 0,192 | 0,165 |
| Tm | 6,58 | 1,79 | 0,7 | 0,2 | 0,59 | 0,95 | 0,798 |

Fuente: Cámara Rusa de Quilataje

³ Estas estadísticas también deben ser tomadas con precaución, ya que no responden a un estudio pormenorizado, sino más bien a los informes que periódicamente los diferentes países envían a la ONU. Es por ello que los datos de los países más desarrollados puede que estén sobrevalorados, ya que estos Estados suelen enviar información fehaciente de forma regular. Por ejemplo, llaman la atención los niveles de exportación de China a Rusia, que, en aquellos años de los que se tienen datos, se sitúan muy por debajo de lo esperado.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Como se puede apreciar, no existe una trayectoria regular en cuanto a los niveles de importación de artículos de oro. Tras la crisis de 1998, se produjo una importante caída de la importación de estos artículos y, desde ese momento, la importación ha ido reduciéndose, para aumentar levemente en los años 2002 y 2003. Los datos del primer semestre de 2004 indican un aumento de las importaciones en este año. Sin embargo, los niveles de importación se encuentran muy por debajo de los registrados en el año 1998.

En la siguiente tabla se presenta la evolución de la importación de artículos de plata desde el año 1998.

Tabla Nº 7: Evolución de las importaciones rusas de artículos de plata. En volumen (nº de piezas y peso). Años 1998-2004

| Año | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | Enero/junio 2004 |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------|
| Millones de Piezas | 1,06 | 0,614 | 0,73 | 0,85 | 1,66 | 2,856 | 1,948 |
| Tm | 7,31 | 4,5 | 3,4 | 4,38 | 10,09 | 17,8 | 12,15 |

Fuente: Cámara Rusa de Quilataje

Como se puede observar, la crisis de 1998 provocó una caída importante de las importaciones de artículos de plata en el año 1999. Sin embargo, al contrario de lo que ocurre con los artículos de oro, desde este momento se ha producido un aumento regular de las importaciones hasta casi triplicar, en el 2003, el número de artículos de importación anteriores a la crisis.

A partir de este punto se dará paso a la presentación de los datos facilitados por la ONU sobre las importaciones de joyería de Rusia. Como ya se ha mencionado con anterioridad, estos datos deben ser analizados con cautela.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Tabla Nº 8: Evolución de las importaciones rusas de artículos incluidos dentro de la partida 7113 . Años 1995-2003. Datos en miles de Euros.

| | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|-------------|--------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| SUIZA | 4 372 | 3 738 | 5 023 | 4 720 | 5 983 | 9 099 | 32 642 | 48 394 | 50 918 |
| ITALIA | 3 000 | 6 241 | 8 337 | 10 817 | 6 972 | 10 857 | 21 425 | 27 752 | 31 529 |
| REINO UNIDO | 81 | 61 | 820 | 1 515 | 6 614 | 664 | 1 300 | 23 799 | - |
| TURQUÍA | 4 | 123 | 1 893 | 3 712 | 747 | 611 | 4 784 | 10 078 | 25 369 |
| ISRAEL | 1 824 | 5 146 | 9 543 | 5 873 | 3 087 | 4 471 | 5 553 | 6 258 | 6 234 |
| ALEMANIA | 9 346 | 9 570 | 9 725 | 5 566 | 2 794 | 3 032 | 7 180 | 4 415 | 8 021 |
| ESPAÑA | 1 051 | 822 | 1 326 | 1 032 | 1 140 | 1 819 | 1 988 | 2 954 | 3247 |
| CHINA | - | - | - | - | - | - | 3 917 | 1 861 | - |
| FRANCIA | 241 | 1 123 | 769 | 575 | 599 | 436 | 1 463 | 1 692 | 7 100 |
| ARMENIA | - | - | 194 | - | 289 | 207 | - | 1136 | 785 |
| TOTAL MUNDO | 27 561 | 34282 | 46541 | 40393 | 30714 | 35369 | 85468 | 131767 | 137544 |

Fuente: ONU.

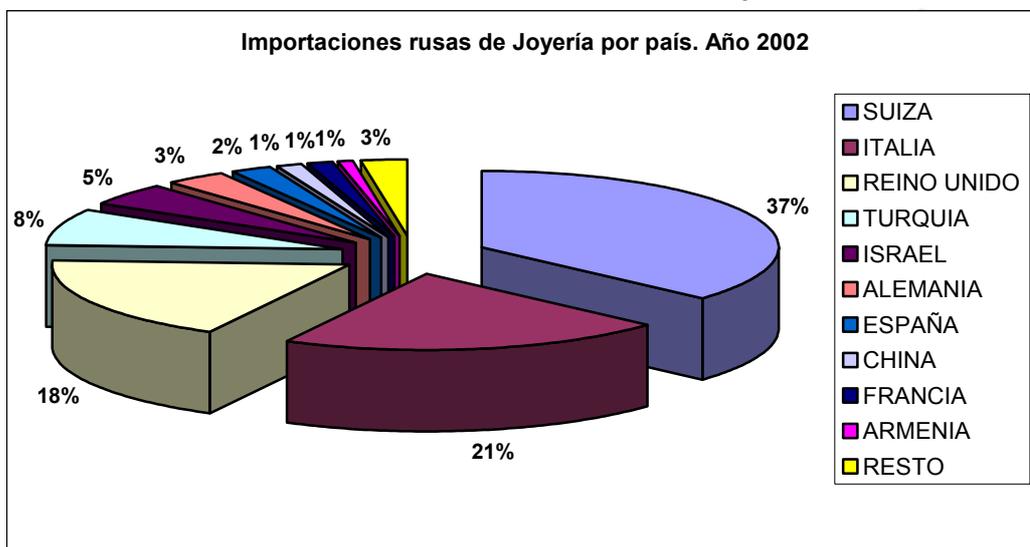
Al no estar completos todos los datos del año 2003, el orden de los países en la tabla viene determinado por los datos registrados en el año 2002. Como podemos ver en el cuadro, España se sitúa en el puesto número siete según el valor de sus exportaciones a Rusia. A pesar de encontrarse en una posición destacada, es importante recordar que las exportaciones que nuestro país registra son mucho menores a las de los países situados a la cabeza de la lista. A pesar de haber experimentado un crecimiento importante, existen países, como el Reino Unido o Francia, que superan con creces este aumento de las exportaciones españolas a Rusia. Este cuadro refleja los datos de los declarantes, por lo que los datos procedentes de los países más desarrollados pueden estar sobrevalorados. Tampoco se debe olvidar que existen muchas mercancías que salen de China de forma ilegal. Por ello los valores reales de exportación puedan ser muy superiores a los que se indican en el cuadro.

El país que más exporta joyería a Rusia es Suiza, que se sitúa en una posición destacada seguido de Italia. Debe ser señalado, sin embargo, que hay muchos artículos que se reexportan desde Suiza, sin que hayan sido fabricados en este país. Turquía también presenta unos valores bastante altos en la lista anterior, aunque este país no se sitúa en el mismo nicho de mercado de calidad de los productos españoles.

A continuación se presenta un gráfico con los datos de importación por país de origen en el año 2002.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Gráfico N°1: Importaciones rusas de Joyería en %. Año 2002



Fuente: ONU

En la siguiente tabla se presentan los datos de la ONU de las importaciones rusas de orfebrería en el periodo 1995-2003:

Tabla N° 9: Evolución de las importaciones rusas de artículos incluidos dentro de la partida 7114. Años 1995-2003. Datos en miles de Euros.

| | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|-------------|------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| ITALIA | 152 | 123 | 222 | 240 | 103 | 584 | 1 643 | 1 631 | 1 392 |
| ALEMANIA | 26 | 171 | 166 | 125 | 99 | 134 | 318 | 1 386 | 2 427 |
| GRECIA | 279 | 2 004 | 2 931 | 1 190 | 797 | 2 366 | 1 580 | 589 | - |
| FRANCIA | 1 | 5 | 315 | 22 | 15 | 93 | 361 | 459 | 708 |
| POLONIA | - | - | - | - | 57 | 95 | 245 | 190 | 80 |
| ESPAÑA | 37 | 45 | 149 | 279 | 4 | 90 | 256 | 189 | 97 |
| FINLANDIA | 86 | 46 | 12 | 13 | 8 | 2 | 118 | 129 | 71 |
| SUIZA | 44 | 1 068 | 122 | 34 | 1 | 32 | 38 | 86 | 152 |
| DINAMARCA | - | - | - | - | - | - | - | 62 | - |
| BELGICA | - | - | - | - | 6 | 22 | 51 | 42 | 36 |
| TOTAL MUNDO | 2176 | 3774 | 5134 | 2222 | 1269 | 3555 | 4763 | 4930 | 5658 |

Fuente: ONU

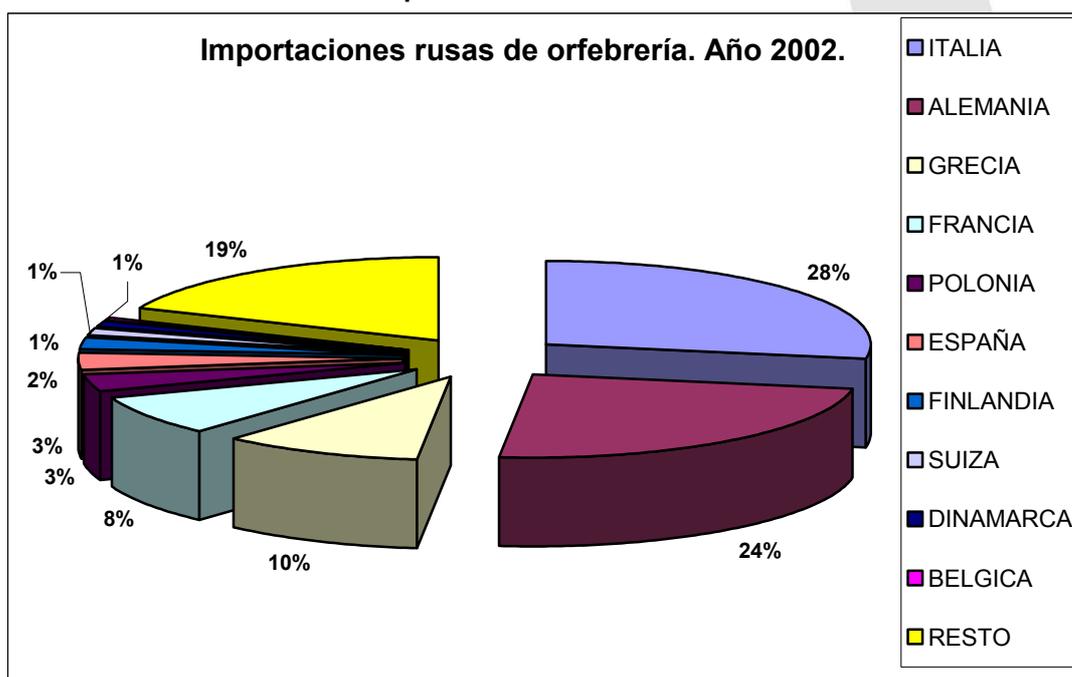
Al no estar completos todos los del año 2003, el orden de los países en la tabla viene determinado por los datos registrados en el año 2002. Según los datos del año 2003, el mayor exportador de orfebrería a Rusia ha sido Alemania, superando a Italia, que en el 2002 se situó en el primer lugar de la lista. Las exportaciones procedentes de países asiáticos se sitúan en un nivel mucho más bajo de lo esperado. Los principales exportadores a Rusia de orfebrería se sitúan en un nicho de calidad, especialmente los cuatro primeros, y los valores registrados en los años 2002 y 2003 los sitúan muy lejos de nuestro país, que se coloca en un sexto lugar, de acuerdo con los datos del 2002. España, al contrario que los exportadores

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

situados en los primeros puestos, presenta un descenso de las exportaciones en el año 2003. No obstante, mantiene su posición dentro de los diez primeros exportadores de orfebrería a Rusia.

A continuación se presenta un gráfico con los datos de importación por país de origen en el año 2002.

Gráfico Nº 2: Importaciones rusas de Orfebrería en %. Año 2002.



Fuente: ONU

En la siguiente tabla se presentan los datos registrados por la ONU de las importaciones rusas de relojería en el periodo 1995-2003:

Tabla Nº 10: Evolución de las importaciones rusas de artículos incluidos dentro de la partida 9101. Años 1995-2003. Datos en miles de Euros.

| | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| SUIZA | 17 119 | 14 731 | 13 457 | 13 596 | 12 095 | 22 789 | 38 627 | 47 051 | 57 265 |
| ALEMANIA | 812 | 752 | 981 | 381 | 102 | 151 | 2 613 | 4 172 | 7 843 |
| AUSTRIA | 525 | 261 | 530 | 51 | 27 | 154 | 385 | 1 127 | 1 323 |
| REINO UNIDO | 9 | 53 | 393 | 592 | 365 | 1 122 | 1 168 | 708 | - |
| ITALIA | 28 | 548 | 1 175 | 718 | 511 | 229 | 861 | 605 | 746 |
| SINGAPUR | - | 36 | - | - | - | 241 | 734 | 524 | 1 627 |
| FRANCIA | 124 | 192 | 81 | 58 | 246 | 587 | 543 | 395 | 614 |
| BIELORRUSIA | - | - | - | 5 087 | 8 262 | 9 710 | 1 429 | 321 | 327 |
| ISRAEL | - | - | - | 4 | 17 | 55 | 140 | 226 | 65 |
| IRLANDA | - | 101 | 42 | 55 | 31 | 193 | 248 | 218 | - |
| ESPAÑA | 11 | 35 | 21 | 47 | 7 | 65 | 59 | 14 | 45 |
| TOTAL MUNDO | 19214 | 17481 | 18812 | 21958 | 22648 | 35987 | 47550 | 55798 | 70390 |

Fuente: ONU

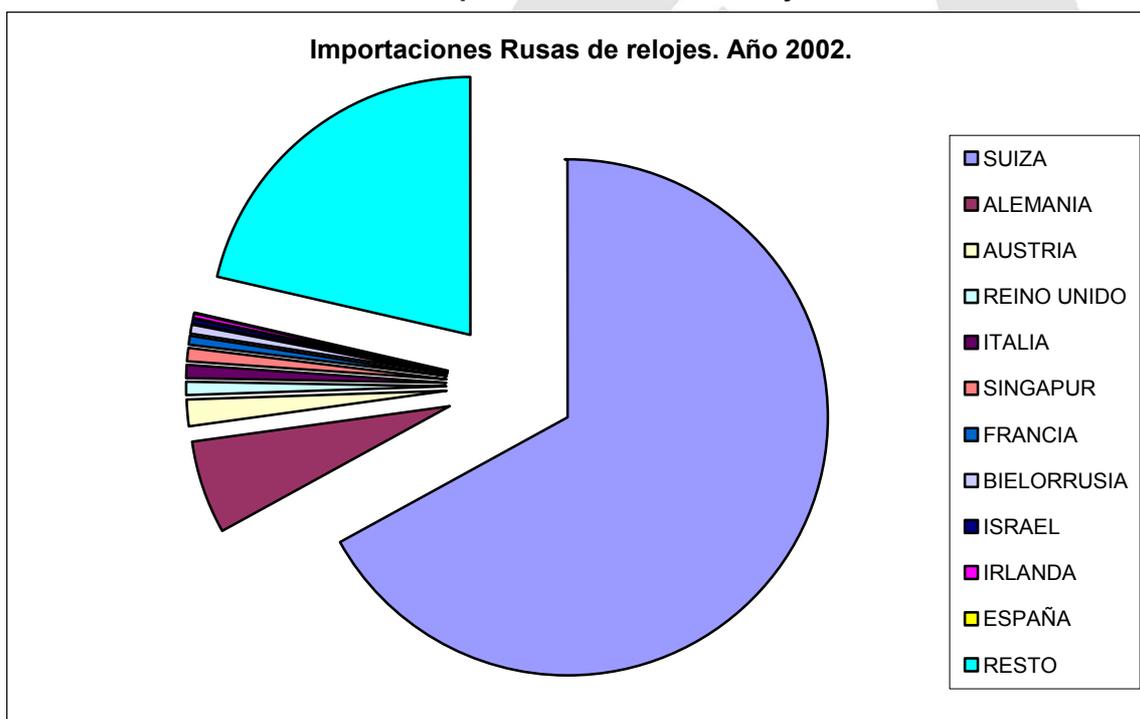
RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Al no estar completos todos los del año 2003, el orden de los países en la tabla viene determinado por los datos registrados en el año 2002. Las exportaciones de relojes a Rusia están dominadas por los países del centro de Europa, siendo Suiza el mayor exportador con una gran diferencia sobre el resto. La mayoría de los principales exportadores de relojes pertenecientes a la partida 9101 se sitúan en un nicho de mercado de calidad, a excepción de Singapur y Bielorrusia, que figuran asimismo entre los diez primeros. Es importante recordar que, debido al alto índice de corrupción, también en este sector se producen importaciones ilegales de artículos, procedentes en su mayoría de Asia y que no están registrados en el cuadro anterior. Es por ello que conviene analizar y considerar cuidadosamente estos datos.

España, a pesar de haber aumentado sus exportaciones a Rusia, se sitúa en niveles mucho menores que los registrados a la cabeza de la lista, ocupando el puesto número 16 según el valor de sus exportaciones a Rusia en el año 2002.

A continuación se presenta un gráfico con los datos de exportación por país en el año 2002

Gráfico N° 3: Importaciones rusas de relojes. Año 2002.



Fuente: ONU

1.3 Exportaciones

Lamentablemente no existen estadísticas oficiales rusas sobre las exportaciones de Rusia de joyería. Estos datos son mantenidos en secreto y al no ser facilitados a ninguna institución ni por el Comité Estatal de Aduanas ni por el Ministerio de Finanzas ruso, la ONU tampoco posee información a este respecto.

En el Apartado que sigue (Relaciones Bilaterales) los datos que se manejan sobre exportaciones rusas a España son escasos y provienen en todo caso de fuentes españolas (ESTACOM).

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

1.4 Relaciones bilaterales

En este apartado se procederá a un análisis de las operaciones comerciales entre nuestro país y Rusia dentro del sector mencionado.

En la siguiente tabla se presenta una evolución del valor de las exportaciones de artículos de joyería recogidos dentro de la partida 7113, artículos de orfebrería con partida 7114, los relojes con caja de metal precioso con partida 9101 y las manufacturas de perlas finas y de piedras semipreciosas o preciosas con partida 7116 desde España a Rusia.

Tabla N°11: Evolución de las exportaciones españolas a Rusia en valor de los artículos definidos bajo los códigos arancelarios 7113, 7114, 9101 y 7116. Años 1998-2004. Miles de euros

| Año | 7113 | 7114 | 7116 | 9101 |
|-------------------|------|------|------|------|
| 1998 | 1051 | 284 | ---- | 48 |
| 1999 | 1141 | 4 | ---- | 6 |
| 2000 | 1822 | 90 | ---- | 66 |
| 2001 | 1989 | 255 | 14 | 60 |
| 2002 | 2959 | 189 | ---- | 14 |
| 2003 | 3247 | 97 | ---- | 45 |
| 2004 (Junio 2004) | 1349 | 184 | ---- | 17 |

Fuente: Consejo Superior de Cámaras

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, los productos recogidos dentro de las diferentes partidas arancelarias han seguido una trayectoria bastante distinta. Es por ello que tendremos en cuenta el desarrollo de cada partida arancelaria de forma individual.

A continuación se presenta un gráfico con la evolución de las exportaciones a Rusia de los productos recogidos dentro de la partida arancelaria 7113.

Gráfico N° 4: Evolución de las exportaciones españolas de joyería a Rusia. Código Arancelario 7113. Datos en miles de Euros. Años 1998-2003.



Fuente: Consejo Superior de Cámaras

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Como se puede observar, se ha producido un aumento de las importaciones rusas de productos recogidos dentro de la partida arancelaria 7113 procedentes de España de un 185% entre los años 1998 y 2003. Sin embargo, las exportaciones españolas a Rusia sólo representaron el 1,61% de nuestras exportaciones al extranjero en 2003. En este mismo año Rusia fue el duodécimo destino de las exportaciones españolas de joyería en valor. Por lo que se refiere al origen regional de las exportaciones, el 93% de las mismas a Rusia en el 2003 proceden de la Comunidad de Madrid.

En el gráfico siguiente se presenta la evolución de las exportaciones a Rusia de los productos recogidos dentro de la partida arancelaria 7114.

Gráfico N° 5: Evolución de las exportaciones españolas de orfebrería a Rusia. Código Arancelario 7114. Datos en miles de Euros. Años 1998-2003.



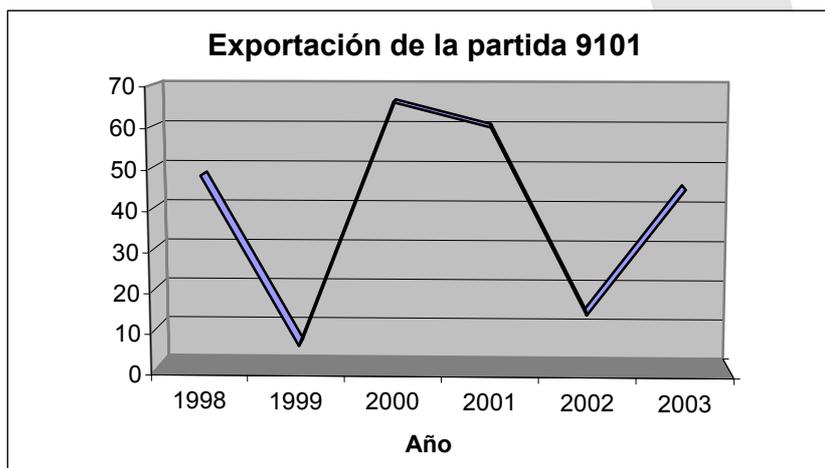
Fuente: Consejo Superior de Cámaras

Como se puede observar en el gráfico, las exportaciones españolas a Rusia incluidas dentro de la partida arancelaria 7114 han tenido un comportamiento irregular de 1998 a 2003. A raíz de la crisis económica de 1998, las exportaciones españolas a Rusia cayeron en picado, y no se han recuperado aún los valores registrados antes de la crisis. A partir del año 2000 comenzó una recuperación que situó a las exportaciones a finales del año 2001 en valores levemente inferiores a los registrados antes de la crisis. No obstante, a partir de 2002 se ha producido de nuevo una caída profunda de las exportaciones. Las exportaciones a Rusia supusieron en 2003 el 0,6% del valor de las exportaciones españolas totales de productos recogidos dentro de la partida 7114. En 2003 Rusia fue el destino decimotercero de las exportaciones españolas de joyería en valor.

A continuación se presenta un gráfico con la evolución de las exportaciones a Rusia de los productos recogidos dentro de la partida arancelaria 9101.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Gráfico Nº 6: Evolución de las exportaciones españolas de relojería a Rusia. Código Arancelario 7114. Datos en miles de Euros. Años 1998-2003.



Fuente: Consejo Superior de Cámaras

La evolución de las exportaciones españolas de relojes con caja de metal precioso o chapado en metal precioso ha sido irregular de 1998 a 2003. La crisis económica afectó gravemente a las exportaciones españolas de estos productos a Rusia. Sin embargo, en el año 2000 y 2001 las exportaciones de estos productos superaron los de antes de la crisis. En el año 2002 las exportaciones volvieron a caer significativamente, para sufrir una recuperación en el 2003 que situó el valor de las exportaciones realizadas en niveles levemente inferiores a los registrados antes de 1998.

Al no poseer suficientes datos respecto a las exportaciones de artículos recogidos dentro de la partida arancelaria 7116, donde se recogen las manufacturas de perlas finas que piedras semipreciosas o preciosas, no se puede realizar un análisis de la evolución de las exportaciones de este tipo de artículos.

A continuación se presenta una tabla con la evolución del valor de las exportaciones rusas a España de artículos de joyería, recogidos dentro de la partida 7113, artículos de orfebrería con la partida 7114, los relojes con caja de metal precioso con partida 9101 y las manufacturas de perlas finas que piedras semipreciosas o preciosas con partida 7116.

Como ya se ha indicado con anterioridad, no existe fuente rusa alguna donde obtener estos datos. Por tanto, se han actualizado los datos de ESTACOM sobre importaciones españolas de productos de procedencia rusa.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Tabla Nº 12: Evolución de las importaciones españolas de productos recogidos dentro de las partidas 7113, 7114, 9101, 7116 procedentes de Rusia. Años 1998-2004. Datos en miles de €.

| Año | 7113 | 7114 | 7116 | 9101 |
|-------------------|------|-------|-------|-------|
| 1998 | 73 | ----- | ----- | ----- |
| 1999 | 14 | 5 | ----- | ----- |
| 2000 | 36 | ----- | ----- | ----- |
| 2001 | 571 | ----- | ----- | 8 |
| 2002 | 5 | ----- | ----- | ----- |
| 2003 | 34 | 1 | ----- | ----- |
| 2004 (Junio 2004) | 34 | ----- | ----- | 1 |

Fuente: Consejo Superior de Cámaras

El valor de las exportaciones rusas a España de los que se poseen datos es muy bajo. Por otro lado, la evolución de las exportaciones de los artículos de joyería recogidos dentro de la partida arancelaria 7113 procedentes de Rusia ha sufrido una evolución desigual de 1998 a 2003. No se puede hablar de un aumento de las exportaciones rusas de joyería a España desde el año 1998, ya que, exceptuando las operaciones registradas en el año 2001, el valor de las mismas el resto de los años posteriores se ha situado a unos niveles muy inferiores a los registrados en el año 1998. Rusia está lejos de ser uno de los principales exportadores de joyería a España, ya que las ventas de los productos recogidos dentro de la partida arancelaria 7113 sólo representan un 0,016% del total. En el 2003 el 92% de estas exportaciones tuvieron como destino la Comunidad de Madrid.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Obstáculos comerciales

Exportar a Rusia resulta ser un procedimiento complicado, dado que la legislación rusa cambia con bastante frecuencia y es bastante farragosa en lo que respecta a las operaciones de comercio exterior. La entrada en vigor del nuevo Código Aduanero en Enero del 2004, derogando al anterior de 1993, supone una mejora en los procedimientos.

La mejor recomendación que se puede hacer a un exportador español a Rusia que quiera certificar sus productos es que involucre en el proceso a su contraparte rusa, lo que, por otra parte, es la práctica habitual.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

2.1.1. Barreras arancelarias

2.1.1.1. Sujeto activo

Pueden realizar los trámites aduaneros:

A.- Agentes de aduanas en posesión de licencia.

B.- Comerciantes debidamente registrados:

- Ante el Comité Estatal de Estadística (Goskomstat), que le asignará un código OKPO (clasificador de actividades semejante al CNAE en España).
- Ante la administración tributaria, que le asignará un Número de Identificación Fiscal (INN, en sus siglas rusas).
- Ante la aduana correspondiente.

Sólo pueden tomar parte en actividades de comercio exterior los comerciantes registrados o los agentes de aduana autorizados. Un comerciante que no cumpla los requisitos anteriores deberá hacer uso de los servicios de un agente de aduanas.

Por consiguiente, un empresario extranjero, en principio, no puede realizar trámites aduaneros sin la mediación de un agente de aduanas.

2.1.1.2. 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

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.

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

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

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.

El importador además debe presentar otros documentos: un poder para realizar operaciones aduaneras, una certificación ante los órganos fiscales, una licencia otorgada por el Banco Central de Rusia de apertura de cuenta en el extranjero, si se requiere de una en la operación de comercio, y un justificante de pago de los derechos aduaneros o de garantía de los mismos.

2.1.1.3. Barreras arancelarias y otros pagos en frontera

En la Federación Rusa hay tres exacciones a que están sujetos los artículos de joyería y orfebrería 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. Anteriormente también se requería pagar los derechos de accisas cuando se importaban joyas, que equivalían a un 5% del valor de la mercancía según la ley del 2 de enero del 2000. Estos derechos de accisas se han suprimido facilitando así la labor de los exportadores de joyería a Rusia.

El plazo general para el despacho de las 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.

A. Los aranceles de importación

La lista de los aranceles aplicables ha sido establecida por el Reglamento de 30 de noviembre de 2001, n. 830 (en vigor desde el 1 de enero de 2002). Existe una lista de tipos básicos y variaciones de los derechos aplicables según el país de origen. España, al igual que todos los países de la Unión Europea, disfruta del tratamiento de nación más favorecida en virtud del Acuerdo de Cooperación y Colaboración entre la UE y la Federación Rusa.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Tabla N° 13: Arancel aplicable

| POSICIÓN | DESCRIPCIÓN (no oficial) | ARANCEL APLICABLE |
|----------|--------------------------|--|
| 7113 | Artículos de joyería | 20% |
| 7114 | Artículos de orfebrería | 20% |
| 7116 | Manufacturas de perlas | 20% |
| 9101 | Relojes | 20% aunque no menos de 6 euros por cada pieza. |

B. La tasa de formalización aduanera

Desde el 1 de enero de 2005 la tasa de formalización aduanera será fijada por el Gobierno, no debiendo superar el coste de los servicios efectivamente prestados y con el límite de 100.000 rublos (Ley Federal 139, de 11 de noviembre de 2004).

C. 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. A principios del año 2004 el impuesto sobre el valor añadido para los artículos dentro del código 71 se redujo de 20% a 18%.

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

Tabla N° 14: Resumen de pagos en frontera

RESUMEN DE PAGOS EN FRONTERA

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

$$P = s + 0,0015v + 0,18 (v + s)$$

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 $0,0015$ la tasa de formalización aduanera.

Por ejemplo, en el caso de una mercancía sujeta a un arancel del 20%, nos encontramos, pues, con que

$$s = 0,20v$$

así que, sustituyendo:

$$P = 0,20v + 0,0015v + [0,18 \cdot (v + 0,20v)] = 0,4175v$$

Lo que equivale a decir que el conjunto de pagos en frontera asciende al 41,75% del valor aduanero de las joyas.

2.1.2. Barreras no arancelarias.

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.

2.1.2.1. Homologación del producto

En este apartado hay que tener en cuenta varios puntos:

- La certificación del producto en la Federación Rusa
- El sistema de GOSSTANDART. Las normas GOST R.
- El Certificado de conformidad (CDC)
- Obtención del certificado GOST R
- Obtención del sello de la Cámara de quilataje dependiente del Ministerio de Finanzas ruso.
- Obtención de la licencia de Gokhran Rossii

A. Certificación de producto en la Federación Rusa.

El 27 de junio de 2003, entró en vigor de la Ley de Regulación Técnica, lo que está dando lugar a una reorganización de todo el sistema de normas y reglamentos técnicos de consecuencias difíciles de predecir. Esta ley prevé una larga etapa de transición entre los sistemas antiguo y nuevo, que se podría prolongar hasta mediados del 2010. Por ello, conviene exponer el sistema todavía vigente y a continuación exponer los cambios que irá introduciendo la nueva ley.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

La Ley de Regulación Técnica incorpora las siguientes modificaciones:

- Congela las normas GOST y las de otros sistemas en el estado en que estuvieran en junio de 2003. Dichas normas permanecerán vigentes hasta que se vayan aprobando los reglamentos técnicos que las sustituyan.
- Los reglamentos técnicos deben establecer mínimos que no impidan la actividad empresarial. Se admite la incorporación de normas internacionales o nacionales de calidad de reglamentos técnicos rusos.
- Los reglamentos técnicos pueden ser horizontales, de promulgación obligatoria, o verticales, de promulgación voluntaria con vigencia sectorial.
- La adopción de los reglamentos se realizará por ley federal.
- La Ley deja abierta la cuestión de la obligatoriedad de la certificación del producto. Cada normativa técnica decidirá sobre la cuestión en el sector que regule.
- En caso de que la certificación sea obligatoria no se permitirá la entrada territorio aduanero de la Federación Rusa a aquellas mercancías que no posean dicha certificación.
- Se separan las funciones del órgano de certificación y del laboratorio que lleva a cabo los ensayos; éste último no entrará en contacto con el solicitante y ni siquiera conocerá sus datos.
- Se conserva el marcado de los productos en los términos del régimen general.
- Se establece un plazo de siete años para la adopción de los reglamentos técnicos. De no adoptarse, perderán su vigencia los estándares rusos existentes y el sector afectado podría quedar sin regulación.

Actualmente, en la Federación Rusa coexisten dieciséis esquemas de certificación, el más importante de los cuáles 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

B. El sistema de GOSSTANDART. Las normas GOST R.

En relación con la obligatoriedad de su certificación, los productos recogidos dentro de los códigos arancelarios 7113, 7114, 7116 y 9101, no requieren de certificación obligatoria.

C. Sello de la Cámara rusa de Quilataje.

El sellado de los artículos de joyería o realizados con metales preciosos viene regulado por el Decreto del Gobierno de la Federación Rusa Del 18 de Junio de 1999 N° 643 “ Sobre la Orden de la prueba y el sellado de los artículos realizados con materiales preciosos”. Según esta ley, el sellado de las joyas y de otros artículos realizados con metales preciosos fabricados en el extranjero e introducidos dentro del territorio de la Federación Rusa para su venta se puede llevar a cabo sólo mediante la presentación de la confirmación del pago de los derechos aduaneros por parte de las autoridades.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Según este decreto, en Rusia están establecidos los distintos sellos de contraste de acuerdo con el porcentaje de metal precioso en el artículo. Los quilates establecidos oficialmente se presentan en la tabla a continuación.

Tabla N° 16- Categorías establecidas según el porcentaje de metal precioso del artículo

| Material | Categorías |
|-----------------|------------------------------|
| Platino | 950, 900, 850 |
| Oro | 999, 958, 750, 585, 500, 375 |
| Plata | 999, 960, 925, 875, 830, 800 |
| Paladio | 850, 500 |

Cámara Rusa de Quilataje

A continuación se presenta una imagen con los sellos de garantía que la Cámara Rusa de Quilataje otorga:

**Imagen N° 2: Sellos de garantía
Para los artículos de oro**



Para los artículos de plata



Para los artículos de platino



Para los artículos de paladio



Como puede observarse, la forma depende del material objeto de sellado, el número puede variar dependiendo de la categoría.

Este sello es obligatorio para todos aquellos artículos de joyería o realizados con metales preciosos que se hayan producido en el extranjero y se introduzcan dentro de la Federación

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Rusa para su comercialización. Sin embargo, la Ley especifica también en un listado los productos que no se hallan sometidos al sellado por parte de la Inspección Estatal de vigilancia del quilataje. Estos artículos son:

- Joyería y artículos realizados con metales preciosos que tengan un valor histórico o arqueológico.
- Incrustaciones de oro y de plata en armas, jarrones, platos, cajitas, objetos de culto religioso y etcétera.
- Pepitas de metales preciosos, minerales naturales usados para la enseñanza de los metales preciosos.
- Instrumentos, equipamiento para laboratorios y otros artículos realizados de metales preciosos y destinados al uso científico, a la producción, a la medicina y a otros usos especiales.

La Cámara Rusa del Quilataje, dependiente del Ministerio de Finanzas ruso, es la que se encarga de valorar y de sellar la pieza importada, tal y como indica la ley del 2 de febrero de 1998 N° 106. Como ya se ha mencionado con anterioridad, el sellado de los artículos que sean extranjeros sólo se producirá una vez pagados los derechos aduaneros y resto de pagos establecidos la normativa del Servicio Federal Aduanero de la Federación Rusa.

2.1.2.2. La licencia de Gokhran Rossii

Este requerimiento viene recogido dentro del Decreto del Gobierno de la Federación Rusa del 24 de enero de 1994 N° 35 “Sobre el Régimen de Importación en la Federación Rusa y exportación desde la Federación Rusa de artículos que contengan metales preciosos, piedras preciosas, ámbar y artículos realizados con estos materiales”

En este Decreto se especifica que la importación en la Federación Rusa y la exportación desde este país de estos artículos se realizará a través de licencia. Este documento lo otorga el Ministerio de Desarrollo Económico y Comercio de la Federación Rusa, a partir de la solicitud dada según la normativa del Ministerio, con la aprobación previa del Comité de Metales y Piedras Preciosas de la Federación Rusa.

El Decreto también recoge un listado por códigos arancelarios de los artículos que requieren licencia. A continuación se presenta un listado de los códigos arancelarios objeto de este estudio que requieren de dicha licencia.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Tabla N°17: Códigos arancelarios sometidos a licencia

| Descripción | Código | Observaciones |
|--|---------------|---------------------------|
| Manufacturas de piedras preciosas, semipreciosas, sintéticas o reconstituidas | 7116 20 | Sólo naturales |
| Manufacturas de perlas finas o cultivadas | 7116 10 000 0 | |
| Artículos de joyería y sus partes de plata, incluso revestidos o chapados de otros metales preciosos. | 7113 11 000 0 | Sólo de metales preciosos |
| Artículos de joyería y sus partes de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos. | 7113 19 000 0 | Sólo de metales preciosos |
| Artículos de orfebrería y sus partes de plata, incluso revestidos o chapados de metales preciosos. | 7114 11 000 0 | Sólo de metales preciosos |
| Artículos de orfebrería y sus partes de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos. | 7114 19 00 0 | Sólo de metales preciosos |

Para poder obtener esta licencia se deben presentar una serie de documentos al Gokhran Rossii. Los documentos que se deben presentar a la hora de recibir la licencia para exportar a Rusia artículos de joyería o realizados con materiales preciosos vienen recogidos en la Orden de Gokhran de la Federación Rusa del 27 de julio de 2000 N° 166. “ Sobre la aprobación de la disposición de la aceptación de la solicitud para la licencia de importación al territorio de la Federación Rusa y de exportación desde el territorio de la Federación Rusa de metales preciosos, piedras preciosas, elementos de ellos o artículos que contengan los mismos” .

Según esta Orden, los documentos que se deben presentar en Gokhran Rossii son:

- Una carta a la atención del director de Gokhran Rossii.
- Solicitud para la obtención de la licencia, cumplimentada de acuerdo con las leyes.
- Una copia del contrato de compraventa con una especificación del surtido del producto exportado a Rusia, con el número de artículos y precio de los mismos.
- Copias de los documentos donde se indiquen de dónde proceden los metales y piedras preciosas y los artículos que los contengan.
- Una copia del certificado de registro de la Inspección de la Vigilancia del Quilataje en el lugar de registro de la licencia del solicitante para trabajar con metales y piedras

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

preciosos, objetos realizados a partir de los mismos o artículos que los contengan. La Inspección Estatal de Vigilancia del Quilataje depende directamente de la Cámara Rusa de Quilataje.

- Copias legalizadas notarialmente de los documentos entregados y de los registros de los documentos. En el caso de las personas jurídicas, se deberá presentar un registro estatal.

2.1.2.3. 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 los artículos realizados con metales preciosos las menciones obligatorias deben ser las siguientes:

- Denominación de la mercancía.
- Modelo del producto
- País de producción.
- Empresa fabricante.
- Nombre y dirección del productor o distribuidor.
- Composición (los ingredientes han de enumerarse por orden de importancia y con el porcentaje que presenten)
- Código de barras, si lo tiene.

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

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. LA DISTRIBUCIÓN EN RUSIA

Sobre todo a partir de 2002 se abrieron varios centros comerciales, un gran número de supermercados y algunos hipermercados en Rusia. No obstante, el comercio tradicional (pequeñas superficies con vendedores situados tras un mostrador y distintas colas para elegir y pagar la mercancía) todavía sigue predominando, con una enorme importancia de los mercadillos al aire libre y de todo tipo de formas de comercio no organizado, como quioscos, tenderetes, puestos callejeros, etc.

Gráfico N° 7: Reparto del comercio minorista

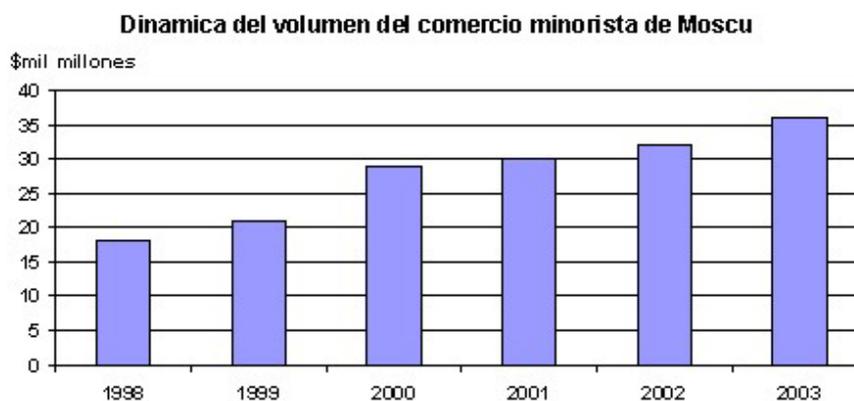


Fuente: GFK-RUS

La situación está cambiando, y lo está haciendo en beneficio del comercio moderno. Según los expertos de agencia A.T.Kearney, los mercados más atractivos para las inversiones en el sector del comercio minorista moderno son Rusia, China, India, Eslovenia y Croacia, debido al crecimiento que han experimentado en los últimos años. Durante el año 2003, según los datos facilitados por el Goskomstat, el volumen del comercio minorista en Rusia supuso, en términos monetarios, unos \$30.000 millones.

El siguiente gráfico indica la dinámica del volumen del comercio minorista en Moscú en términos monetarios:

Gráfico N° 8: Dinámica del volumen del comercio minorista en Moscú
Datos en miles de millones de USD



Fuente: Goskomstat

Hay que señalar que la distribución organizada supone un 30% del total en Rusia. En Moscú, el comercio minorista se reparte de la siguiente manera: un 53% son supermercados, un 27% tiendas de saldos, un 10% hipermercados, un 8% *cash&carry* y un 2% pequeñas tiendas, situadas en las zonas residenciales, denominadas "Produkti".

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.

Si se distinguen 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. Según todos los indicios, este retardo en la evolución de las regiones se mantendrá en el futuro, por lo que es poco probable que aparezca la gran distribución en las regiones de Rusia hasta dentro de algunos años, pero no que ésta aparecerá finalmente.

La importancia, sobre todo, de Moscú, está clara: 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.

2. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE JOYERÍA

La evolución de la distribución en el sector de joyería hasta el momento actual viene marcada por una serie de características:

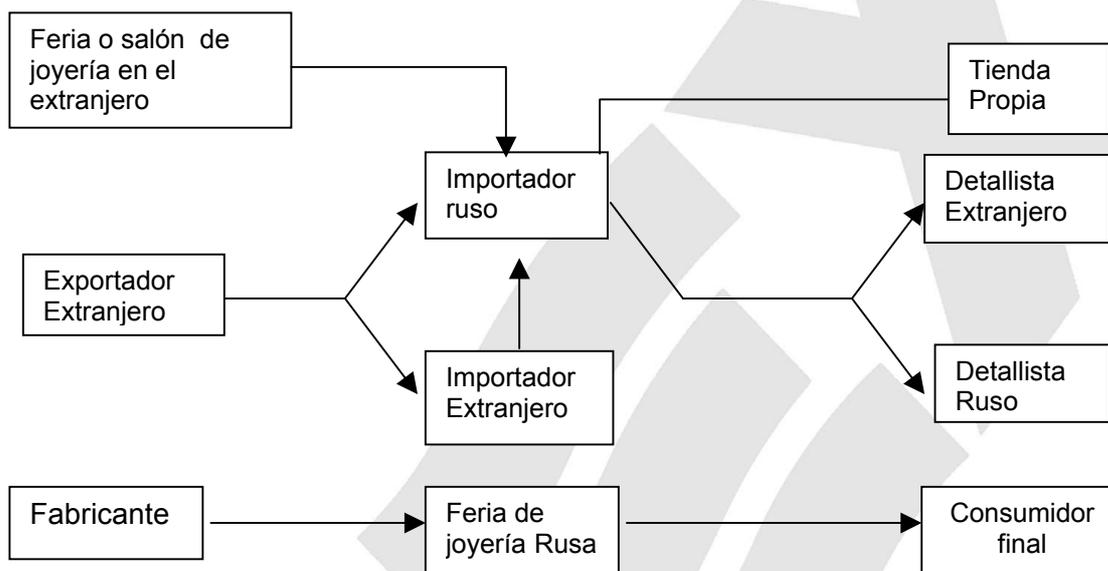
- La etapa soviética y su posterior caída. En la época soviética tanto la extracción de materias primas, como la producción de artículos y su comercialización, estaban controladas por monopolios estatales. El Estado era el que decidía cuánto, cómo y qué se producía, para luego encargarse de la distribución y venta de estos productos a los consumidores. La producción estaba dirigida a un consumidor monolítico, con gustos y necesidades similares, y esta concepción hacía que la importancia del diseño del artículo pasara a un segundo plano. A la caída de este sistema le siguió una etapa de relativo caos, en la cual se comenzó a crear una red de distribución de forma bastante desordenada. Estas circunstancias propiciaron que, a la postre, fueran sólo unos pocos actores los que consiguieran operar en el mercado.
- El sistema de distribución que se formó a comienzos de los 90 tenía su centro de poder en la figura del importador - distribuidor. Se comenzaron a importar a través de esta figura productos extranjeros que sí respondían a las necesidades reales de los consumidores que se podían permitir el adquirirlos.
- La crisis del 98. En este año tuvo lugar una profunda crisis económica en la cual numerosas empresas se vieron obligadas a cerrar. Los distribuidores que sobrevivieron a esta crisis salieron reforzados. Una vez superada esta etapa las importaciones rusas de artículos realizados con materiales preciosos crecieron.
- La gran importancia de la figura del Importador/ distribuidor. Debido al complejo proceso que conlleva el introducir mercancías en Rusia, ni las empresas fabricantes de artículos de joyería suelen exportar a Rusia directamente, ni los detallistas rusos suelen introducir la mercancía directamente dentro del país. Por esto, la figura del importador / distribuidor se convierte en una figura imprescindible ya que es el que se encarga del despacho de las mercancías en la aduana y su posterior distribución.
- Las trabas administrativas de la aduana rusa. El sistema legislativo ruso se ha caracterizado tradicionalmente por su gran complejidad. Las normas, además, cambian con bastante frecuencia. Existe una gran dificultad a la hora de obtener certificaciones en este país, ya que los certificados aceptados internacionalmente no son válidos a la hora de exportar artículos de joyería a Rusia. Este fenómeno, si bien se produce en todos los sectores, afecta especialmente a los artículos producidos con materiales preciosos.
- Los importadores rusos en general, y las empresas rusas dedicadas a los artículos de lujo en particular, se están especializando cada vez más. Esto hace que la distribución en Rusia poco a poco se vaya pareciendo más al modelo europeo.
- No está difundida la figura del agente comercial, ya que las empresas tienden a desconfiar de cualquier tipo de intermediario en la realización de las operaciones comerciales.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

- La cadena de distribución en las importaciones rusas de joyería, al igual que en otros muchos sectores, es muy corta. Los artículos realizados con materiales preciosos provenientes de Europa se suelen encarecer mucho y el precio de venta al público que alcanzan suele ser bastante más alto que el de los productos rusos.

A continuación se presenta un esquema simplificado de la distribución de joyería en Rusia:

Gráfico N° 9: Esquema simplificado de la distribución de la joyería en Rusia



La estrategia seguida por la casi totalidad de los exportadores extranjeros a Rusia es la venta de sus artículos al importador /distribuidor ruso para que éste se encargue de la introducción de las mercancías y después venda sus productos a los detallistas. Ni el fabricante extranjero, ni el detallista ruso suelen introducir directamente la mercancía en Rusia debido al complicado proceso que ello conlleva.

Existen varias empresas extranjeras de joyería, como Cartier, Tiffany's y Chaumet, que tienen tienda propia en Moscú. La empresa madrileña Carrera y Carrera abrirá una tienda exclusiva a finales de 2004 en el centro de Moscú. Esta firma en la actualidad vende sus productos a través de las tiendas de su distribuidor.

Existe un número creciente de importadores rusos que acuden a las ferias internacionales de joyería celebradas en el extranjero para observar cuáles son las tendencias del mercado internacional, y, muchas veces, para adquirir productos directamente.

En muchas de las ferias y exhibiciones de joyería celebradas en Rusia existe la posibilidad de que el consumidor adquiera los productos que están expuestos. Por ello, se incluye este tipo de canal dentro del esquema simplificado de distribución.

3. PUNTOS DE VENTA

Existen varios tipos de establecimiento de venta al público de artículos de joyería:

- Establecimientos con nombre genérico. En la época soviética eran los establecimientos típicos de venta de artículos de joyería al público. Como entonces, aparecen identificadas sólo con un nombre genérico, como puede ser “Yuvelirniye Izdeliya” que significa artículos de joyería. En estas tiendas es posible encontrar artículos de joyería primordialmente de fabricación rusa. A veces, también viene añadida la palabra “Suveniry” indicando que también tienen artículos de regalo. En este tipo de establecimientos es posible encontrar también productos de orfebrería y relojería, junto con las joyas. A pesar de no tener ningún tipo de nombre identificativo, no invertir en publicidad y, muchas veces, no haber realizado prácticamente ningún tipo de cambio en el establecimiento desde la época soviética, algunas de estas tiendas se pueden encontrar en el centro de las grandes ciudades rusas, en calles céntricas y muy caras, como pueden ser Nevskiy Prospect en San Petersburgo o Tverskaya en Moscú.
- Establecimientos independientes con nombre identificativo. Pueden ser tiendas individuales o pertenecientes a una cadena. Estas tiendas, sobre todo las situadas en el centro de las grandes ciudades, suelen tener un nombre identificativo y, en la medida de lo posible, intentan diferenciarse del resto de establecimientos. Estos establecimientos ofrecen artículos dirigidos a un segmento medio, y, los situados en el centro de las grandes ciudades, suelen incluir dentro de su surtido tanto producción rusa como extranjera, sobre todo italiana y alemana.
- Boutiques individuales. Se trata de joyerías como las de cualquier gran ciudad europea. Este grupo de boutiques comenzaron a aparecer en Moscú a finales de los 90 y cada vez tienen más popularidad. Son salones de lujo o Boutiques de élite, cuyo surtido se centra en su mayoría en producción extranjera en general y europea en particular. En las tiendas de élite que están especializadas en relojería se suelen comercializar artículos a partir de los 1.500 de dólares, en su mayoría de procedencia suiza. Las boutiques individuales de productos fabricados con materiales preciosos, suelen estar localizadas en el centro de las grandes ciudades así como en los centros comerciales que cada vez más se están expandiendo en las afueras de las grandes urbes.
- Tiendas propias de fabricante. Las empresas de joyería extranjera que poseen tienda propia en Rusia suelen estar situadas en el centro de las ciudades o en los nuevos centros comerciales que están apareciendo alrededor de las grandes urbes y están dirigidas a un segmento de mercado muy alto. Si se consideran las tiendas de fabricante rusas, podemos encontrar más variedad en cuanto al posicionamiento, aunque, en general se sitúan en un segmento de mercado más bajo. Una de las empresas fabricantes rusas que poseen salón propio en Moscú y están situadas en un nicho de mercado medio-alto es la empresa *Yuvelirnyi Teatr*. Otro ejemplo, dirigido a un segmento medio, lo constituye la empresa *Ruskiye Samosvety*, que comercializa sus productos a través de sus tiendas, encargándose de la distribución.
- Tiendas propias de importador/ distribuidor. Existen grandes empresas importadoras que surgieron a partir de la privatización del monopolio soviético que conservaron, en

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

muchas ocasiones, su estructura original y sus redes comerciales. Estos grandes importadores rusos en la actualidad tienen tiendas propias donde venden los productos que ellos mismos importan. Algunas de estas empresas también fabrican artículos para poder asegurar su suministro de tiendas. En este apartado se puede incluir a la empresa *Tsentr Yuvelir*, que posee una red de 24 tiendas en Moscú. Sin embargo, esta empresa todavía está muy centrada en la producción rusa, importando sólo un 7% de su surtido. La empresa *Adamas* y la empresa *Almaz-Holding*, son líderes en el mercado y poseen dos de las redes de tiendas más importantes en Rusia. Por lo que respecta a la importación de relojes, las cadenas de tiendas pertenecientes a los importadores más importantes son *Crocus* y *Lux Holding* que tienen una cadena de Boutiques en Moscú.

- Ferias del sector. Las ferias tradicionales dedicadas al sector de los artículos fabricados de materiales preciosos que se celebran en Rusia, están dirigidas a profesionales, aunque, por lo general, existe una gran afluencia de consumidores finales, que acuden a este tipo de ferias por la oportunidad de conocer toda la oferta disponible y porque, normalmente, en este tipo de eventos es posible adquirir el producto a un precio relativamente menor que en el establecimiento habitual. Así, la feria *Juvelir 2004*, la feria más grande del sector en Rusia, que este año celebró su cuadragésimo sexta edición, se anunciaba como una feria profesional, pero también un lugar donde se podían adquirir los artículos a un precio menor que en la tienda, y, de hecho, tuvo una gran afluencia de público general. Sin embargo, los compradores en este tipo de eventos suelen adquirir artículos rusos, ya que, hasta la fecha, no existe una presencia significativa de empresas extranjeras en este tipo de ferias. Además, las empresas no rusas que introducen sus artículos dentro del país para acudir a una feria lo suele hacer en régimen de importación temporal.
- Venta por catálogo. La venta por catálogo no está muy desarrollada en Rusia. Uno de los principales inconvenientes a la hora de adquirir productos por catálogo es el mal funcionamiento del correo ruso. Aún así, existen empresas que comercializan sus productos a través de catálogo y envían sus artículos por correo. Una de estas empresas es *Fiantiposytorg*, que produce y distribuye de esta forma artículos bajo la marca Signity.
- Internet. Al igual que ocurre con la venta por catálogo, la venta por Internet no está muy desarrollada en Rusia. Existe, no obstante, un número relativamente grande de empresas que comercializan sus productos a través de este medio. Este tipo de tiendas o bien comercializan artículos de cualquier tipo de material precioso o bien centran su actividad en artículos realizados con materiales concretos. En el primer grupo se podría englobar a portales como www.dum.ru, www.biser.net.ru o www.olin.ru dedicadas a artículos realizados con materiales diversos. En el segundo podrían incluirse los numerosos establecimientos *on-line* dedicados a artículos realizados con ámbar como www.ambertrin.com o www.amber.kaliningrad.net, y, en tercer lugar, las tiendas por Internet dedicadas a los artículos realizados con piedras preciosas y semipreciosas como www.fairystones.ru.
- Duty free. En este tipo de establecimientos se suele comercializar joyería original o de marcas extranjeras de renombre, entre otros muchos productos. La ventaja de estos establecimientos es que se pueden adquirir marcas extranjeras que en los establecimientos rusos alcanzan un precio bastante alto, a un precio menor. Un claro

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

ejemplo de estos comercios es la compañía ruso- irlandesa *Aerofirst*, propietaria de las tiendas *Moscow Duty Free* del aeropuerto de Moscú. En estas tiendas se pueden encontrar artículos de joyería y relojería de marcas como Misaki, Balmain, Kenzo, Swarovski, Majorica o Frey Wille. Este tipo de tiendas gozan de gran popularidad entre la población rusa que se desplaza habitualmente en avión.

- Mercadillos. En los mercadillos de artesanía y en los pequeños mercados al aire libre de algunos barrios, no es raro encontrar algunos puestos que comercialicen productos realizados con materiales preciosos o semipreciosos. Algunos creadores y pequeños talleres rusos usan estos lugares para comercializar sus artículos. En Rusia la mayoría de estos puestos suelen comercializar productos realizados con malaquita u otras piedras semipreciosas o el ámbar. También se pueden encontrar artículos de plata. La ventaja de los productos que allí se comercializan suele ser la del precio y, en algunos casos, la originalidad. El público ruso que acude a este tipo de establecimientos lo hace con la intención de encontrar un producto diferente a buen precio. No siempre la mercancía está adecuadamente sellada, etiquetada y certificada. La producción procede en su mayoría de Rusia, países CEI y países asiáticos.
- Comercio minorista situado en las zonas de tránsito. Son pequeños establecimientos que comercializan regalos y joyería que se sitúan en el metro, en sus inmediaciones, en pasillos o en zonas al aire libre por las que pasa mucha gente. Este tipo de comercios se suele dividir en dos grupos: los establecimientos de venta de productos religiosos y las tiendas de regalos. En los comercios religiosos no existe un surtido muy amplio. Los productos que allí se encuentran suelen ser anillos, cadenas y colgantes de oro y plata de confección muy simple. En las tiendas de regalo es posible encontrar algún producto de importación, junto con los artículos rusos. La ventaja de estas tiendas es que venden sus productos a un precio menor que en otro tipo de establecimientos sin prestar atención a la marca del producto. En los puestos de regalos a veces es posible encontrar artículos de orfebrería fabricados o bañados en plata, como vasitos, jarras, adornos o cuchillos, aunque raramente están adecuadamente sellados, certificados y etiquetados.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Distribución de la renta disponible

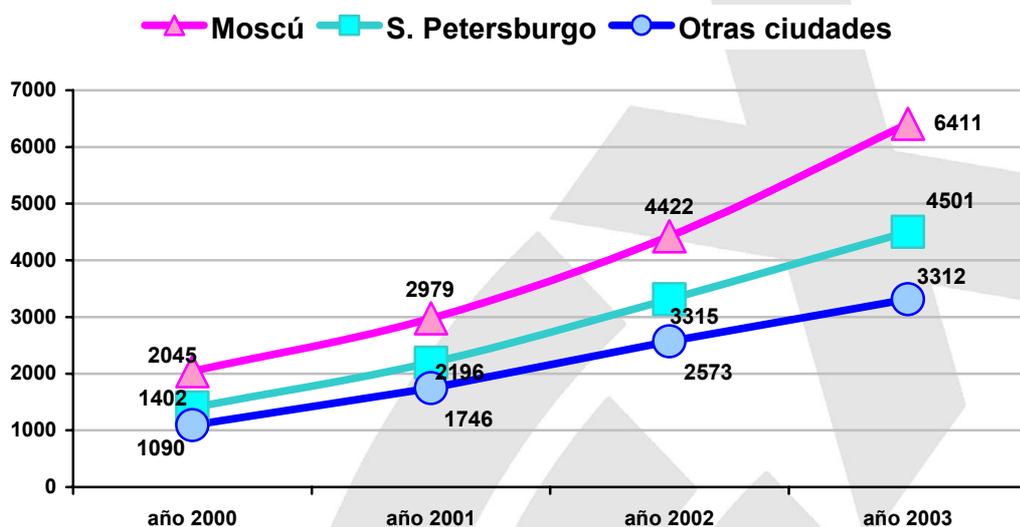
Resulta interesante evaluar cómo las transformaciones de todo tipo ocurridas en Rusia a lo largo de los últimos quince años han afectado a las fuentes de renta de la población y a su gasto. Las fuentes de ingresos, en particular, han sufrido un cambio muy importante.

Durante la época soviética casi la única fuente de renta provenía de los salarios. Dicha situación ha ido cambiando paulatinamente a lo largo de los últimos años, si bien las rentas salariales siguen siendo preponderantes. Se ha producido un claro aumento de las rentas procedentes de actividades empresariales y profesionales por cuenta propia (que en la época soviética, salvo limitadísimas excepciones, estaban prohibidas) y de las rentas de la propiedad, igualmente muy limitada en la época soviética.

Según la consultora Renaissance Capital, el consumo privado aumentará en el periodo 2003-2010 como resultado de la transición de una economía industrial a una economía orientada hacia el mercado. Se calcula que para el año 2010 la renta per cápita en (Paridad de Poder Adquisitivo) será de 10.050 \$USA.

La renta disponible en Rusia ha aumentado de forma constante desde principios de 2000, tras superarse la crisis del año 1998. En la primera mitad de 2003 la renta real disponible ha aumentado un 14,6% respecto al mismo periodo del año anterior. No existen signos que indiquen que esta tendencia se vaya a invertir. En la actualidad, Rusia tiene uno de los niveles de renta real disponible más altos de los mercados emergentes. A continuación presentamos un gráfico elaborado por la consultora Comcon Media sobre el ingreso por miembro familiar mensual en Rusia en rublos (1€= 35,51 rublos a 26.08.2004)

Gráfico N° 10: Ingresos por miembro familiar mensual en Rusia en rublos. Años 2000-2003. Datos en rublos



Fuente: Comcon Media

De acuerdo con estos datos, los ingresos de cada miembro de la familia se han multiplicado por tres en los últimos tres años. También se puede observar que los ingresos familiares son mucho mayores en Moscú y San Petersburgo que en el resto de las ciudades rusas. Esto se debe a unos salarios más elevados que en otros lugares del país. Este, junto con otros datos, nos servirá para más tarde poder realizar una segmentación geográfica del mercado ruso.

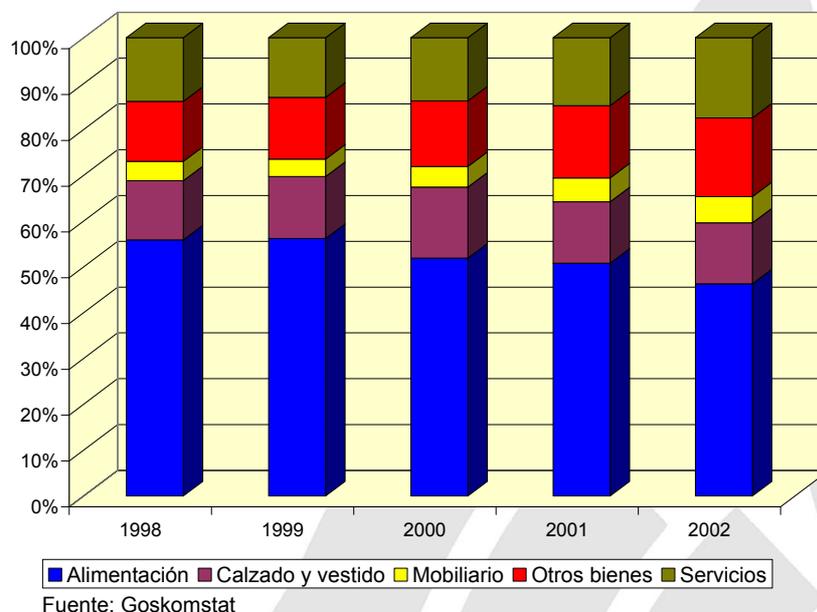
En lo que respecta a la división por estratos económicos de la población, el mercado en la Federación Rusa está segmentado de manera muy marcada. En todos los casos, la actitud hacia el producto extranjero es positiva, ya que toda la población sigue identificando la producción extranjera como producción con buen diseño y calidad, en contraste con la producción propia. Sin embargo, no todo el mundo puede permitírselo.

Los consumidores de renta alta y media, este último grupo formado por la clase media de profesionales liberales y del sector servicios que está reapareciendo gracias a la reactivación de la economía rusa en los últimos años, puede permitirse la compra de productos de importación. La calidad y el diseño 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.

El grupo formado por los consumidores de rentas más bajas no está en condiciones de adquirir producto importado de Europa Occidental.

A grandes rasgos, y durante los últimos cinco años, el gasto en bienes y servicios ha sido el siguiente:

Gráfico N° 11: Distribución del Gasto de los Hogares



Como se puede observar en este gráfico, se ha producido una redistribución en el reparto del gasto de los hogares. Así, se observa una disminución del peso de los ingresos que se destinan a alimentación, mientras que aumentan los destinados a bienes de consumo de todo tipo y servicios.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

El consumidor medio ruso, según "Renaissance Capital"⁴, tiene una edad de entre 35-55 años, es mujer, vive sola y tiene un hijo y unos ingresos medios mensuales de \$350. Un 43% de la población pertenece a este segmento, que evidentemente no se puede considerar clase media. No obstante, es significativo el hecho de que en los últimos años el porcentaje de población cuyos ingresos no superan los \$50/mes está disminuyendo rápidamente, y actualmente, el consumidor medio ruso, por primera vez desde la crisis, empieza a notar una mayor estabilidad, lo que ha llevado a una alteración en los patrones de consumo.

⁴ Renaissance Capital: "The Future Of Russia's Consumer Sector"

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

La demanda de artículos de joyería de alta calidad está creciendo constantemente, y se ha redistribuido hacia un mayor consumo de joyas realizadas con diamantes. No obstante, los productos más vendidos, en general, son aquellos realizados en plata. Los artículos de oro gozan también de gran popularidad, situándose en segundo lugar en ventas. El platino está afianzando su presencia en el mercado, aunque todavía se sitúa muy lejos de los niveles de los artículos fabricados en oro y plata. El paladio como material de fabricación de joyería todavía tiene una presencia mínima.

La cultura rusa está, tradicionalmente, ligada fuertemente a la joyería, y, en la mayoría del territorio, un artículo realizado con metales o piedras preciosas no sólo es percibido como un buen regalo o complemento de moda, sino también como una buena herencia para las generaciones futuras. Sin embargo, sobre todo en Moscú y San Petersburgo, esta concepción está cambiando cada vez más y el factor del estilo y las tendencias de la moda están influyendo cada vez más en los consumidores a la hora de elegir un producto.

Es importante diferenciar a estas dos grandes ciudades del resto de las regiones rusas. A su vez, es conveniente no olvidar el estrato económico en el que se sitúa el consumidor. Los patrones de consumo según los expertos, difieren en gran medida, dependiendo de estos dos factores. Moscú y San Petersburgo, por ahora, son las dos únicas ciudades rusas en las cuales existen consumidores que adquieren productos de acuerdo con las últimas tendencias de la moda en Europa. En el resto de las regiones rusas, así como en los alrededores de las grandes capitales, se siguen consumiendo artículos de estilo clásico adhiriéndose al “eterno estilo del siglo pasado”. Un ejemplo de este estilo “clásico” son los artículos realizados con un oro rojizo, debido a su alto porcentaje de cobre, que era el material con el que se fabricaban muchos de los artículos en la época soviética.

La compra de artículos con y sin piedras preciosas o semipreciosas, depende también no sólo del gusto de cada consumidor, sino también de su poder adquisitivo y situación geográfica. De acuerdo con las estadísticas un 70% del segmento medio de la población rusa no ha consumido nunca en su vida artículos con brillantes.

Las joyas y artículos realizados con materiales preciosos dirigidos al público femenino predominan en el mercado. La consumidora rusa, por lo general, suele tener claro lo que quiere a la hora de acercarse a un establecimiento para realizar una compra. En Moscú y San Petersburgo, factores decisivos a la hora de comprar un producto suelen ser el material con el que está realizado, o un diseño innovador o llamativo. En la joyería de más alto nivel, dentro de la cual se incluyen las grandes marcas extranjeras de joyería y los artículos realizados en el extranjero con piedras preciosas, los factores decisivos a la hora de realizar la compra son el diseño, y, especialmente, la marca. Los modelos más llamativos suelen gozar de bastante popularidad.

De acuerdo con los expertos, existen tres estilos de joyería: Clásico, Folklórico (esto es con motivos orientales, asiáticos, de Norteamérica, de África... etc.) y “Avantgard” (esto es, un estilo vanguardista). Las consumidoras rusas procedentes de las dos grandes ciudades y con un nivel de renta alto consumen más productos pertenecientes al segundo y al tercer grupo de productos que las consumidoras procedentes de otras regiones, que prefieren un estilo más clásico. Las últimas tendencias del mercado apuestan por una joyería femenina de colores brillantes, de formas extraordinarias, con una combinación de diferentes materiales y/o con tallados “increíbles”.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Los artículos realizados con materiales preciosos dirigidos al público masculino, representan sólo el 3% del mercado. Sin embargo existe una gran atención por parte de los joyeros hacia este segmento. Según algunos profesionales del sector, los modelos dirigidos al hombre ruso deben ser “fríos y masculinos”, proponiendo una amplia gama de artículos realizados en plata, sin embargo existen otras muchas firmas, como *Lindsay & Co* y *Jean Marc Garel*, que proponen productos hechos con oro y piedras preciosas, en modelos mucho más atrevidos.

Los hombres suelen ser más inseguros que las mujeres a la hora de elegir un artículo. Según los expertos, el vendedor juega un rol muy importante como prescriptor del producto, ejerciendo muchas veces gran influencia sobre la decisión final del consumidor masculino. Los artículos más solicitados son relojes, gemelos, cadenas, pulseras y anillos. Por otro lado, una de las últimas tendencias del mercado es la de regalar cuchillos con incrustaciones de piedras preciosas y/ o realizados con metales preciosos.

Un segmento que está creciendo con fuerza es el público más joven del mercado en las grandes ciudades, el cual elige los artículos de joyería guiado por su diseño innovador y no por la calidad. Los productos que están aumentando cada vez más su popularidad son los pendientes para “piercing”, las pulseras para los tobillos, los sellos para hombre y los gemelos femeninos. La joyería infantil también está experimentando un crecimiento importante en Rusia.

2.2. Hábitos de compra

Un consumidor perteneciente al estrato económico más alto es comprador habitual de joyas. Sin embargo, menos de un 20% de los consumidores de renta media afirma adquirir regularmente artículos realizados con materiales preciosos. Además, sólo algunas de las tiendas situadas en las grandes capitales disponen de un surtido que responda a las últimas tendencias de la moda. Los compradores habituales de “joyería de moda”, esto es, artículos que estén situados a un nivel europeo, suelen ser de alguna de las dos grandes capitales, pertenecen a un estrato económico alto y están situados en la franja de los 30- 40 años. Estos compradores suelen adquirir productos extranjeros, ya que la producción rusa no se suele acomodar a las últimas tendencias de la moda. Como ya se ha avanzado con anterioridad, las joyas adquiridas por este sector suelen ser de un estilo más “folklórico” o “avantgard”. Las compradoras habituales de joyería suelen adquirir joyas de acuerdo con la ropa u objetos con la que las vayan a combinar.

Por lo que respecta a la relojería, el consumidor tipo ruso que sigue las tendencias de la moda, no sólo suele poseer un solo reloj sino varios. Los consumidores acuden habitualmente a las tiendas especializadas para buscar este tipo de productos. Los especialistas afirman que, en un reloj básico, un consumidor está dispuesto a pagar unos 100 USD o más. Sin embargo, un comprador habitual de este tipo de artículos normalmente gasta más dinero en los relojes de última moda. Según los expertos, un comprador habitual, gasta en un modelo de reloj para uno o dos años cerca de 400 USD. En el periodo estival, este mismo tipo de comprador gastará 500-600 USD en modelos deportivos. Sin embargo, es importante recordar que la mayoría de los consumidores pertenece a un nivel de renta medio en el cual gozan de gran popularidad los modelos japoneses que tienen un precio más asequible (50-60 dólares).

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

El consumo de joyería y productos realizados con metales o piedras preciosas no es tan estacional como en otros países. Aunque la mayoría de las ventas se producen en la época navideña, la mujer rusa que se lo puede permitir suele realizar más de una adquisición o recibe más de un artículo como regalo a lo largo del año.

Las épocas de mayores ventas de joyería son:

- Navidad.
- Día de la mujer, 8 de marzo. Esta es la segunda época del año en la que se producen más ventas de artículos de lujo, después de Navidad.
- Día de los enamorados, 14 de febrero. Cada vez está ganando más popularidad.
- Día del hombre, 23 de febrero. En Rusia se venden bastantes joyas dirigidas al público masculino en esta fecha.
- Verano. Existe un gran número de parejas rusas que se casan en verano.

Por otro lado las épocas en las cuales se producen menos ventas son el mes de mayo, en el cual hay dos semanas de vacaciones y el de noviembre, en el cual se producen menos adquisiciones de artículos de lujo al estar cercana la época navideña.

3. ESTRUCTURA DEL MERCADO

3.1 Tamaño del mercado

Según los expertos, el aumento de los ingresos en Rusia en el año 2003, ha coincidido con un aumento en el consumo de joyas. Las estimaciones más conservadoras estiman que el mercado de la joyería en Rusia fue de 1.000 o 1.500 millones de dólares en 2003. De acuerdo con la opinión de los profesionales del sector, el mercado de diamantes representa el 40% de esta suma. Por lo que respecta al sector de la relojería, de acuerdo con estadísticas oficiales, en el año 2003 un total de 26 millones de relojes, rusos e importados, fueron vendidos en la Federación Rusa.

3.2 Segmentación geográfica del mercado.

A. Moscú y San Petersburgo.

Las dos grandes capitales siguen siendo los dos grandes polos de atracción de inversiones, centros comerciales indiscutidos y auténticas “islas” de bienestar económico durante los últimos quince años con Moscú a gran distancia de San Petersburgo. En los primeros años de la década de los noventa, la capital se convirtió en la puerta de entrada de la joyería en Rusia. Moscú siempre ha sido el “escaparate” de la moda en Rusia, el lugar donde se presentaban por primera vez las tendencias de la moda. Actualmente la capital, con una población de algo más de diez millones de habitantes es el lugar donde se producen la mayor parte de las transacciones. Además, el crecimiento de la demanda de artículos de lujo en Rusia se ha manifestado principalmente en Moscú los últimos años.

El mercado en estas dos ciudades sigue creciendo y no parece dar señales de saturación, sobre todo si se tiene en cuenta el mercado de la joyería. Algunas empresas extranjeras se han asentado con fuerza en el mercado en estas dos ciudades. Las empresas italianas y alemanas en el sector de la joyería, y las empresas suizas sobre todo en el sector de la relojería, entre otras. Estas empresas, pertenecientes todas al segmento más alto, están comenzando su incursión en las regiones, como se verá más adelante.

B. Regiones ricas en recursos naturales.

Estas regiones deben su riqueza a la explotación de riquísimos yacimientos naturales (gas, petróleo, metales, etc.). Se caracterizan por su una escasa población, alejamiento geográfico de Moscú y por ser centros infra-desarrollados desde el punto de vista comercial. Algunas de estas regiones (Tiumen, Sajalin, Krasnoyarsk) disponen de altísimas rentas per cápita. En ellas existe un segmento de población de nivel de renta muy alto que sí puede permitirse joyería importada.

C. Ciudades del “despertar de las regiones”.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Son aquellas que han logrado aprovechar el tirón económico producido gracias a la devaluación del rublo después de la crisis de 1998. Son grandes polos de consumo –aquí entrarían casi todas las ciudades de más de un millón de habitantes- y centros comerciales de importancia interregional. Cuentan con una economía diversificada, un sector servicios cada vez más desarrollado y, frecuentemente, viven un auténtico *boom* en la construcción. Ciudades como Kazán, Nizhny Novgorod, Rostov, etc, principalmente las situadas en la zona sudoeste de Rusia, están creciendo a ritmos incluso superiores a la media nacional, y se encuentran a la cabeza en lo que a índices de desarrollo económico se refiere. Como ya se ha mencionado con anterioridad, marcas de productos de lujo que están fuertemente asentadas en las grandes capitales están comenzando a introducirse en estos mercados con grandes expectativas. Las ventas en estos lugares son todavía bastante modestas pero existen grandes perspectivas de crecimiento.

D. Demás regiones no incorporadas al desarrollo económico.

Dado el precio de venta al consumidor final que alcanzan los artículos de joyería y orfebrería en Rusia y la capacidad adquisitiva de la mayoría de la población en estas regiones, se hace difícil la venta de estas mercancías a estas regiones por ahora.

Conclusión

Como se ha visto, la puerta de entrada en el Federación Rusa continúa siendo la capital. Tanto el nivel de ingresos como el gasto familiar es mucho mayor que en el resto de Rusia, con un crecimiento sostenido en los últimos años y sólo seguida claramente por San Petersburgo.

La importancia de las regiones será mayor si se tiene en cuenta, la eventual saturación de los mercados de Moscú y de San Petersburgo en lo que se refiere al sector de la joyería de élite. En las regiones, la oferta está dirigida a un segmento de renta medio-alto o bajo y se nutre, en su mayoría, de producto nacional. Sin embargo, según los expertos, el mercado de las regiones no está todavía preparado para la adquisición a gran escala de joyería y orfebrería extranjera. No obstante, a medio plazo, con una adecuada planificación, la incursión en las mismas será interesante

4. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO PROCEDENTE DE ESPAÑA Y PAÍSES COMPETIDORES.

De acuerdo con la percepción de los productos según su procedencia se puede establecer una división de modo convencional de los productores de joyería y productos realizados con materiales preciosos en cuatro grupos:

- Producción rusa. La mayoría de la población asocia la producción rusa a una imagen clásica, a un estilo tradicional y a artículos realizados con oro de color rojizo. El segmento de consumidores de renta más alta, que sigue las tendencias de la moda y reside en las grandes capitales, muchas veces no asocia la producción rusa con una imagen de calidad, de diseño vanguardista o con técnicas de creación modernas. El de renta media-baja de la población de las regiones en general perciben la producción rusa en general de forma positiva ya que, es la única que conocen y la única que tienen a su alcance. El consumidor de renta media-alta, que reside en las capitales y comienza a conocer la producción europea, percibe los artículos fabricados en Rusia como un producto clásico que se sitúa en otro nicho de mercado más bajo que el europeo.
- Producción asiática no japonesa y países CEI. En este caso, dentro de este grupo se incluye sobre todo a la producción china, tailandesa e india. Teniendo en cuenta la percepción de la producción europea, se podría concluir que, en términos globales, no compiten en el mismo nicho de mercado. Los artículos procedentes de estos países son percibidos como producción de poca calidad y con una ventaja en lo referente a los costes. Esta afirmación es válida, aunque en menor medida, en lo que respecta a las importaciones procedentes de los países miembros de la CEI. Últimamente, las empresas Chinas y de Hong Kong, con el propósito de combatir esta imagen de baja calidad, han comenzado a producir artículos con buenos materiales y diseño europeo. La feria de Hong Kong, además, está cobrando mucha fuerza y puede que a medio plazo la imagen de la producción de los países asiáticos mejore.
- Producción de calidad no europea. Aquí se incluyen países como Estados Unidos o Japón que compiten en un nicho de mercado de calidad, ya que estos productos también son percibidos por los expertos, distribuidores y consumidores como artículos de alto nivel. Además, existen firmas muy importantes como Tiffany's, que están muy asentadas en el mercado de las dos grandes ciudades y tienen una imagen muy positiva en el mercado ruso.
- Producción europea de calidad. Aquí se incluye la producción de países como Alemania, Suiza, Austria, Italia y Francia con una imagen parecida a la española respecto a precios y a calidad. Suiza, Alemania e Italia sobre todo tienen son países percibidos de forma muy clara como productores de artículos de calidad. Italia, a su vez está fuertemente asociada al diseño. A Francia se le relaciona con sus grandes marcas, como Cartier, que están ya fuertemente asentadas en el mercado. A este grupo podrían pertenecer los países recién incorporados en la UE, como Polonia, que también posee una imagen definida en Rusia.

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

No existe una gran presencia de empresas españolas en el mercado. La única empresa de la que se tiene conocimiento y es identificada como española es Carrera y Carrera, percibida como una marca de calidad y con un precio de venta al consumidor muy elevado. A la producción española en particular, y a la europea en general, se la identifica como perteneciente al grupo de países productores de artículos de calidad alta.



V ■ ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

Tabla N° 17: Datos identificativos de la feria Jeweller 2004

| JEWELLER 2004 | |
|-----------------------|---|
| NOMBRE DEL CERTAMEN | JEWELLER 2005 |
| EDICIÓN | La de 2005 será la cuadragésimo octava edición |
| FECHAS DE CELEBRACIÓN | 31.08 2004-08.09.2004 |
| SECTORES | Joyería, orfebrería, relojería, herramientas, equipamiento, regalos de lujo, paquetería, armas y antigüedades. |
| ORGANIZADORES | ZAO ROSYUVELIREXPO |
| PRÓXIMA EDICIÓN | 8.09 2005-16.09.2005 |
| OBSERVACIONES | Es la feria más importante de Rusia de joyería. Aunque la mayoría de las empresas que participan en la misma son rusas, existe un gran interés por parte de la organización en atraer empresas extranjeras. En la edición de 2004 participaron 100 empresas no rusas. La empresa organizadora prefiere tratar con organizaciones empresariales y asociaciones o institutos de comercio exterior extranjeros, antes que tratar con empresarios individuales. |

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Tabla Nº 18: Datos identificativos de la feria International Jewellery Moscow

| INTERNATIONAL JEWELLERY MOSCOW | |
|---------------------------------------|---|
| NOMBRE DEL CERTAMEN | International Jewellery Moscow |
| EDICIÓN | La de 2005 será la segunda edición |
| FECHAS DE CELEBRACIÓN | 19/05/2004 al 22/05/2004 |
| SECTORES | Joyería, orfebrería, relojería, herramientas, equipamiento, regalos de lujo, paquetería. |
| ORGANIZADORES | ZAO ROSYUVELIREXPO |
| PRÓXIMA EDICIÓN | 1.06.2005-4.06.2005 |
| OBSERVACIONES | Aunque es una feria muy joven, en la última edición hubo bastantes participantes extranjeros. Existe un gran interés por parte de la organización de la feria de atraer a expositores europeos. |

Tabla Nº 19: Datos identificativos de la feria International Jewellery Exhibition Junwex

| INTERNATIONAL JEWELLERY EXHIBITION JUNWEX | |
|--|--|
| NOMBRE DEL CERTAMEN | International Jewellery Exhibition Junwex (Gemstones Of Russia) |
| EDICIÓN | La de 2005 será la decimotercera edición |
| FECHAS DE CELEBRACIÓN | 02.02.2005-06.02.2005 |
| SECTORES | Joyería, orfebrería, relojería, herramientas, equipamiento, regalos de lujo, paquetería, armas y antigüedades. |
| ORGANIZADORES | RESTEC |
| PRÓXIMA EDICIÓN | 02.02.2005-06.02.2005 |
| OBSERVACIONES | Es una feria que lleva varios años celebrándose y a la que acuden los distribuidores más importantes del país. También existe interés por parte de los organizadores a la hora de atraer más participantes europeos. |

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

2.1. Direcciones útiles en Rusia

CÁMARA RUSA DE QUILATAJE - РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОБИРНАЯ ПАЛАТА
123104,
ul. Malaya Bronnaya, d. 18
Moscú
Tel. +7 095 290-2727
E mail. bpborissov@mtu-net.ru

ASOCIACIÓN NACIONAL DEL COMERCIO DE JOYAS- НАЦИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ
Trubnikovskiy per., d.21
121069 Moscú
Tel. +7 095 2911415
Fax. +7 095 2911415

JEWELLERS GUILD OF RUSSIA – ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ РОССИИ
Ul. Ivana Franko, 48
121351, Moscú
Tel. +7 (095) 417-02-65
Fax +7 (095) 417-01-94

ZAO ROSYUVELIREXPO- EMPRESA ORGANIZADORA DE LA FERIA JEWELLER 2005
Ul. Ivana Franko 48
121351 Moscú
Tel. +7 095 5176642
E mail: jewexpo@hotmail.ru

RESTEC – EMPRESA ORGANIZADORA DE LA FERIA INTERNATIONAL JEWELLERY MOSCOW
Ul. Petrozavodskaya 12
197110 San Petersburgo
Tel. +7 812 320 6363
Fax. 812 320 8090
www.restec.ru

EMBAJADA DE ESPAÑA EN MOSCÚ
Ul. Bolshaya Nikitskaya, 50/8121069 Moscú
Tel.: (007) 095-202 21 61/80
E mail: embespru@mail.mae.es

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN MOSCÚ
(Business Center Mokhovaya) Ul. Mokhovaya, 7 125009 Moscú
Tel.: (007) 095-783 92 81/2/4/5
Fax: (007) 095-783 92 91
E mail: moscu@mcx.es

CONSULADO GENERAL DE ESPAÑA EN MOSCÚ
Ul. Bolshaya Nikitskaya, 50/8 121069 Moscú
Tel.: (007) 95-202 32 10/937 56 27
Fax: (007) 95-937 56 26

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMERCIO
Ul. Tverskaya Yamskaya , 1/3 125993, GSP, A-47, Moscú
Tel.: (007) 095- 200 03 53
www.economy.gov.ru

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE LA FEDERACIÓN RUSA
Ul. Ilyinka, 6 109012 Moscú
Tel.: (007) 095 929 02 61.
www.tpprf.ru

2.2. Direcciones útiles en España

EMBAJADA DE LA FEDERACIÓN DE RUSIA EN MADRID
Velázquez, 155 28002 Madrid
Tel.: 91 411 0877/562 2264
Fax: 91 562 9712

DELEGACIÓN COMERCIAL DE LA FEDERACIÓN RUSA EN MADRID
Alfonso Rodríguez Santamaría, 18 28002 Madrid
Tel.: 91 411 1900/562 4449
Fax: 91 411 1950

CONSULADO DE LA FEDERACIÓN DE RUSIA EN MADRID
Joaquín Costa, 33 28002 Madrid
Tel.: 91 411 2957
Fax: 91 562 7830

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, TURISMO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA
EMPRESA
Ministerio de Economía y Hacienda
Paseo de la Castellana, 162
28046 Madrid
Tel: 91 349 3500
Fax: 91 349 5242
E-mail: buzon.oficial@sectyp.mcx.es

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Paseo de la Castellana, 14-16
28046 Madrid
Tel: 91 349 6100
Fax: 91 431 6128
E-mail: www.icex.es

2.3. Publicaciones del sector.

A continuación se presenta una tabla con el listado de publicaciones del sector de la joyería y de los artículos de regalo en Rusia.

Tabla Nº 20: Publicaciones del sector

| Razón Social | Domicilio | Teléfono: | Fax: | Correo Electrónico: |
|--------------------------------|---|-----------------------------|------------------|-----------------------------|
| EKSPRESS-YUVELIR | UL. DMITROVKA,12, STR.2 (MOSCU) | (+7 095) 2992348 2992066 | (+7 095) 2992348 | e-ueliz@mail.ru |
| PODARKI I PRAZDNIKI | KUTUZOVSKIY PROEzd, 8 (MOSCU) | (+7 095) 9747715 | (+7 095) 9747715 | info@podarki-info.ru |
| RUSSKIY YUVELIR | V.O. 16 LINIYA, D7, OF.6 (SAN PETERSBURGO) | (+7 812) 3280551 | (+7 812) 3277565 | info@russianjeweller.ru |
| YUVELIRNOE OBOZRENIE | DEGTYARNY PER., 6, STR.1, OFISY 225-229 (MOSCU) | (+7 095) 9729944 2096330 | | info@j-r.ru j-r@inbox.ru |
| YUVELIRNYY MIR IZDATELSKIY DOM | UL. POLYANKA BOLSHAYA, DOM 43/5 (MOSCU) | (+7 095) 2384321 | | |

3. BIBLIOGRAFÍA

Libros

GOSKOMSTAT ROSSII *Rossiyskiy Statisticheskiy Ezhegodnik*, Oficialnoe Izdanie. Moscú: Gosudarstbennyi komitet Rossiyskoy Federatsii, 2003

Material en formato CD-ROM

GARANT *Spravochnaya Pravovaya Sistema*. (información sobre el Sistema Jurídico) Moscú: Garant- servis, 2004

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Informes y estudios

OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN MOSCÚ: *Barreras Comerciales en la Federación Rusa*. Moscú: Oficina Económica y Comercial de España en Moscú, 24.02.2004

RENAISSANCE CAPITAL *The future of Russia's consumer sector*. Moscú: Renaissance Capital, 4 de Agosto 2003.

ComCon Media *Últimas tendencias en el mercado de artículos para la infancia 2000-2003*. (Estudio de mercado en ruso realizado para la Asociación Rusa del Juguete) Moscú: Comcon Media , 2004

Artículos:

RYBAKOVA Natalia: *Stilnaya nepraktichnost* Moscú: Yuvelirnoe obozrenie, Octubre 2004

BALTYREVA, Elena : *Privlekaya silnyy pol*. Moscú: Yuvelirnoe obozrenie, Septiembre, 2004

Páginas Web

<http://aduanas.camaras.org/>

www.gks.ru

www.cbr.ru

www.assay.ru

<http://www.jewellernet.com/>

www.gokhran.ru

<http://www.russianjeweller.ru/about/index.php>

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

Consejo Superior de Cámaras

Goskomstat Rossii

Banco Central de Rusia

Cámara de Quilataje Rusa

Portal dedicado a la joyería

Gokhran Rossii

Revista Russkiy Yuvelir

Aduanas rusas

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

Índice de tablas imágenes y gráficos.

Tablas:

| | |
|---|------|
| Tabla Nº 1: Partidas Arancelarias del Estudio | p. 8 |
| Tabla Nº 2: Evolución de la producción de joyería de oro en Rusia. Años 1998-2004..... | p.11 |
| Tabla Nº 3: Evolución de la producción de joyería de plata en Rusia. Años 1998-2004..... | p.11 |
| Tabla Nº 4: Evolución de los artículos de platino sellados por la Cámara de Quilataje en Rusia. Años 1998-2004..... | p.12 |
| Tabla Nº 5: Evolución de los artículos de paladio sellados por la Cámara de Quilataje en Rusia. Años 1998-2004..... | p.12 |
| Tabla Nº 6: Evolución de las importaciones rusas de artículos de oro. Años 1998-2004..... | p.13 |
| Tabla Nº 7: Evolución de las importaciones rusas de artículos de plata. Años 1998-2004..... | p.14 |
| Tabla Nº 8: Evolución de las importaciones rusas de artículos incluidos dentro de la partida 7113..... | p.14 |
| Tabla Nº 9: Evolución de las importaciones rusas de artículos incluidos dentro de la partida 7114..... | p.16 |
| Tabla Nº 10: Evolución de las importaciones rusas de artículos incluidos dentro de la partida 9101..... | p.17 |
| Tabla Nº 11: Evolución de las exportaciones españolas por valor a Rusia..... | p.19 |
| Tabla Nº 12: Evolución de las exportaciones rusas a España..... | p.22 |
| Tabla Nº 13: Arancel aplicable..... | p.25 |
| Tabla Nº 14: Resumen de pagos en frontera..... | p.26 |
| Tabla Nº 15: Direcciones útiles en España a la hora de obtener certificación..... | p.29 |
| Tabla Nº 16: Categorías establecidas según el porcentaje de metal precioso del artículo..... | p.30 |
| Tabla Nº 17: Datos identificativos de la feria Jeweller 2004..... | p.52 |
| Tabla Nº 18: Datos identificativos de la feria International Jewellery Moscow..... | p.53 |
| Tabla Nº 19: Datos identificativos de la feria Junwex..... | p.53 |
| Tabla Nº 20: Publicaciones del sector..... | p.56 |

Imágenes:

| | |
|--|------|
| Imagen Nº 1: Certificado de conformidad..... | p.28 |
| Imagen Nº 2: Sellos de garantía..... | p.30 |

Gráficos

| | |
|---|------|
| Gráfico Nº1: Importaciones rusas de Joyería. Año 2002..... | p.15 |
| Gráfico Nº 2: Importaciones rusas de Orfebrería. Año 2002..... | p.17 |
| Gráfico Nº 3: Importaciones rusas de relojes. Año 2002..... | p.18 |
| Gráfico Nº 4: Evolución de las exportaciones españolas de joyería a Rusia..... | p.19 |
| Gráfico Nº 5: Evolución de las exportaciones españolas de orfebrería a Rusia..... | p.20 |

RUSIA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE JOYERÍA

| | |
|---|------|
| Gráfico N° 6: Evolución de las exportaciones españolas de relojería Rusia..... | p.21 |
| Gráfico N° 7: Reparto del comercio minorista..... | p.34 |
| Gráfico N° 8: Dinámica del volumen del comercio minorista en Moscú..... | p.35 |
| Gráfico N° 9: Esquema simplificado de la distribución de la joyería en Rusia..... | p.37 |
| Gráfico N° 10 Ingresos por miembro familiar mensual en Rusia en rublos:..... | p.42 |
| Gráfico N° 11: Distribución del Gasto de los Hogares..... | p.43 |