

El mercado de la carne en la Federación Ru- sa

El mercado de la carne en la Federación Rusa

Este estudio ha sido realizado por la supervisión
de la Oficina Económica y Comercial de la Emba-
jada de España en Moscú

Marzo 2008

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	7
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	9
1. Análisis cuantitativo	9
1.1. Tamaño de la oferta	9
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	10
2. Análisis cualitativo	13
2.1. Producción	13
2.2. Obstáculos comerciales	18
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	24
1. Análisis cuantitativo	24
1.1. Canales de distribución	24
1.2. Esquema de la distribución	25
1.3. Principales distribuidores	26
2. Análisis cualitativo	27
2.1. Estrategias de canal	27
2.2. Estrategias para el contacto comercial	28
2.3. Condiciones de acceso	29
2.4. Condiciones de suministro	29
2.5. Promoción y publicidad	30
2.6. Tendencias de la distribución	30
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	31
1. Tendencias generales del consumo	31
1.1. Factores sociodemográficos	31
1.2. Factores económicos	32
1.3. Distribución de la renta disponible	34
1.4. Tendencias sociopolíticas	37
1.5. Tendencias culturales	38
1.6. Tendencias legislativas	38
2. Análisis del comportamiento del consumidor	39
2.1. Hábitos de consumo	39
2.2. Hábitos de compra	40
2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor	41
2.4. Preferencias	41
3. Percepción del producto español	45

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

V. ANEXOS	47
1. Informes de ferias	47
2. Listado de direcciones de interés	48
3. Bibliografía	48



ICEX

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Rusia es el mayor importador de carne del mundo, título de dudoso valor que tiene su origen en la gravísima crisis del sector agropecuario de los años 90 que redujo en un 50% su cabaña ganadera y el número de granjas en funcionamiento.

En la actualidad Rusia importa unos 3,3 millones de toneladas de carne y despojos al año. Sus principales socios comerciales son Brasil, Estados Unidos, Argentina y la UE, donde España ocupa una posición importante.

En 2006, Rusia importó 1,2 millones de toneladas de carne de ave, 669.000 toneladas de vacuno congelado y 625.000 toneladas de porcino.

El Estado ruso está realizando esfuerzos importantes por reconstruir el sector ganadero y son muchas las empresas rusas (productores de cárnicos, distribuidores de carne) que están invirtiendo en el sector, principalmente en los segmentos de ave y porcino. El objetivo de estos programas de apoyo a las inversiones en el sector es la sustitución de importaciones por la carne producida en Rusia. No obstante, al tratarse de grandes inversiones que buscan la reconstrucción de todo un sector y los resultados de este programa sólo podrán ser valorados a medio plazo, el escenario más probable sea una reducción de las necesidades rusas de importación de carne a medio plazo. Previsiblemente, los países más afectados serán los de la UE.

Otro de los mecanismos de defensa de los productores locales es el sistema de cuotas a la importación de carne asignadas a las empresas importadoras en función de criterios históricos. La importación de carne por encima del máximo asignado está sujeta al pago de unos aranceles elevadísimos que reducen drásticamente su competitividad.

No es previsible que se produzca una flexibilización de las barreras a la importación de carne a corto o medio plazo.

En lo que respecta a los transformados cárnicos, uno de los efectos que tuvo la crisis del año 98, fue la de devolver el protagonismo a los fabricantes locales, que controlan el mercado ruso, dejando a los transformados importados una cuota de mercado del 3% aunque en crecimiento. Más concretamente, el sector de transformados está dominado por los grandes fabricantes de Moscú que están llevando una rápida expansión por regiones rusas absorbiendo o desplazando a operadores locales gracias a su mayor capacidad financiera.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Los embutidos españoles, presentes en Rusia desde principios de los años 90, gozan de cierta popularidad. Su adecuada relación calidad precio y buena adaptación a los gustos de los consumidores rusos, son algunos de los factores que han convertido a los embutidos españoles en los líderes en Rusia de entre el producto importado, por delante de los transformados cárnicos franceses, italianos o alemanes.

En 2007, España exportó carne y transformados cárnicos a Rusia por valor de 122 millones de euros, un 17% más que en 2006. En la actualidad, Rusia es el quinto destino de las exportaciones españolas de productos cárnicos en general, sólo por detrás de Francia, Portugal, Alemania e Italia.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slightly rounded appearance. The background of the page is white.

I ■ INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El presente estudio analiza la situación del sector de la carne en la Federación de Rusia (en adelante FR) partiendo de datos estadísticos actuales obtenidos de las principales instituciones gubernamentales que afectan al sector, e intenta reflejar la situación de este mercado en la FR desde el punto de vista de la importación y de cara al empresario español interesado en participar en él . Las partidas arancelarias comprendidas en dicho estudio son las siguientes:

02.01 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCA O REFRIGERADA

02.02 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA

02.03 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.04 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE OVINA O CAPRINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.05 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINAS, PORCINA, OVINA, CAPRINA, CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.07 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES, DE AVES DE LA PARTIDA 0105, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.08 LAS DEMÁS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES, FRESCOS, REFRIGERADOS Y CONGELADOS

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

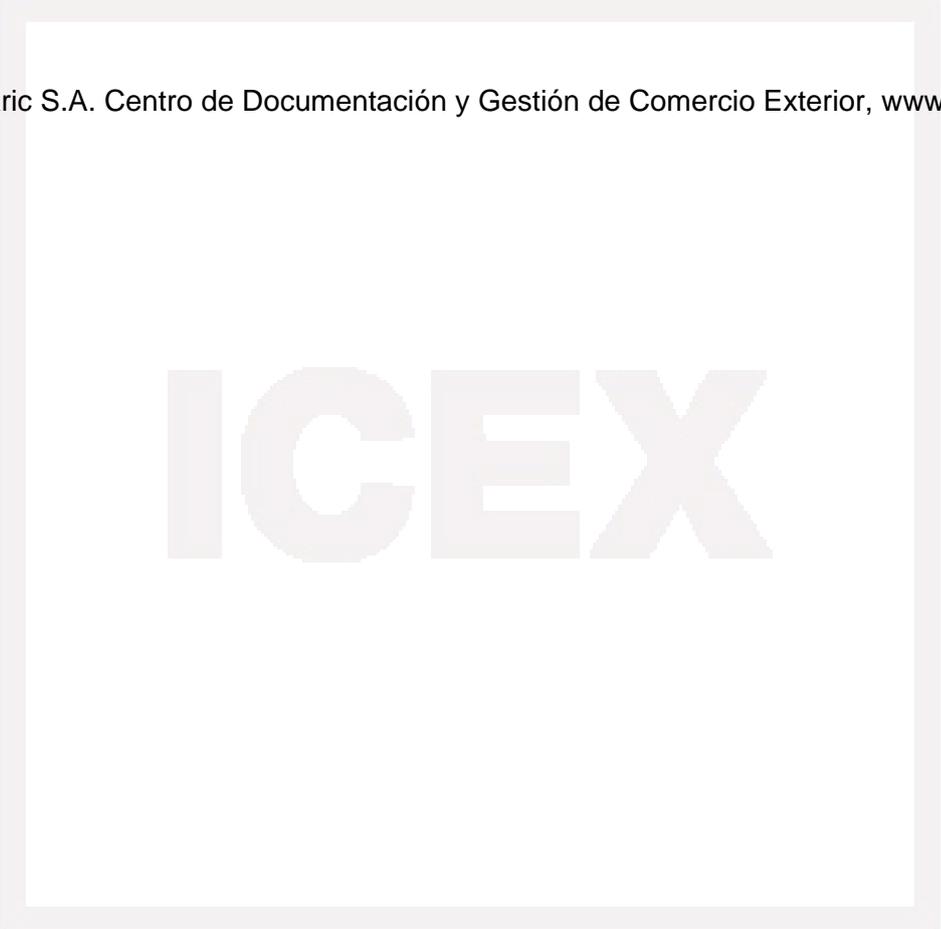
02.09 TOCINO SIN PARTES MAGRAS GRASA DE CERDO O DE AVE, SIN FUNDIR NI EXTRAER DE OTRO MODO, FRESCOS, REFRIGERADOS, CONGELADOS, SALADOS O EN SALMUERA, SECOS O AHUMADOS

02.10 CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES, SALADOS O EN SALMUERA, SECOS Y AHUMADOS; HARINA Y POLVO COMESTIBLES, DE CARNE O DESPOJOS

16.01 EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES, DE CARNE, DE DESPOJOS O DE SANGRE, PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS.

16.02 LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DE DESPOJOS O DE SANGRE

Fuente: Taric S.A. Centro de Documentación y Gestión de Comercio Exterior, www.taric.es



ICEX

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

Oferta total de carne

Concepto	2003	2004	2005	2006	2007	Crecimiento Periodo
Producción	4.936,4	4.979,6	4.896,4	5.189,1	6.300	27%
Importaciones	2.624,1	2.495,5	3.145,5	3.175,3	3.310,2	26,1%
Exportaciones	-	-	-	-	-	-
Consumo aparente	7.560,5	7.475,1	8.131,9	8.364,4	9.610,2	27,1%

Fuente: Goskomstat. Datos en miles de toneladas

Las exportaciones rusas de carne son insignificantes y no han sido tomadas en consideración en esta tabla ni en las siguientes.

Oferta de carne de vacuno

Concepto	2003	2004	2005	2006	2007	Crecimiento Periodo
Producción	1990	1951	1793	1.800	1.700	-14%
Importaciones	505,04	511,12	696,64	669,79	830,5	64%
Exportaciones	-	-	-	-	-	-
Consumo aparente	2495,04	2.462,12	2489,64	2469,79	2.530,05	1,4%

Fuente: Goskomstat. Datos en miles de toneladas

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Oferta de carne de porcino

Concepto	2003	2004	2005	2006	2007	Crecimiento Periodo
Producción	1706	1643	1520	1.700	1.700	-0,3%
Importaciones	533,87	455,3	562,84	625,65	655	22,7%
Exportaciones	-	-	-	-	-	-
Consumo aparente	2.239,87	2.098,3	2.082,84	2.325,65	2.355	5,1%

Fuente: Goskomstat. Datos en miles de toneladas

Oferta de carne de ave

Concepto	2003	2004	2005	2006	2007	Crecimiento Periodo
Producción	1044	1187	1381	1800	1850	77,2%
Importaciones	1.188,37	1.101,19	1.318,16	1.274,19	1.248,7	5%
Exportaciones	-	-	-	-	-	-
Consumo aparente	2232,37	2288,19	2699,16	3047,7	3098,7	38,8%

Fuente: Goskomstat. Datos en miles de toneladas

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

Producción doméstica

Rusia produce carne de todo tipo en grandes granjas repartidas por todo el país. Debido a la dimensión de su territorio y a la ausencia de infraestructuras de calidad, los flujos de carne doméstica de unas regiones a otras es algo muy infrecuente, por lo que cada productor abastece a su mercado regional. En el sur de Rusia, debido a sus condiciones climáticas más favorables hay mayor concentración de ganado que en el norte, y lo mismo en las regiones limítrofes con las dos grandes ciudades del país y principales mercados de consumo, Moscú y San Petersburgo.

Importaciones

Rusia es el mayor importador de carne del mundo. La caída en barrena de la producción doméstica tras la caída de la Unión Soviética han dejado un sector ganadero reducidísimo, ineficaz e insuficiente para satisfacer la demanda básica de carne de su población.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Tabla: Importaciones rusas de carne (2004-2006). Grupo arancelario 02.

País	2005	2006	2007	% Participación			% Cambio
				2005	2006	2007	- 07/06 -
-- El Mundo --	2460,57	3542,21	3696,87	100	100	100	4,37
Brasil	977,86	1065,42	1496,49	39,74	30,08	40,48	40,46
Estados Unidos	448,10	569,97	616,45	18,21	16,09	16,68	8,15
Argentina	218,67	321,81	238,10	8,89	9,09	6,44	-26,01
Alemania	184,02	238,81	224,94	7,48	6,74	6,09	-5,81
Dinamarca	70,75	253,39	203,01	2,88	7,15	5,49	-19,89
Canadá	35,20	141,02	139,76	1,43	3,98	3,78	-0,89
Paraguay	58,19	176,91	120,96	2,37	4,99	3,27	-31,62
España	41,77	72,77	97,25	1,7	2,05	2,63	33,65
Francia	65,01	101,71	92,84	2,64	2,87	2,51	-8,72
Bélgica	28,26	71,72	72,43	1,15	2,03	1,96	0,99
Ucrania	123,41	4,79	68,31	5,02	0,14	1,85	1326,82
Países Bajos	30,93	56,76	59,51	1,26	1,6	1,61	4,85

Fuente: WTA 2008. Datos en millones de euros.

Tabla: Importaciones rusas de carne congelada de vacuno. PA 0202

País	2005	2006	2007	% Participación			% Cambio
				2005	2006	2007	- 07/06 -
-- El Mundo --	747,42	1201,22	1234,94	100,00	100,00	100,00	2,81
Brasil	309,61	460,32	782,21	41,42	38,32	63,34	69,93
Argentina	191,61	274,63	188,94	25,64	22,86	15,30	-31,20
Paraguay	54,16	171,37	114,04	7,25	14,27	9,24	-33,45
Ucrania	114,22	4,39	67,69	15,28	0,37	5,48	1442,36
Uruguay	4,01	143,93	36,06	0,54	11,98	2,92	-74,95
Alemania	19,38	30,70	10,43	2,59	2,56	0,85	-66,02
Irlanda	20,15	43,86	9,47	2,70	3,65	0,77	-78,41
Australia	1,02	24,76	5,85	0,14	2,06	0,47	-76,36
Italia	8,18	12,97	5,47	1,09	1,08	0,44	-57,80
Mongolia	2,44	4,11	4,28	0,33	0,34	0,35	4,07
España	10,65	9,12	2,48	1,43	0,76	0,20	-72,81

Fuente: WTA 2008. Datos en millones de euros.

Tabla: Importaciones rusas de porcino. PA 0203

País	2005	2006	2007	% Participación			% Cambio
				2005	2006	2007	- 07/06 -
-- El Mundo --	668,40	1098,22	1184,21	100,00	100,00	100,00	7,83
Brasil	479,58	417,64	510,48	71,75	38,03	43,11	22,23
Dinamarca	33,45	188,65	157,26	5,00	17,18	13,28	-16,63
Estados Unidos	35,44	116,47	129,60	5,30	10,61	10,94	11,27
Canadá	9,77	111,20	115,12	1,46	10,13	9,72	3,52
Alemania	25,86	68,62	69,68	3,87	6,25	5,88	1,55
España	5,05	26,79	51,95	0,76	2,44	4,39	93,91

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Países Bajos	13,08	31,81	33,94	1,96	2,90	2,87	6,68
Bélgica	1,77	26,78	28,33	0,27	2,44	2,39	5,78
Finlandia	10,35	27,31	26,99	1,55	2,49	2,28	-1,14
Francia	10,12	33,17	26,49	1,52	3,02	2,24	-20,13
Irlanda	0,92	9,59	16,88	0,14	0,87	1,43	75,98

Fuente: WTA 2008. Datos en millones de euros.

Tabla: importaciones rusas de carne de ave. PA 0207

País	2005	2006	2007	% Participación			% Cambio
				2005	2006	2007	- 07/06 -
-- El Mundo --	687,52	729,72	762,37	100,00	100,00	100,00	4,47
Estados Unidos	395,35	432,55	460,95	57,50	59,28	60,46	6,57
Brasil	163,86	170,56	178,10	23,83	23,37	23,36	4,42
Alemania	56,87	39,35	51,62	8,27	5,39	6,77	31,20
Francia	29,46	34,86	35,83	4,29	4,78	4,70	2,76
Bélgica	10,46	18,66	16,12	1,52	2,56	2,12	-13,62
Canadá	5,84	2,74	4,44	0,85	0,38	0,58	62,13
Países Bajos	3,80	5,32	3,98	0,55	0,73	0,52	-25,20
Finlandia	1,52	4,15	2,69	0,22	0,57	0,35	-35,26
Argentina	6,41	1,47	2,26	0,93	0,20	0,30	54,06
Reino Unido	6,70	11,48	1,55	0,97	1,57	0,20	-86,51
Hungría	1,01	1,52	1,48	0,15	0,21	0,19	-2,66
España	2,27	0,49	1,24	0,33	0,07	0,16	153,26

Fuente: WTA 2008. Datos en millones de euros.

Tabla: Importaciones rusas de tocino. PA 0209

País	2005	2006	2007	% Participación			% Cambio
				2005	2006	2007	- 07/06 -
-- El Mundo --	107,20	133,50	141,82	100,00	100,00	100,00	6,23
Alemania	30,63	36,50	40,95	28,58	27,34	28,87	12,17
España	14,98	21,70	24,13	13,97	16,25	17,02	11,23
Dinamarca	14,38	17,24	19,27	13,41	12,91	13,59	11,82
Francia	10,51	14,10	14,24	9,80	10,56	10,04	0,98
Bélgica	8,01	12,78	13,94	7,48	9,57	9,83	9,05
Países Bajos	5,04	6,79	10,53	4,71	5,08	7,43	55,22
Canadá	7,10	13,93	10,41	6,63	10,43	7,34	-25,26
Italia	1,86	3,20	2,71	1,73	2,40	1,91	-15,44
Brasil	3,18	2,56	1,68	2,97	1,92	1,19	-34,28
Austria	0,54	0,93	1,18	0,51	0,70	0,83	26,85

Fuente: WTA 2008. Datos en millones de euros.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Tabla: importaciones rusas de embutidos. PA 1601

País	2005	2006	2007	% Participación			% Cambio
				2005	2006	2007	- 07/06 -
-- El Mundo --	13,71	20,01	21,35	100,00	100,00	100,00	6,70
España	1,77	4,09	3,58	12,94	20,43	16,78	-12,35
Austria	0,52	1,72	3,35	3,80	8,58	15,67	94,85
Estados Unidos	1,53	2,83	3,11	11,18	14,15	14,55	9,72
Brasil	0,77	2,50	3,00	5,62	12,52	14,03	19,60
Dinamarca	1,07	1,43	1,49	7,77	7,16	7,00	4,25
Italia	0,41	0,86	1,31	2,96	4,28	6,15	53,11
Países Bajos	0,69	0,76	1,25	5,07	3,80	5,85	64,53
Francia	1,24	0,99	0,97	9,02	4,95	4,55	-1,76
Estonia	0,54	1,53	0,94	3,93	7,64	4,38	-38,80
Hungría	0,49	0,63	0,64	3,58	3,14	3,01	2,26

Fuente: WTA 2008. Datos en millones de euros.

Tabla: Importaciones rusas de otras preparaciones y conservas de carne. PA 1602

País	2005	2006	2007	% Participación			% Cambio
				2005	2006	2007	- 07/06 -
-- El Mundo --	39,83	50,83	70,16	100,00	100,00	100,00	38,04
España	9,27	17,39	18,93	23,28	34,21	26,98	8,88
Francia	6,32	8,20	15,51	15,87	16,14	22,10	88,98
Brasil	4,84	5,71	11,89	12,15	11,23	16,95	108,43
Bélgica	2,72	4,46	5,32	6,83	8,78	7,58	19,12
Hungría	1,62	3,89	5,02	4,08	7,66	7,16	28,91
Alemania	0,88	2,56	3,05	2,20	5,03	4,35	19,33
Austria	0,88	1,38	1,41	2,20	2,72	2,01	2,25
Dinamarca	0,57	1,06	1,30	1,44	2,09	1,85	22,53
Italia	0,49	1,03	1,28	1,22	2,03	1,83	24,45
Estados Unidos	0,30	0,46	1,14	0,76	0,91	1,62	146,01

Fuente: WTA 2008. Datos en millones de euros.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

La estructura productiva rusa en el sector cárnico presenta importantísimas deficiencias en prácticamente todas sus vertientes. Las inversiones realizadas en los últimos años han dejado una industria amorfa y desorganizada con algunas diferencias entre el vacuno, porcino y avícola, los tres segmentos más relevantes.

Características generales de la industria cárnica rusa:

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

- Estructura productiva arcaica: gran parte de las instalaciones de la Rusia europea (no menos del 50%) fueron destruidas durante la guerra, período en el que la prioridad no fue precisamente la creación de una industria cárnica moderna. En los años 50 y 60 se hicieron importantes avances y se crearon muchas granjas, fábricas de transformados cárnicos y mataderos, pero siempre primando la cantidad sobre la calidad. El estancamiento de los años 70, 80 y 90 metió a Rusia en el siglo XXI con una industria cárnica anclada cuarenta años atrás y totalmente descapitalizada.
- Cabaña ganadera insuficiente: como consecuencia de la ausencia de fondos para mantener la actividad productiva a flote, muchas de las instalaciones ganaderas rusas desaparecieron en los años 90, especialmente las situadas en zonas con economías menos dinámicas y con condiciones climáticas muy adversas. En la actualidad Rusia tiene una base productiva de materia prima reducidísima para las dimensiones del país.
- Escasa productividad de las especies autóctonas rusas: otro de los problemas es la genética poco adecuada de las especies rusas para la producción de carne, lo que redundaba en una productividad muy inferior a la de otros países con especies mucho más adecuadas para esta industria.

Tabla 10: Cabaña ganadera en Rusia

Especie	1990	2007
Ganado mayor	57	21,8
Porcino	27,1	17,5
Caprino y ovino	41,5	22,7

- Utilización de piensos de bajo contenido nutricional: incluso en los casos en los que se ha intentado introducir especies foráneas mucho más productivas, los resultados han sido pobres, en parte por la escasa calidad de los piensos utilizados. Los piensos importados tienen un precio elevado y hoy en día no son una opción para la mayoría de depauperadas cooperativas ganaderas rusas.
- Ausencia de estándares y normas sobre la carne y sus derivados: todos los estándares que regulan la producción de carne datan de los años setenta y primeros ochenta y son de escasa utilidad hoy en día, ya que no garantizan la calidad del producto que llega al consumidor final.
- Inexistencia de mataderos y salas de despiece adecuadas que sirvan de nexo entre la actividad ganadera y la industria transformadora. Esta es una de las causas más importantes de la profunda crisis de la industria doméstica: los grandes distribuidores de carne, cadenas de distribución y productores de transformados han recurrido tradicionalmente a la carne importada por las garantías de haber sido tratada con un mínimo respeto a las normas de higiene en los países de origen. La creación de mataderos y

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

salas de despiece modernos es una de las prioridades del programa federal de modernización del sector agropecuario.

- Concentración geográfica de la industria ganadera y transformadora rusa en las regiones de parte europea comprendida entre Moscú al norte, la frontera con Bielorrusia al este, con Ucrania al sur y el Volga al este.
- Concentración vertical de empresas: debido a la desastrosa situación de un sector en el que cualquier mejora sólo puede producirse a largo plazo, las grandes empresas del sector transformador que están en buena situación financiera debido al tirón del consumo en los últimos años, tienden a integrarse verticalmente para controlar todas las fases del proceso productivo, desde la producción ganadera, el despiece, transformación y venta al consumidor final. Con esto pretenden blindarse frente a los factores externos de riesgo además de beneficiarse de las subvenciones estatales a los proyectos de inversión en el sector agropecuario.

Al igual que en el resto de mercados, en Rusia existen significativas diferencias dentro del sector ganadero en función del tipo de carne/ganado que estemos considerando:

- Vacuno/ganado mayor:

La cabaña ganadera en Rusia mantiene una dinámica decreciente desde 1990 sin que parezca posible frenar la caída, aunque en los últimos dos años se aprecia una ralentización del ritmo de reducción del número de cabezas de ganado mayor. Entre enero de 2007 y 2008, la cabaña se ha reducido un 1%. En el período 2001-2006, Rusia perdió 6,9 millones de cabezas. De los 22 millones de cabezas de vacuno en la actualidad en Rusia, sólo 380.000 son reses de carne, siendo el resto vacas lecheras. Esta deteriorada situación se debe a las causas ya apuntadas, que en el caso del vacuno se agravan por los costes de mantenimiento más elevados y los mayores volúmenes de inversión necesarios.

Tabla: Situación actual y perspectivas del segmento de la carne de vacuno en Rusia

Concepto		Estadística		Previsión	
		1990	2006	2012	2022
Nº de cabezas (miles)	Ganado lechero	55700	21500	29278	29240
	Reses de carne	1300	377	1100	3170
	Total	57000	21877	30378	33410
	Porcentaje de reses de carne %	2,3	1,7	3,3	9,8
Producción de carne (miles de toneladas)	De res lechera	4231	1769	2635	2924
	De res de carne	99	31	102	317
	Total	4330	1800	2737	3241
Porcentaje de res de carne %		2,3	1,7	3,7	9,8
Carne por res (kg)		76	82	90	100

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Porcentaje de carne de res joven	51,7	46,7	67	67,2
----------------------------------	------	------	----	------

- Porcino:

Es uno de los sectores de mayor potencial donde mayores esfuerzos de inversión se han realizado desde la puesta en marcha del proyecto federal APK (AgroPromyshlenny Kompleks). En la actualidad hay en marcha 130 proyectos de creación o modernización de instalaciones ya existentes con un volumen de inversión de 6.500 millones de dólares.

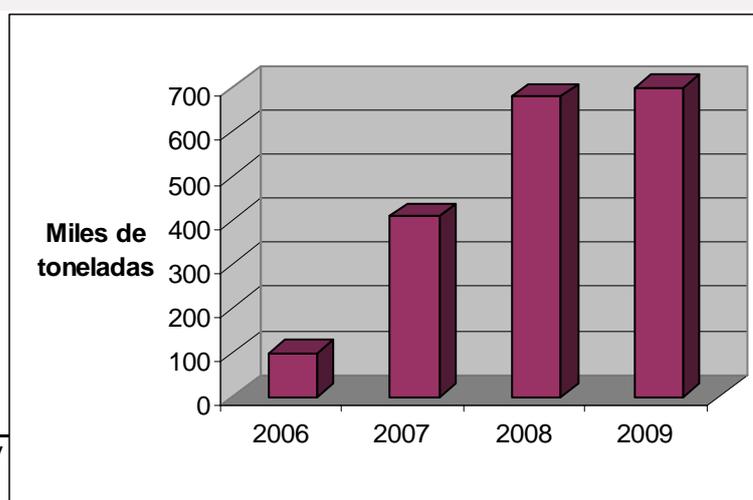
Se calcula que, una vez finalizados los proyectos en curso, la cabaña de porcino en Rusia aumentará en 15 millones de cabezas y la capacidad de transformación del sector alcanzará los 1,8 millones de toneladas al año.

Entre los problemas del sector, se puede mencionar la escasa productividad de las formas tradicionales de ganadería porcina en Rusia, de un 36-38% de carne por kilo frente al 56-58% obtenido en instalaciones modernas. Además, los granjeros rusos crían cerdos con mucha grasa que no cumplen los estándares para producir cárnicos transformados de calidad. La coyuntura actual no es demasiado halagüeña para los pequeños granjeros ya que juega demasiado a favor de las grandes empresas.

Según expertos rusos, el sector del porcino en Rusia tiene potencial y puede ser competitivo por varias razones:

- a. Los principales líderes mundiales en este tipo de carne se encuentran lejos de Rusia, aumentando su potencial exportador a los países vecinos.
- b. Los elevados aranceles se mantendrán, no es previsible que se reduzcan.
- c. La carne rusa siempre podrá competir con la europea puesto que los subsidios de la UE autorizarían a Rusia a poner en marcha instrumentos parecidos destinados a proteger a los productores rusos.
- d. La ausencia de políticas estatales de apoyo a esta industria, aumentará la competitividad del producto ruso respecto del de los países vecinos, principalmente Ucrania y Bielorrusia.

Gráfico: Aumento de capacidad de la industria transformadora de carne de porcino



EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Fuente: National Meat Industry

- Ave:

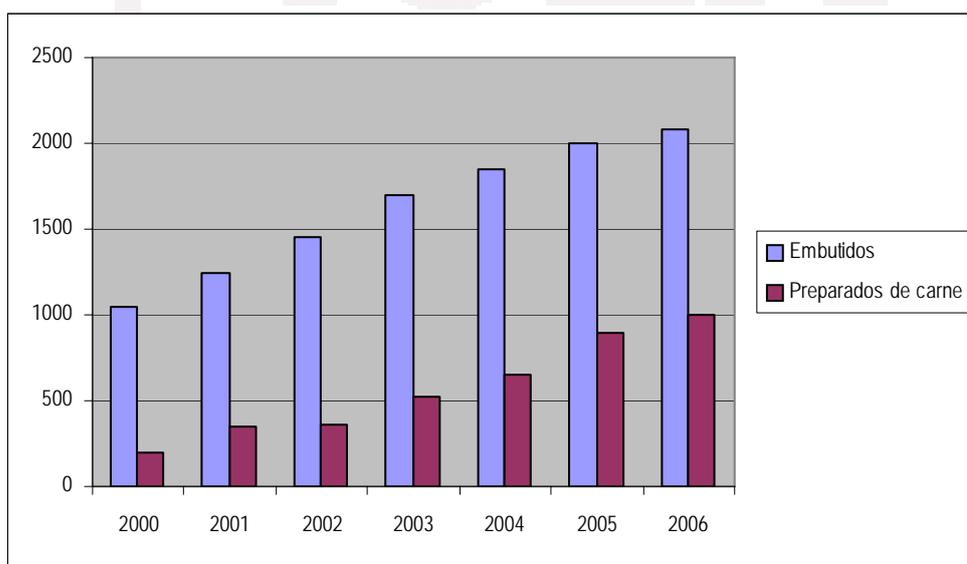
Este es el segmento que se encuentra en una situación de partida menos desfavorable ya que los volúmenes de inversión en la industria han sido significativos desde comienzos de esta década y han permitido que en 2006 se alcanzasen los volúmenes de producción del año 1990. En 2007 el volumen de producción ascendió a 1,8 millones de toneladas, cifra que, según las previsiones de la Asociación de Fabricantes Avícolas aumentará en 700.000 toneladas en los próximos 5 años hasta alcanzar 2,5 millones de toneladas, reduciendo la dependencia de importaciones a un 15-20% de la oferta total.

- Transformados cárnicos:

El mercado ruso de transformados cárnicos está cercano a su nivel de saturación, como ponen de manifiesto los datos relativos al aumento de producción de los principales productos en 2006 inferiores al 6%.

El 38% de la producción rusa de transformados se concentra en el Distrito Federal Centro, es decir, en Moscú y las provincias limítrofes. Sólo en Moscú se produce el 19% de todos los transformados cárnicos del país.

Gráfico: Evolución de la producción de transformados cárnicos en Rusia



Fuente: Myasnoy Ryad 1-2007. Datos en miles de toneladas.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

2.2. Obstáculos comerciales

Como hemos visto, la situación de la industria cárnica rusa difícilmente podría ser menos halagüeña y se ha convertido en un problema de seguridad nacional, según declaraciones de algunos altos cargos de la administración.

Sin embargo, y por muchos esfuerzos que se realicen para modernizar el sector ganadero y aumentar la base productiva, en un horizonte temporal mínimo de 10 años vista, Rusia seguirá siendo un importador neto de carne dependiente de las compras al exterior a sus principales suministradores: Brasil, Estados Unidos, Argentina y UE.

La condición de mayor importador de carne del mundo es una debilidad estructural de la economía rusa que el Gobierno de este país no duda en convertir en palanca de presión política, como ha sucedido recientemente con Polonia y antes aún, con Estados Unidos y Brasil.

Como se ha mencionado anteriormente, la carne producida en Rusia no satisface los mínimos controles higiénicos de cualquier país desarrollado y su regulación es antigua y trasnochada, no obstante lo cual, las autoridades sanitarias rusas a veces utilizan a problemas de calidad de partidas muy específicas de carne extranjera como base para prohibir la importación de carne de países enteros. El recurso a estas medidas en el pasado se ha realizado en algunas ocasiones de forma arbitraria.

Estas prohibiciones más o menos inesperadas constituyen un obstáculo importante que impide la construcción de relaciones comerciales estables entre empresas suministradoras e importadoras.

Sistema de cuotas:

Rusia estableció en 2003 un sistema de cuotas a la importación de carne cuyo objetivo es defender a los productores rusos limitando las importaciones a la cantidad necesaria para satisfacer la demanda de la población. Es decir, en teoría sólo se puede importar para satisfacer la parte de demanda que no cubre la producción doméstica, aunque en la práctica la cuota es un poco inferior, para estimular el crecimiento de la producción interna.

El sistema de cuotas presenta graves ineficiencias y fomenta la corrupción de los funcionarios encargados de su asignación, pero ha funcionado durante los últimos años y es de esperar que se mantenga en el futuro con mínimos cambios.

Todos los años se establece una cuota de importación para cada tipo de carne y para cada país o zona económica (en Europa, la cuota se asigna a la UE en su conjunto). Las cuotas se distribuyen entre las empresas importadoras en teoría atendiendo a criterios históricos, es decir, a un importador se le asigna una cuota mayor o menor en función de la cantidad importada el ejercicio anterior. Es decir, la importación de carne en Rusia es una actividad sujeta a licencia, basada en la asignación de una cuota.

Toda cantidad importada por encima de la cuota asignada debe asumir el pago de unos aranceles/penalizaciones elevadísimos que sitúan el precio de esa carne por encima del que el mercado estaría dispuesto a asumir.

Barreras comerciales y procedimiento de importación

La importación de carne en Rusia está sometida al pago de aranceles, IVA y otros derechos aduaneros y a la presentación de numerosos documentos y certificados.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

a. Aranceles

Partida arancelaria	Arancel
PA 0201. Carne de vacuno refrigerada	Dentro de la cuota: 15% del valor en aduana pero no menos de 0,2 euros/kg. Fuera de cuota: 30% del valor en aduana pero no menos de 0,3 euros/kg.
PA 0202. Carne de vacuno congelada.	Dentro de la cuota: 15% del valor en aduana pero no menos de 0,15 euros/kg. Fuera de cuota: 30% del valor en aduana pero no menos de 0,3 euros/kg.
PA 0203. Carne de cerdo, congelada o refrigerada	Dentro de la cuota: 15% del valor en aduana pero no menos de 0,25 euros/kg. Fuera de cuota: 60% del valor en aduana pero no menos de 1 euro/kg.
PA 0204. Carne de caprino o bovino	15% del valor en aduana pero no menos de 0,15 euros/kg.
PA 0205. Carne caballar o asnal	15% del valor en aduana pero no menos de 0,15 euros/kg.
PA 0206. Despojos comestibles	15% del valor en aduana pero no menos de 0,15 euros/kg. 5%: en caso de que los despojos van a ser utilizados como materia prima para la industria farmacéutica
PA 020621. Lengua	20% del valor en aduana pero no menos de 0,8 euros/kg,
PA 0207. Carne de ave, fresca, refrigerada o congelada	Dentro de la cuota: 25% del valor en aduana pero no menos de 0,2 euros/kg. Fuera de cuota: 60% del valor en aduana pero no menos de 0,48 euros/kg.
PA 0208. Otros	15% del valor en aduana pero no menos de 0,15 euros/kg.
PA 0209. Tocino y grasa	15% del valor en aduana pero no menos de 0,15 euros/kg.
PA 1601. Salchichas y productos similares.	20% del valor en aduana pero no menos de 0,4 euros/kg.
PA 1602. Preparaciones de carne, pescado y crustáceos	20% del valor en aduana pero no menos de 0,5 euros/kg. Los productos del grupo arancelario 1602 destinados a alimentación infantil sólo están sujetos a un arancel del 5%.

Fuente: Market Access Database.

b. IVA

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

El tipo del Impuesto del Valor Añadido (IVA) al que está sujeta la carne y productos cárnicos es del 10% del valor en aduana una vez añadido el arancel.

c. Documentación y certificados de importación

Documentos exigibles a todo tipo de bienes importados en general:

- Declaración de importación
- Declaración de valor a efectos aduaneros (presentada por el importador)
- Factura Pro Forma
- Factura comercial
- Packing List
- Documentos de transporte (Bill of Lading, Air Waybill, Waybill)
- Certificado de origen.

Documentos específicos exigidos para la introducción en territorio ruso de carne y transformados cárnicos:

- Certificado veterinario, según el modelo unificado acordado entre la UE y Rusia en 2005. Este certificado se obtiene en origen y debe ir visado por un veterinario. Se puede tramitar este documento a través de todas las delegaciones del Ministerio de Agricultura en España. Para más información consultar en el servicio CEXGAN (Comercio Exterior Ganadero) en <http://ie.mapa.es/cexgan/Modulos/Default.aspx>.
- Licencia de importación para carne de ave, vacuno y porcino, fresca o congelada: documento que autoriza a su titular a importar aquellos tipos de carne sujetos a cuota.
- Permiso veterinario de importación: lo tramita el importador en el Ministerio Ruso de Agricultura y se aplica a todos los productos sujetos a control veterinario (de origen animal).
- Inspección veterinaria en frontera: documento que acredita que se ha pasado la inspección veterinaria en el punto de entrada en territorio ruso.
- Certificado de conformidad GOST. Este certificado es sólo exigible para los transformados cárnicos (partidas 1601 y 1602).

d. Certificación de instalaciones productivas

En 2004 la UE y Rusia firmaron un memorando acerca del proceso de certificación de carne y productos cárnicos para su exportación a Rusia.

Sólo pueden exportar carne fresca o congelada a Rusia aquellos mataderos y salas de despiece que hayan recibido el certificado de conformidad con la normativa rusa. Básicamente, es preciso que las instalaciones dispongan de instrumentos de registro de la trazabilidad de los productos y estándares de calidad adecuados.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

e. Certificación GOST de transformados cárnicos

El certificado de conformidad GOST indica la adecuación de un producto, bien o servicio de fabricación doméstica o importada a la normativa rusa.

Muchas de las denominaciones arancelarias están sujetas a certificación obligatoria GOST, sin importar si se trata de productos o artículos importados con certificaciones según estándares más rigurosos en sus países de origen. Tradicionalmente, la exigencia del certificado GOST y la negativa de Rusia a reconocer otros esquemas de certificación, como la ISO, se consideran como una barrera comercial bastante engorrosa a los productos importados. Aunque en la práctica la inmensa mayoría de los productos occidentales satisfacen con solvencia los estándares rusos más estrictos, la obtención del certificado GOST se caracteriza por su opacidad y falta de claridad, por lo que es algo de lo que se ocupa en la mayoría de los casos el importador ruso.

A continuación se detallará el procedimiento de obtención del certificado GOST aplicable a todos los productos agroalimentarios y a los transformados cárnicos en particular.

Las normas GOST de aplicación a los productos cárnicos son las siguientes:

GOST 7269-79 Carne. Metodología de selección de muestras y métodos organolépticos para determinar su frescura.

GOST 97920-73 Transformados cárnicos y derivados de porcino, cordero, vacuno y otros tipos de carne incluidas las aves.

GOST 4288-76 Platos cocinados y semielaborados de carne picada.

GOST 20235.0-70 Conservas alimenticias. Selección de muestras y análisis.

GOST 20235.0-74 Carne de conejo.

GOST 8285-91 Grasas animales.

GOST 26668-85 Productos alimenticios. Métodos para determinar la calidad.

GOST 11293-89 Gelatinas.

GOST 7702.0-74 Carne de aves.

GOST 7702.2.0-95 Subproductos y semielaborados de ave.

El documento que recoge la normativa básica sobre el procedimiento de certificación vigente en Rusia, es la Directiva N° 15 del Gosstandard de Rusia de 21.09.1994, con las modificaciones de fecha 25.07.1996 y el 11.07.2002. Esta Directiva detalla el procedimiento de certificación:

Fases del proceso:

- Envío de la solicitud de certificación al organismo competente (cualquiera de los laboratorios autorizados a realizar ensayos y certificar en producto en cuestión). El listado completo de los laboratorios autorizados está disponible en www.gost.ru. En caso de que haya varios laboratorios autorizados a certificar un mismo producto, la solicitud se podrá enviar a cualquiera de ellos.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

- Admisión a trámite de la solicitud y elección del esquema de certificación más adecuado. El órgano de certificación dispone de un mes para admitir o denegar la solicitud desde la fecha de su recepción.
- Selección e identificación de muestras y análisis. La cantidad/número de muestras se determinará para tipo de producto y en función del esquema de certificación. El solicitante deberá proporcionar toda la documentación técnica del producto, su composición e ingredientes.
- Análisis del proceso productivo (en su caso).
- Evaluación de los resultados y decisión sobre la emisión o no del certificado.
- Emisión del certificado y registro. El certificado tiene validez a partir del momento en que se asigna un número de registro.

Período de validez del certificado: se determina en cada caso por el órgano de certificación pero con un máximo de tres años.

- Utilización de la marca GOST: toda producción que haya obtenido el certificado de conformidad debe ir marcada con el distintivo GOST en el producto y/o en el envase y en documentación técnica.
- Realización de controles de la producción certificada (en su caso). En función de los resultados de estos controles se podrá interrumpir la validez del certificado hasta la obtención de los resultados de nuevos análisis y ensayos.

Tipos de esquemas de certificación

Esquema	Análisis en laboratorios autorizados y otros métodos para determinar su conformidad	Análisis del proceso productivo	Análisis de muestras
1	Sí	-	-
1A	Sí	Sí	-
2	Sí	-	Sí (muestras obtenidas del importador/comercializador)
2A	Sí	Sí	Sí (muestras obtenidas del importador/comercializador)
3	Sí	-	Sí (muestras del fabricante)
3A	Sí	Sí	Sí (muestras del fabricante)
4	Sí	-	Sí (muestras del fabricante y del comercializador)
4A	Sí	Sí	Sí (muestras del fabricante y del comercializador)

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

5	Certificación del proceso productivo y de los sistemas de control de calidad. Análisis de muestras del fabricante y/o del importador.
6	Certificación del proceso productivo y sistemas de control de calidad y concesión del certificado de conformidad sobre la base de la declaración del fabricante.
7	Certificación de una partida de producto específica.
8	Certificación de una muestra para una importación/comercialización específica.
9	Convalidación de la declaración de conformidad del fabricante
9A	Convalidación de la declaración de conformidad del fabricante con análisis del proceso productivo.
10	Convalidación de la declaración de conformidad del fabricante y análisis de muestras.
10A	Convalidación de la declaración de conformidad del fabricante, análisis de muestras y del proceso productivo.

El esquema de certificación más habitual para el caso de productos fabricados en serie por empresas que exportan a Rusia de forma estable es el nº 2.

ICEX

III . ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

Debido a que el objeto del estudio es tanto la carne fresca y congelada como los transformados cárnicos, dos productos muy distintos en su comercialización, se analizarán uno a uno todos los canales de comercialización existentes.

Gran distribución: en este canal se comercializan tanto carne como transformados cárnicos y es uno de los de más rápido crecimiento. En este apartado nos referimos a la distribución moderna en sus diferentes formatos: hipermercado, supermercado, tienda de conveniencia por contraposición a los establecimientos antiguos herencia de la Unión Soviética, que poco a poco van desapareciendo. En función del posicionamiento del establecimiento de que se trate (Premium o gourmet, medio, clase económica, discounters, etc) se comercializarán productos de diferente calidad.

En la actualidad, y tras aparecer los primeros indicios de saturación en Moscú y San Petersburgo, las cadenas de distribución en Rusia están inmersas en un proceso de expansión por regiones y de concentración para crear grandes operadores federales. La expansión de la distribución moderna en Rusia mantendrá su vigor a medio plazo.

Para los transformados cárnicos, tanto importados como de fabricación rusa, la gran distribución es el canal de distribución más idóneo.

Tal y como sucede en el resto del mundo, la relación entre suministradores y cadenas no es fácil. En Rusia no hay ningún fabricante ni gran importador de embutidos que no quiera posicionar sus productos en las grandes cadenas. La explicación es obvia y, además, colocar parte de la producción en una cadena quita muchos dolores de cabeza al fabricante o importador. Sin embargo, un vistazo a un contrato tipo entre una cadena y un suministrador pone de relieve la posición de dominio de aquéllas: exigencias de exclusividad, imposición de descuentos en el precio del producto por merchandising de la cadena, por consecución de determinados resultados de venta, por apertura de nuevas tiendas, por inclusión en el sistema logístico de la cadena, etc.

Para trabajar con una cadena, los suministradores deben cumplir cientos de condiciones impuestas por el distribuidor. Para empezar, el pago del canon de entrada y el primer pedido

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

gratis para su degustación por los representantes de la empresa y/o los consumidores (de degustación promocional) con el objetivo de analizar sus posibilidades de rentabilidad.

Además, el suministrador debe cumplir con garantías condiciones relativas a la logística de los suministros (puntualidad, sin retrasos/adelantos de más de 40 minutos sobre la hora establecida de suministro), al marketing (envase atractivo, pago del alquiler del sitio asignado al producto) y además tener la capacidad financiera necesaria para aguantar retrasos en los pagos).

Cash&carry: aunque este canal está concebido para pequeños establecimientos de venta al detalle y de restauración, muchos consumidores finales realizan sus compras en este canal. Comercializan tanto carne fresca y congelada como productos cárnicos. La principal cadena de cash&carry en Rusia es la alemana Metro.

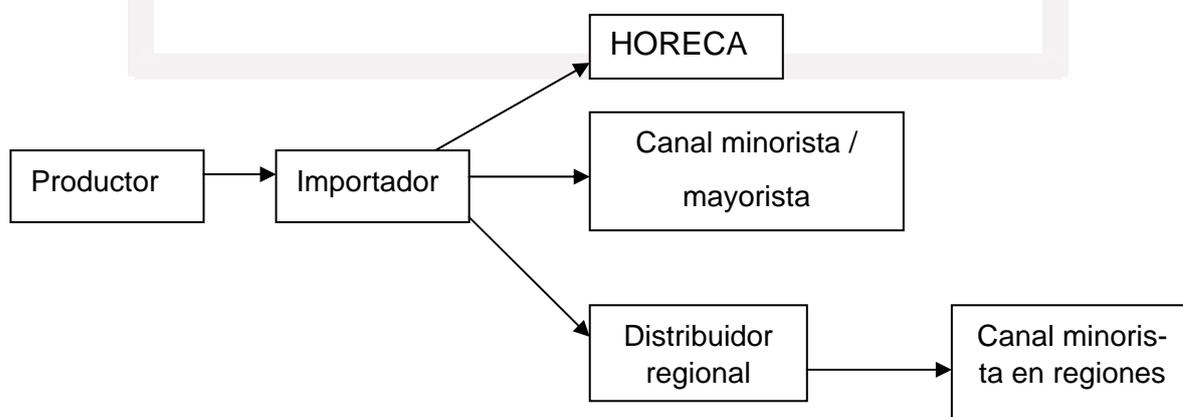
Mercados tradicionales: es otro canal híbrido como el de cash&carry debido a que apenas existe diferencia entre mercados de barrio y de abastos. Tanto consumidores finales como pequeños empresarios del sector restauración compran producto en mercados. El número de mercados en Rusia aumentó mucho en los años 90 con la aparición de grandes espacios abiertos que cubrían el grave déficit de espacios comerciales. En la actualidad, muchos de estos están siendo cerrados al mismo tiempo que se están mejorando las infraestructuras y las prestaciones de mercados cubiertos tradicionales.

Industria transformadora: es el canal de la carne de calidad baja y subproductos cárnicos considerados aquí como materia prima y no como producto final. Los grandes fabricantes rusos de transformados (Mikoyan, Cherkizovski, Dymov, Kampomos) consumen enormes cantidades de carne y despojos que suelen ser importados de países europeos, principalmente.

HORECA: es un importante canal para la carne importada de calidad y para determinados transformados cárnicos importados como el jamón. Es el principal canal para la carne de vacuno refrigerada procedente de Australia o Argentina.

1.2. Esquema de la distribución

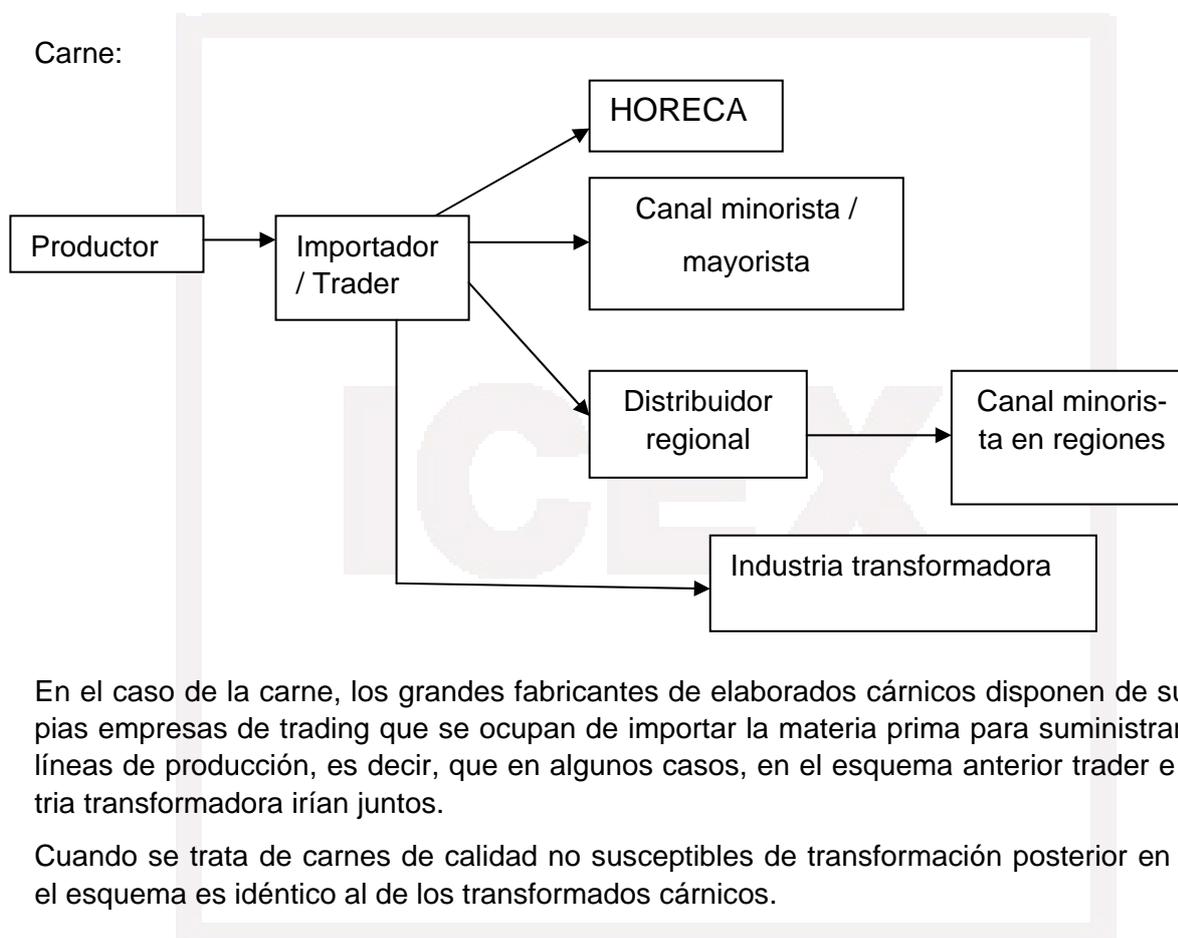
Transformados cárnicos:



EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

El esquema de la distribución de los transformados cárnicos de importación pasa obligatoriamente a través de una empresa importadora que en la mayor parte de los casos también es distribuidor en su zona de influencia. Por lo general este tipo de empresas están en Moscú o San Petersburgo. Para acceder a otras regiones, estos importadores se apoyan en empresas distribuidoras regionales (almacenistas o directamente cadenas de supermercados o restaurantes).

Las cadenas de distribución no importan directamente del extranjero por las complicaciones logísticas que este tipo de operaciones plantean. A corto y a medio plazo no es probable que esta situación cambie.



En el caso de la carne, los grandes fabricantes de elaborados cárnicos disponen de sus propias empresas de trading que se ocupan de importar la materia prima para suministrar a sus líneas de producción, es decir, que en algunos casos, en el esquema anterior trader e industria transformadora irían juntos.

Cuando se trata de carnes de calidad no susceptibles de transformación posterior en Rusia, el esquema es idéntico al de los transformados cárnicos.

1.3. Principales distribuidores

Los principales productores y distribuidores de productos cárnicos son las empresas de Moscú, que también es el principal mercado de consumo, el más saturado y el de mayor competencia. Se calcula que en Moscú se comercializan transformados cárnicos de más de 200 fabricantes, rusos y extranjeros.

A diferencia de otras ciudades rusas de tamaño mediano, donde existen sólo uno o dos fabricantes locales de embutidos que controlan una parte sustancial del mercado regional de que se trate, el mercado de Moscú está mucho menos concentrado; para ilustrar esta afirmación

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

sirva este dato: los cinco principales productores de transformados en Rusia controlan sólo el 44% del mercado de Moscú y la cuota de los diez principales fabricantes no llega al 70%.

El líder indiscutible del sector es MIKOYAN con una cuota de mercado (en valor) del 15,4% en 2006.

Tabla: Principales fabricantes rusos de transformados cárnicos

Empresa	Cuota en 2005	Cuota en 2006
Mikoyan	18,7	15,4
Vegus	5,9	8,2
Cherkizovski	7,8	7,9
Klinski Myasokombinat	6,6	6,8
Dymov	3,9	5,6
Otros	57,2	56,2
Total	100	100

Fuente: Russian Food Market (2007)

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

Los distribuidores de transformados cárnicos importados dirigen en la actualidad todos sus esfuerzos a participar en la expansión de las cadenas de distribución en Rusia. El gran aumento de las importaciones de transformados cárnicos en Rusia durante los últimos años ha debido mucho a la apertura de nuevos establecimientos en las grandes ciudades rusas. La competencia por posicionarse en la distribución moderna es muy fuerte ya que la oferta de transformados cárnicos es muy amplia y los costes de posicionamiento son elevados. Esa es la razón de que muchos distribuidores rusos sólo estén dispuestos a trabajar con suministradores dispuestos a participar en los costes de introducción del producto en la distribución.

Los fabricantes rusos tienen un problema importante de control de costes de su producción ya que la maquinaria, la materia prima y los aditivos, colorantes y demás productos que añaden a sus transformados cárnicos son importados y sus precios de venta al público no son muy inferiores a los de los embutidos italianos o españoles, por ejemplo. Por eso la estrategia de estas empresas incluye como componente fundamental la realización de intensas campañas publicitarias en televisión con el fin de crear marcas fuertes y reconocidas por los consumidores, así como el pago de los costes de posicionamiento de las principales cadenas de distribución rusas.

Si hace unos años los transformados cárnicos importados (jamón, prosciutto, salamis, salchichón, chorizo, etc) se comercializaban exclusivamente en los poco numerosos establecimientos tipos gourmet, en la actualidad, la buena relación calidad-precio de estos productos los hace accesibles a un número cada vez mayor de consumidores, al tiempo que los relativamente elevados precios de los embutidos rusos reduce su competitividad, hecho que está motivando fuertes inversiones en marketing y publicidad.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

En cuanto a la carne fresca y congelada, los grandes distribuidores rusos en la actualidad son muy selectivos y conservadores a la hora de empezar a trabajar con nuevos suministradores. El aumento de sus ventas está basado en la oferta de producto con buena relación calidad precio y ofrecer un buen servicio a sus clientes. El producto de calidad se posiciona en los segmentos Premium del mercado (restauración, determinadas cadenas de distribución) mientras que otros tipos de carne se comercializan en cadenas tipo discounter.

2.2. Estrategias para el contacto comercial

En el presente apartado de este estudio se indicarán algunas de las características del sector y de la psicología de los importadores que el productor español debería de tener en cuenta cuando se desplace en viaje de prospección comercial a Rusia:

1. **PROFESIONALIZACIÓN CRECIENTE DE LAS EMPRESAS RUSAS:** Las empresas rusas se han profesionalizado mucho en los últimos diez años. Visitan de forma regular las ferias mundiales del sector en el extranjero, cada vez es más frecuente que los responsables de compras hablen inglés, y se enfrentan a un mercado interno, el ruso, cada vez más exigente que exige de las empresas una buena organización y servicio a sus clientes.

En este sentido, los empresarios rusos cada vez más, buscan en sus suministradores extranjeros fiabilidad, calidad de producto y buen servicio en el envío de la mercancía, pasando a segundo plano otros factores como el precio (salvo segmentos muy concretos como el de despojos y carne de baja calidad para ser utilizada en la industria).

2. **GRADO DE COMPROMISO CON EL MERCADO RUSO:** Los rusos aprecian a aquellos suministradores extranjeros que tienen un compromiso serio y a largo plazo con el mercado ruso frente a aquellos que consideran a Rusia como un país marginal que nunca supondrá una cifra importante de su cifra de ventas. Estas diferentes actitudes existen y se perciben fácilmente en la forma de trabajar del suministrador.

3. **RELACIONES INTERPERSONALES:** al contrario de lo que puede parecer a simple vista, los rusos no son gente fría y para sentirse cómodos en los negocios, necesitan desarrollar con sus socios extranjeros una relación que vaya más allá de la estrictamente comercial. En este sentido, en Rusia es importante “hacerse amigo del socio ruso”, algo para lo que los españoles disponemos de cierta ventaja frente a la clase empresarial de otros países.

4. **BUROCRACIA Y NORMATIVA:** Si el importador ruso, para realizar la importación, solicita de su socio extranjero que realice gestiones o le entregue documentos que a éste le parecen extraños o poco habituales, no es conveniente que éste muestre desconfianza. Antes se recomienda contrastar la información suministrada por el importador con alguien de confianza familiarizado con los trámites de importación. El importador ruso ha de lidiar en un país terriblemente burocrático y con unas normas de importación que exigen por ejemplo, la firma de contratos en ruso y la colocación en las botellas de los timbres de accisas de una forma muy concreta, siendo ésta última una cuestión de gran importancia para el comprador ruso y a la que muchos fabricantes extranjeros no le prestan demasiada atención.

NEGOCIACIÓN: el estilo de negociación ruso es por lo general directo y reivindicativo; aunque esto quizás no sea demasiado evidente en el caso de los transformados cárnicos donde la elasticidad al precio es menor ya que el precio que el mercado puede pagar por un embuti-

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

do importado es elevado, en el segmento de carne congelada y despojos para la industria, los rusos son duros en la negociación.

2.3. Condiciones de acceso

Las condiciones exigidas más frecuentemente por los importadores rusos de transformados cárnicos son las siguientes:

1. **EXCLUSIVIDAD EN EL MERCADO:** la gran competencia del sector es la que obliga al importador a exigir de su suministrador la exclusividad en la venta de una determinada marca de vino en toda Rusia. Esta exigencia tiene sentido si el socio es una empresa importante que trabaja en todo el territorio de la Federación Rusa como suele ser lo habitual.

Los rusos suelen pedir exclusividad pero no garantizan a cambio un volumen mínimo de compra, una exigencia muy habitual de los suministradores extranjeros (no sólo españoles). Esto es un punto de fricción frecuente que puede dar al traste con prometedoras relaciones comerciales: para un importador es imposible ofrecer una cifra de ventas mínima a un suministrador español porque intervienen muchos factores y, entre los más importantes se encuentra el apoyo que el exportador esté dispuesto a ofrecer a su importador.

2. **FORMA DE PAGO:** aunque el pago de los envíos por anticipado ha sido la modalidad más extendida, esta situación ha cambiado según la propia evolución del sector: los grandes importadores rusos son empresas muy conocidas y solventes y, el aplazamiento se ha extendido hasta tal punto que sólo se utiliza el prepago por la totalidad del importe en las primeras operaciones de la relación comercial.
3. **INVERSIÓN EN PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN:** Debido a la competencia existente en el mercado, los importadores suelen solicitar a sus suministradores apoyo en actividades promocionales organizadas para posicionar o dar a conocer el producto en las cadenas.

2.4. Condiciones de suministro

Los medios de transporte más habituales son el barco y el de carretera. El primero es más utilizado para los grandes envíos de carne refrigerada o congelada procedentes de América y tiene como principal punto de descarga San Petersburgo en el Norte. Para los envíos de carne europea y de transformados cárnicos se suele utilizar el transporte por carretera.

Rusia tiene grandes problemas tanto con el transporte por carretera como marítimo. En el primer caso, porque existe sólo una carretera, la que entra en Rusia a través de Letonia en la que las caravanas de 40 km de camiones y retrasos de días en la entrada de mercancías es habitual (el trayecto más corto, a través de Bielorrusia apenas es utilizado por los frecuentes robos de mercancía). En lo que respecta a los puertos, su capacidad es limitada y el ritmo de ampliación de infraestructuras no es suficiente por lo que los problemas de congestión son frecuentes, situación que se agrava en invierno debido a los hielos.

Las operaciones se llevan a cabo bajo condiciones ExW, FOB, FCA o CIP.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Para poder importar mercancías cuya compra está sujeta al pago en divisas, los importadores rusos están obligados a firmar un contrato con la empresa suministradora. El contrato da derecho a la compra de divisas para el pago del producto y al desaduanaje de la mercancía y tramitación de los certificados necesarios.

2.5. Promoción y publicidad

La promoción más habitual de transformados cárnicos se realiza en forma de degustaciones a consumidores finales en los supermercados y demás establecimientos de venta. En coordinación con las cadenas, es posible organizar otro tipo de promociones, descuentos especiales y obtener posiciones preferentes en el lineal.

En cuanto a soportes, los grandes productores rusos de transformados financian campañas de publicidad en televisión dirigidas al consumidor final dando a conocer nuevos productos.

Para la promoción de productos con valor “gastronómico” como la carne refrigerada del segmento Premium o el jamón puede utilizarse otro tipo de instrumentos dirigidos a un auditorio profesional (chefs y restauradores) como demostraciones de producto, degustaciones, seminarios y master-classes, visitas a instalaciones productivas, inserciones de reportajes en revistas especializadas para profesionales etc.

2.6. Tendencias de la distribución

1. Expansión de los formatos de la distribución moderna y de las grandes cadenas por todo el país. Aunque en la actualidad apenas dos operadores pueden jactarse de tener una red de distribución que abarque la totalidad de Rusia, es fácil suponer que, de mantenerse la estabilidad económica del país, y no hay razones que sugieran un cambio radical a medio plazo, las cadenas mantendrán su expansión sin descartar operaciones de fusión para crear operadores más grandes que controlarán una parte muy mayoritaria de las ventas de transformados cárnicos.
2. Aumento del consumo y de la popularidad de los transformados cárnicos importados, que lógicamente aumentarán su presencia en las cadenas de distribución. El producto de fabricación rusa mantendrá su liderazgo gracias a la fortaleza de sus marcas y a sus mejores redes de distribución.
3. Fortalecimiento de la posición de los grandes fabricantes rusos de transformados en los mercados regionales. Las grandes empresas de Moscú, con mayores recursos financieros y sólidas relaciones con las cadenas en expansión, controlarán los espacios en los supermercados e hipermercados regionales, dejando limitada la distribución de los productores locales (regionales) a los mercados y tiendas de barrio. Sólo algunos productores regionales tiene la capacidad de competir con los “grandes”.
4. Incremento de la presencia de carne de producción rusa en el mercado. Aunque es extremadamente difícil que los productores rusos lleguen algún día a posicionarse en el segmento que hoy ocupa la carne australiana, argentina o algunos tipos de carne europea, Rusia está haciendo esfuerzos importantes por reconstruir su sector ganadero, por lo que a medio plazo, el producto ruso competirá con el importado en los segmentos inferiores e intermedios del mercado.

IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

La población total de la Federación Rusa en enero de 2006 era de 143,7 millones de habitantes, con una proporción de mujeres bastante superior a la de hombres (53,4% y 46,6%, respectivamente).

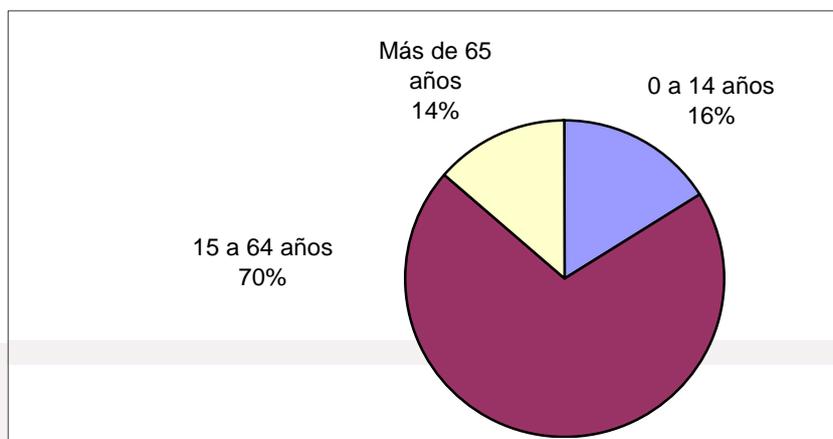
La tasa de crecimiento de la población es negativa (aprox. -0'3 %), a pesar de la inmigración desde las antiguas repúblicas soviéticas. El descenso de población se ha producido en los últimos diez años tanto por la caída de la tasa de natalidad como por el aumento de la mortalidad debido al precario sistema sanitario, el empeoramiento del nivel de vida producido por la transición económica y el elevado consumo de alcohol. Los pronósticos más optimistas estiman que la población de Rusia se estabilizará a largo plazo en los 120 millones de personas.

La esperanza de vida es significativamente distinta entre hombres y mujeres: mientras que para los primeros es de sólo 62,46 años, para las mujeres es de 73,11 años, una edad más parecida a la de los países occidentales.

Tres cuartas partes de la población viven en núcleos urbanos, siendo las principales ciudades Moscú (con cerca de 12 millones de habitantes) y San Petersburgo (4,3 millones). Hay otras once ciudades que superan el millón de habitantes, entre ellas Novosibirsk (1,4 millones de habitantes), Nizhni Novgorod (1,3 millones de habitantes), Yekaterimburgo (1,3 millones de habitantes), Samara (1,1 millones de habitantes), Omsk (1,1 millones de habitantes) y Kazán (1,1 millones de habitantes). Un 80% de la población (unos 115 millones de personas) está concentrado en la parte europea del país.

La población se distribuye por edades de la siguiente manera:

Gráfico 1: Distribución por edades de la población rusa



Fuente: Komkon

1.2. Factores económicos

El período 1999-2006 se ha caracterizado por el fuerte desarrollo de la mayoría de los sectores económicos. En dicho período, el PIB ha crecido cerca del 64,8%, el consumo de los hogares un 69,4% y las inversiones en capital fijo un 85,1%. El crecimiento medio de la producción en el período considerado ha superado ligeramente el 7%; la tasa de inflación se ha reducido sustancialmente, siendo el año 2006 el primer año en el que se sitúa en un dígito. El logro más llamativo es el aumento de las reservas de divisas y la recuperación de los ingresos reales de la población, superando los niveles anteriores a la crisis de agosto de 1998.

Sin embargo, el modelo de crecimiento de la economía presenta las siguientes debilidades estructurales:

- Elevada dependencia económica de las exportaciones de materias primas (en particular de petróleo crudo), el precio de las cuales explica en gran medida el crecimiento de la economía rusa en los últimos años. Por lo demás, la economía rusa está poco diversificada, hasta el punto de que la producción de materias primas supone más del 60% de la producción industrial.
- Baja competitividad de los sectores industriales orientados al mercado interior. Dichos sectores obtuvieron una ventaja competitiva importante con la drástica devaluación del rublo en 1998, pero, en un contexto de revalorización del mismo, cada vez tienen más difícil competir frente a la producción importada.
- Ausencia de un sistema financiero eficiente, capaz de transformar el ahorro en inversión y de un clima de negocios estable. La inversión en capital fijo es, en parte por este motivo, muy inferior a las necesidades reales de la industria.

La sostenibilidad del crecimiento a largo plazo dependerá en gran medida de la capacidad del Gobierno para continuar con el proceso de reformas estructurales a fin de fomentar la inversión en los sectores no energéticos, que en los últimos años avanzan con suma lentitud, por no hablar de paralización. Entre las reformas pendientes, deben destacarse las siguientes: la reforma de la Administración y la lucha contra la corrupción, la modernización del sistema financiero, la reforma de los monopolios naturales, y las reformas de la vivienda, educación y salud.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

La política del Banco Central de Rusia, mientras trata de reducir la inflación, también vigila la apreciación del rublo, que, de ser excesiva, pondría a la industria rusa en una situación de aún mayor desventaja frente a los competidores extranjeros. El mayor problema en este sentido es la entrada de flujos monetarios procedentes de las exportaciones de materias primas, que generan fuertes tensiones inflacionistas. Una parte importante de los mismos se está destinando a un Fondo de Estabilización, con el que se ha devuelto anticipadamente la deuda que Rusia mantenía con el Club de París y mediante el que se pretende financiar proyectos de infraestructuras de especial envergadura.

PIB: En 2006, fue de 26.781 miles de millones de rublos (unos 1.017.128 millones de dólares), con un crecimiento en términos reales del 6,7%. Tanto en 2005 como en 2006 más de la mitad del crecimiento del PIB se consiguió gracias a la favorable situación de los mercados energéticos, principalmente, debido a los elevados precios del crudo, que en 2006 alcanzaron un récord histórico. En el primer trimestre de 2007, el PIB alcanzó los 6.566,2 miles de millones de rublos, con un crecimiento en términos reales de 7,9% impulsado por el consumo interno, la inversión fija y la producción industrial.

El índice de producción industrial creció un 3,9% durante el año 2006. La tasa de crecimiento de la producción petrolera se ha reducido considerablemente durante 2006, debido a las mayores dificultades en la extracción y a la saturación de las redes de transporte del crudo. Durante el año 2006, la producción creció un 2,3% en minería, un 4,4% en la industria manufacturera y un 4,2% en la producción y distribución de electricidad, gas y agua. El incremento en la producción de bienes es muy inferior al crecimiento registrado en el PIB, por lo que se observa una mayor aportación del sector servicios en el crecimiento económico ruso.

En la primera mitad de 2007 el crecimiento del índice de producción industrial ha sido superior, un 7,7%. Hasta finales de junio de 2007, la producción creció un 3% en minería, un 12,2% en la industria manufacturera y disminuyó un 3,6% en la producción y distribución de electricidad, gas y agua. Hay que destacar el crecimiento del sector manufacturero, esta vez superior al crecimiento registrado en el PIB, a pesar de la pérdida de competitividad que pueda estar sufriendo debido a la apreciación del rublo y por tanto al incremento de las importaciones. Por otro lado, se observa una mayor aportación del sector servicios y la construcción en el crecimiento económico ruso.

Precios: En 2006, el IPC creció el 9%, cumpliendo el objetivo de inflación fijado por el Gobierno para dicho año. En la primera mitad de 2007, el IPC se ha situado en el 6,6% por lo que no parece probable que se cumpla el objetivo de inflación del Gobierno del 8% para 2007. La principal causa del crecimiento del IPC ha sido la subida de los precios de las frutas y verduras en los últimos meses, que han crecido un 12,2% en el primer semestre de 2007. La prohibición a partir del 1 de abril de dependientes extranjeros en los mercados rusos podría ser una de las causas de este crecimiento al aumentar los costes de mano de obra y disminuir la oferta.

El índice de precios industriales creció un 10,4% en 2006. La subida de los precios del petróleo, del gas natural y de la electricidad, al igual que los del transporte y los servicios comunales (los que se prestan a los residentes domésticos, como recogida de basuras, mantenimiento de elementos comunes en las viviendas, etc.) tuvieron un efecto arrastre que afectó al incremento de prácticamente el resto de los precios.

Hasta finales de junio de 2007, el índice de precios industriales creció un 8,7%.

Empleo, salarios: Durante 2006, la tasa de desempleo siguió descendiendo hasta situarse en un 6,9% de la población activa a final del periodo.

A finales del mes de junio de 2007 la composición del mercado de trabajo ruso era la siguiente: la población activa estaba compuesta por 74,8 millones de personas (lo que supone

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

aproximadamente el 52% de la población rusa). El número de parados disminuyó un 2,9% en junio alcanzando los 4,99 millones de desempleados, lo que supone una tasa de desempleo del 6,7% de la población activa. La población rusa disminuyó un 0,12% entre enero y junio de 2007, situándose en 142,0 millones de personas.

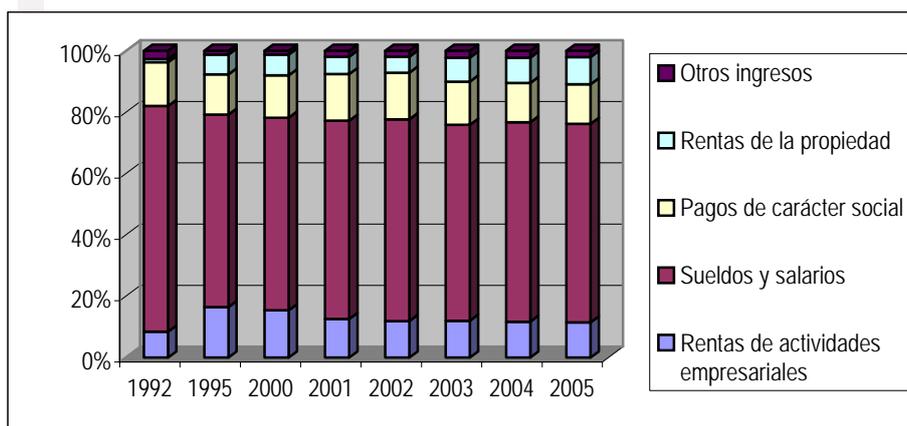
Los ingresos disponibles aumentaron en 2006 un 10,2% respecto a 2005, y los salarios reales un 12,6%. El crecimiento de la renta disponible, en un contexto de apreciación real del rublo, ha servido de acicate para estimular la expansión de las importaciones de bienes de consumo, dada la insuficiente oferta rusa de los mismos. El salario medio nominal, según las estadísticas oficiales, aumentó un 25,7% hasta los 10.728 rublos (407 USD aproximadamente). La pensión media en 2006 fue de 2.364 rublos (82 USD aproximadamente), lo que significa un incremento interanual del 9,6% en términos reales, pero es un nivel que sigue siendo bastante inferior al nivel mínimo de subsistencia, fijado en 3.713 rublos en 2007.

Durante el año 2007, la renta real disponible aumentó un 17,5% en el periodo de enero a junio de 2007. El ingreso medio per cápita aumentó un 18% en 2007 en comparación con junio de 2006, situándose en 12.200 rublos mensuales en junio de 2007. El salario medio mensual alcanzó los 13.810 rublos en junio de 2007, lo que equivale a más de 500 dólares

1.3. 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, sufrieron un cambio muy importante, como podemos deducir de la comparación entre las fuentes de ingresos de la población en 1992, 2000 y 2005.

Gráfico Nº 2: Fuentes de ingresos de la población



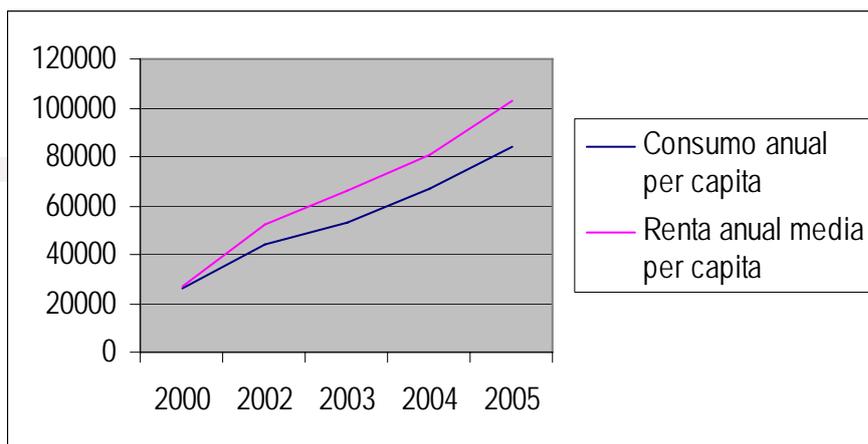
Fuente: Goskomstat.

Si, como es lógico esperar, 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 observa 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 ren-

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

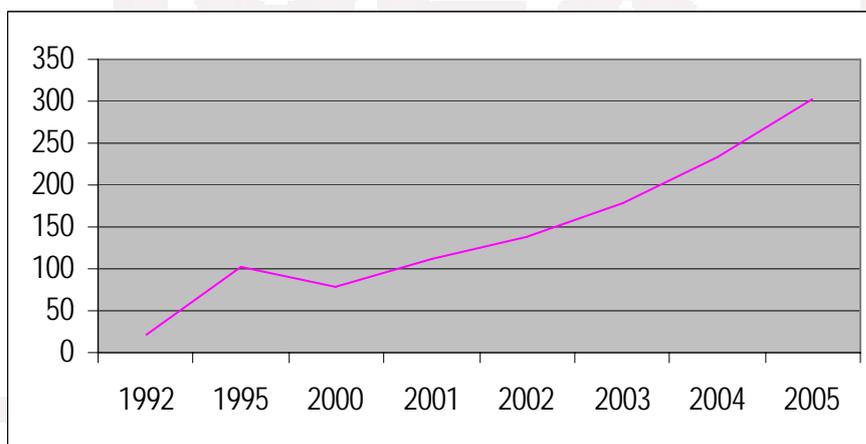
tas de la propiedad, igualmente muy limitada con anterioridad a 1992. El crecimiento de los ingresos, en términos reales y nominales, puede observarse en el siguiente gráfico:

Gráfico Nº 3: Evolución de los ingresos medios y del consumo per capita. En rublos (1 euro = 34 rublos, aprox).



Fuente: Goskomstat.

Gráfico Nº 4: Evolución de la renta mensual de la población rusa. En dólares USA.



Fuente: Goskomstat.

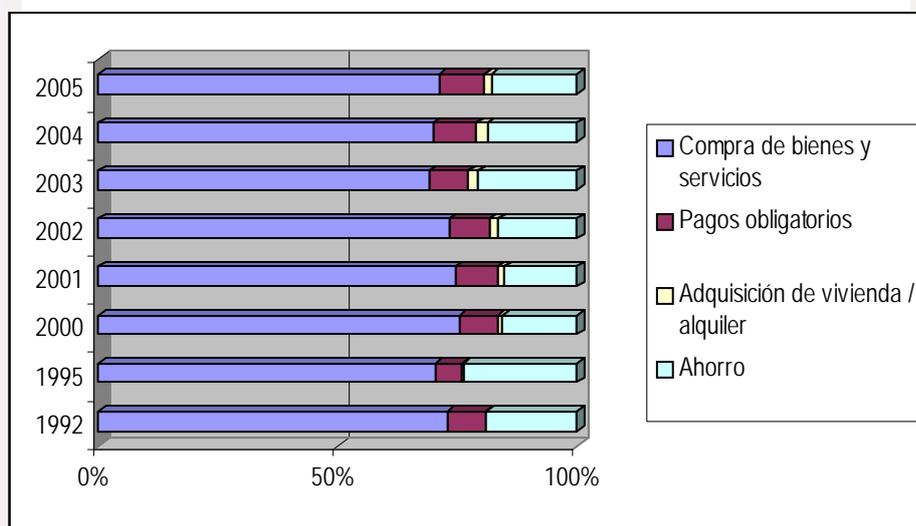
En términos nominales (Gráfico 11) los ingresos de la población han crecido de manera ininterrumpida, pero, en términos reales (Gráfico 12), éstos han experimentado cambios significativos. Se observa una fuerte disminución de los ingresos durante la crisis del año 1998 y el año siguiente. No obstante, en los últimos años éstos han crecido de manera muy fuerte, superando los niveles existentes antes de la crisis. Es de esperar que esta tendencia se mantenga, junto con otras que analizaremos seguidamente.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

El consumidor medio ruso, según "Renaissance Capital"¹, 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. Esto ha aparejado no sólo un aumento del consumo, sino también de los ahorros.

La estructura de gastos no ha experimentado cambios importantes, como podemos observar en el siguiente cuadro, que refleja las variaciones de los mismos en los últimos trece años.

Gráfico Nº 5: Evolución de la estructura de gastos y ahorro de la población rusa



Fuente: Goskomstat.

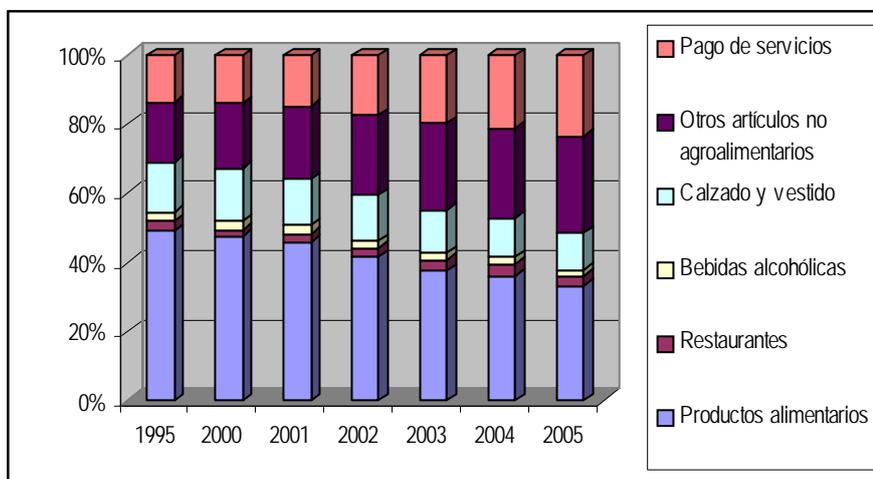
Los datos se presentan en porcentaje sobre el total para evitar la incidencia de la tasa de inflación, especialmente alta en Rusia en los primeros años noventa. Se observa que el nivel de porcentaje de renta destinado al consumo es altísimo, manteniéndose en los últimos años cercano al 80% de la renta disponible. Es de destacar la aparición de los gastos de alquiler y compra de vivienda y la reducción de los niveles de ahorro los últimos tres años, coincidiendo con un importante aumento del consumo, propiciado por la mejora de la situación económica de las familias y por la aparición de los créditos para financiar compras de coches, electrodomésticos, mobiliario, etc.

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

¹ Renaissance Capital: "The Future Of Russia's Consumer Sector"

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Gráfico N° 6: Distribución del gasto de los hogares



Fuente: Goskomstat.

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. El gasto en alcohol se ha mantenido muy estable durante el período considerado, aunque se ha producido un cambio muy importante en esta partida, que es la reducción del consumo de vodka y otras bebidas tradicionales de alta graduación a favor de otras como el vino. La cerveza estaría incluida en la parte de productos alimentarios.

1.4. Tendencias sociopolíticas

Rusia atraviesa una etapa de estabilidad política bajo el gobierno de Vladimir Putin, quien controla todos los resortes de los tres poderes (legislativo, ejecutivo, judicial) en el país. A pesar de que existen voces que denuncian el rumbo autoritario que está tomando el poder en Rusia, la popularidad de Putin entre los rusos es incuestionable. Una encuesta realizada recientemente ha puesto de manifiesto que para la sociedad rusa palabras como “democracia” o “libertades” suenan muy abstractas y sin contenidos concretos. En cambio la mayor parte de los encuestados resultó estar a favor de cierta censura estatal en los medios de comunicación de masas y de valores o ideas tales como “orden”, “patria” o “líder”.

Estas opiniones reflejan un estado de ánimo y una forma de ser, la de la sociedad rusa, que muchas veces es difícil de comprender bajo prismas occidentales.

La evolución reciente del país ha abierto una brecha social que ha dejado un país con tres clases sociales muy incomunicadas entre sí:

1. **Clases altas:** aquí estarían los integrantes de las clases más pudientes, conocidos popularmente como “nuevos rusos” que se caracterizan por un consumismo exacerbado de bienes y servicios de lujo. Viven en mansiones en las afueras de Moscú o San Petersburgo en guetos sociales de los que salen rara vez. Se trata de una sociedad muy cerrada y constituyen la élite empresarial de la nueva Rusia.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

2. **Clase media:** en Rusia se considera clase media a aquellas familias con una renta superior a 600 USD mensuales por integrante debido a que los hábitos de consumo coinciden en gran medida con las habituales en los países occidentales. La clase media está muy consolidada en ciudades como Moscú o San Petersburgo y pertenecen a ella individuos que han recibido una educación más o menos esmerada, tienen trabajos con sueldos dignos y tienen la posibilidad de viajar con frecuencia al extranjero. En general se puede decir que la clase media de Rusia es el grupo de población más “occidentalizado” o con pautas de comportamiento más similares a las occidentales. En Moscú, la clase media la integrarían familias con un ingreso de entre 1000 y 1500 dólares por unidad familiar, un ingreso mucho más elevado que la media en Rusia.
3. **Clase baja:** aproximadamente la mitad de la población de Rusia pertenece a esta categoría social que permanece al margen de las tendencias modernizadoras del país.

Las tendencias vigentes en la actualidad apuntan a una consolidación de las clases medias y a una paulatina reducción del número de individuos integrantes de las clases bajas.

1.5. Tendencias culturales

Muchos de los visitantes extranjeros que pasan por Rusia suelen asombrarse ante la inmensa oferta cultural existente en ciudades como Moscú o San Petersburgo. Es cierto que la cultura y la educación fueron una de las prioridades de los gobernantes soviéticos, pero, dejando de lado los tópicos y generalizaciones que circulan sobre Rusia como sobre cualquier otro país, es necesario admitir que la cultura fue una de los sectores sobre los que más intensamente actuó la propaganda soviética. Rusia tiene un índice de analfabetismo casi inexistente, pero lo cierto es que la educación y formación que ha recibido la mayoría de los rusos dista mucho de ser excelente, al igual que ocurre en el resto del mundo.

Hoy en día la tendencia más visible en Rusia desde un punto de vista cultural es el acercamiento a occidente y la imitación de sus gustos y sus estilos de vida: los cines y las cadenas de televisión pasan las películas americanas de mayor éxito, los grupos musicales occidentales son omnipresentes en las emisoras musicales de radio, las calles de Moscú y San Petersburgo están llenas de restaurantes occidentales (americanos, italianos, franceses), de boutiques de moda italiana y española, etc.

Este proceso acelerado de occidentalización cultural es perfectamente comprensible después de setenta años de comunismo en los que dominó una gris uniformidad social y cultural. Esta occidentalización se mantendrá a medio plazo.

Una de los aspectos más afectados por la imitación de los estilos occidentales en la sociedad rusa son los patrones del consumo en las grandes ciudades que no se diferencian ya demasiado de los vigentes en Estados Unidos o en los países de Europa occidental.

1.6. Tendencias legislativas

El “inminente” ingreso de Rusia en la OMC no afectará al sistema de cuotas a la importación de carne ni a otras medidas proteccionistas de la industria cárnica y del sector ganadero ruso. Sólo un año después del ingreso en la OMC y sólo determinadas partidas establecidas de antemano estarán sujetas a un proceso de rebaja arancelaria gradual.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Tampoco es previsible que afecte a los esquemas de certificación para transformados cárnicos específicos de Rusia que se mantendrán a medio plazo con pocos cambios.

La importancia que concede el reformador ruso a la reconstrucción del sector ganadero queda manifiesta en lo ambicioso del programa federal de modernización del sector agropecuario, al que se están destinando una gran cantidad de fondos estatales e incorpora variados instrumentos para hacer atractivo este sector a los inversores.

Uno de los retos más importantes de esta reforma es la creación de una red de establecimientos de primera transformación de la carne, mataderos y salas de despiece, modernos, que observen los estándares higiénicos internacionales y que abran nuevos canales de distribución a la carne producida en Rusia. Todo ello, regulado por un marco jurídico razonable y moderno. Entre los dos modelos de regulación del sector cárnico, el europeo y el americano, todo parece indicar que el legislador ruso se decantará por el primero, más cercano a la tradición rusa y más sencillo de poner en práctica.

Con el fin de mantener los niveles de consumo de carne en Rusia, la legislación rusa intenta mantener un equilibrio entre importaciones y apoyo a los productores rusos. A medida que la industria doméstica se fortalezca, Rusia irá reduciendo las cuotas de importación de carne.

Por otro lado, en una entrevista recientemente publicada, Sergey Dankvert, Director del Servicio de Vigilancia Veterinaria y Fitosanitaria, ha señalado que en 2008 se tomarán medidas destinadas a mejorar la calidad de los suministros de carne extranjera dirigidas a Rusia, a flexibilizar los trámites de importación y se agilizará el procedimiento sancionador contra aquellas empresas o Estados que envíen carne de mala calidad o que no dispongan de controles veterinarios suficientes para garantizar la calidad de los envíos.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

La carne es un elemento fundamental en la dieta de los rusos y, de forma más específica, la de vacuno, porcino y ave, las más populares.

La calidad de la carne producida en Rusia siempre ha sido muy deficiente y por eso, con la excepción de la carne a la barbacoa o shashlik rusos, la forma más frecuente de prepararla es en forma de hamburguesas o “filetes rusos”, utilizando carne picada.

En cuanto a los transformados cárnicos, el mercado de Moscú presenta diferencias notables con el de otras regiones, principalmente en cuanto a los volúmenes de consumo de productos del segmento Premium. Por su interés para los exportadores españoles este apartado del estudio se centrará especialmente en los transformados cárnicos.

El sector de transformados se caracteriza por su gran variedad de productos y de marcas presentes en el mercado. Si en 2005, en Moscú se comercializaron más de 5.000 referencias de embutidos y otros transformados, a mediados de 2006 esta cifra había aumentado hasta 5.500, es decir, registró un aumento del 10% en medio año.

El incremento en el número de referencias se ha notado más en las pequeñas tiendas y quioscos que en los supermercados e hipermercados donde la variedad de producto siempre ha sido más amplia.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Más de la mitad de las ventas en este segmento corresponde a los embutidos, que representa aproximadamente la mitad del número de referencias. Es también donde existe un nivel mayor de competencia entre los distintos productos y marcas.

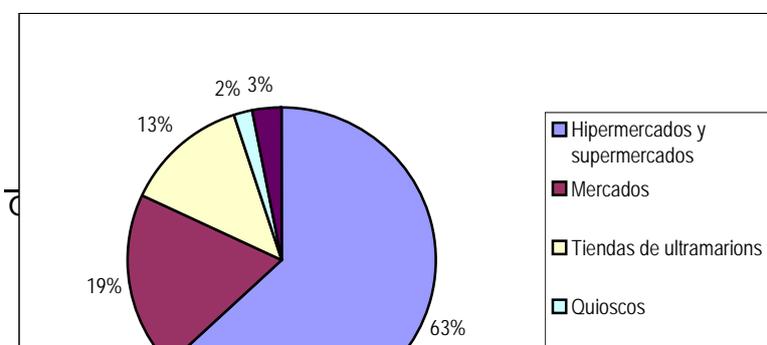
En lo que respecta a la categoría de productos delicatessen, estos representan casi una cuarta parte del surtido de un supermercado cualquiera en Moscú.

Producto	2005	2006	Nº de referencias	% sobre el total de referencias
Embutidos:	55,9	57,1	2555	46,4
Cocidos	26,7	26	920	16,7
Cocidos-semiahumados	16,7	17	893	16,2
Ahumados	12,4	14,1	742	13,5
Salchichas y similares	22,9	23,2	746	13,6
Categoría "delicatessen"	12,9	12,7	1349	24,5
Jamón (incluye el cocido)	5	4,2	262	4,8
Patés	2,2	1,8	496	9
Otros	1	1,1	94	1,7

Fuente: Russian Food Market (2007)

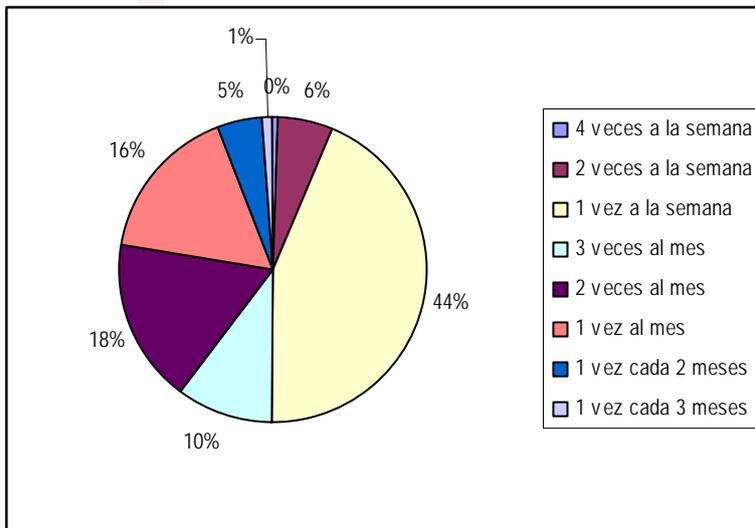
2.2. Hábitos de compra

Gráfico: Compras de carne por tipo de establecimientos



Fuente: Russian Food Market (2007)

Gráfico: Frecuencia de consumo de carne de cerdo



Fuente: Russian Food Market (2007)

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor

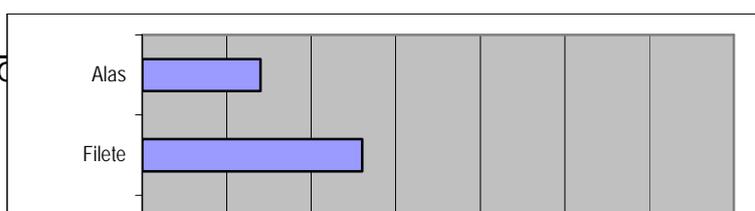
El consumidor ruso, con cierta frecuencia es rehén de las complicadas relaciones entre suministrador y las cadenas, que eliminan e introducen nuevas marcas en sus lineales con demasiada frecuencia. Es muy habitual por ejemplo que durante dos o tres meses desaparezca una marca de una cadena y vuelva al cabo de ese período, una vez que el suministrador ha negociado de nuevo con la cadena las condiciones de un nuevo contrato.

2.4. Preferencias

Carne de ave:

En la actualidad, el consumo per capita de carne de ave es de 14,2 kilos.

Gráfico: Preferencias del consumidor por partes de carne de ave.



EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

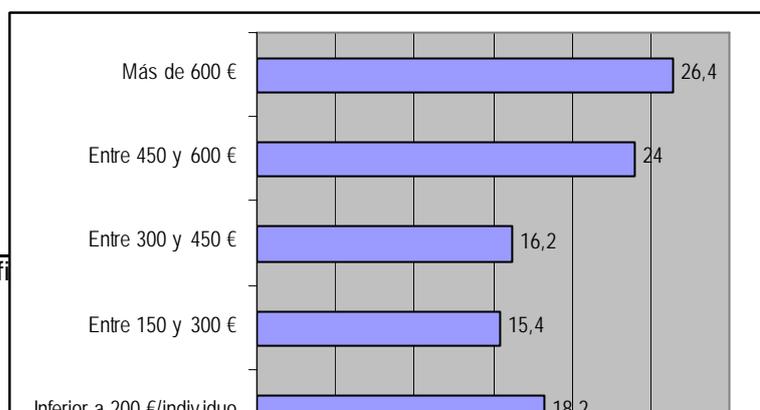
Fuente: Russian Food Market. En porcentaje de las compras, como mínimo una vez cada cuatro meses.

Carne de cerdo:

Según un estudio realizado por el Instituto de Marketing Agrario en octubre de 2006, el 90% de los rusos son consumidores de carne de cerdo. En Moscú, por ejemplo, las ventas de este tipo de carne aumentaron en 2006 un 7,7% respecto a 2005.

Un dato interesante que arroja el estudio es que el consumo de cerdo aumenta con la renta disponible salvo en el segmento de rentas más bajas.

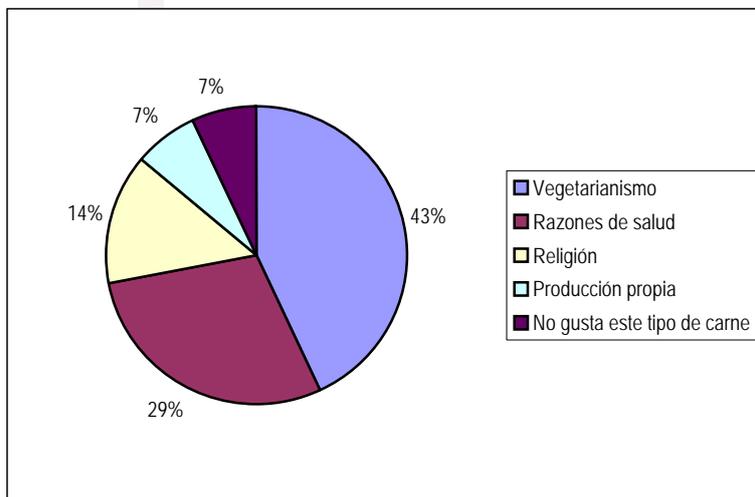
Gráfico: Consumo medio de carne de cerdo según nivel de renta por individuo de la unidad familiar



EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

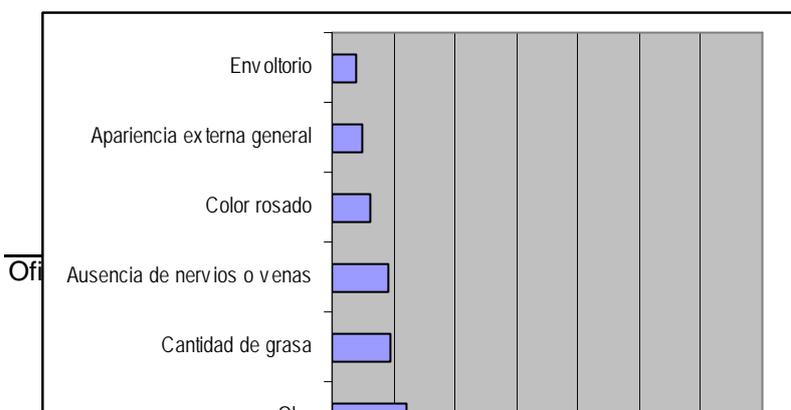
Fuente: Russian Food Market (2007). Datos en cantidad (kg)

Gráfico: Razones por las que no se consume carne



Fuente: Russian Food Market 2007

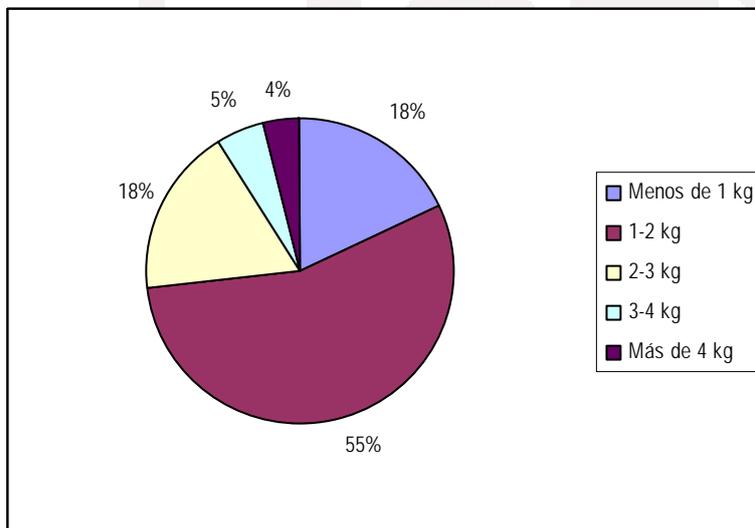
Gráfico: Cualidades de la carne de cerdo apreciadas por los consumidores



EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Fuente: Russian Food Market (2007)

Gráfico: Volumen medio de una compra de carne de cerdo



Fuente: Russian Food Market (2007)

En cuanto a las preferencias del consumidor en el segmento de transformados cárnicos, los dos únicos cambios notable en los últimos años han sido:

- a. La ligera disminución de la popularidad de algunos tipos de embutidos cocidos a favor de los ahumados.

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

- b. La disminución de la demanda de jamón cocido, debido principalmente a la falta de atención de los fabricantes, más interesados en promocionar otro tipo de productos.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Las exportaciones de productos cárnicos españoles a Rusia ascendieron en 2007 a 122 millones de euros, de los cuales el 75% corresponde a carne cruda, fresca, congelada o despojados, principalmente para su uso en la industria y venta en la gran distribución. La principal partida de exportación es de carne de porcino seguida del vacuno.

España es uno de los suministradores tradicionales de carne a Rusia. Durante los años 90 se produjeron varias experiencias negativas causadas por la exportación de carnes de calidad dudosa al mercado ruso. Después de la crisis del año 98 tuvo lugar una "limpieza" de suministradores y en la actualidad, las empresas españolas exportadoras a Rusia tienen sólidas relaciones con sus importadores y exportan volúmenes importantes en este mercado.

No obstante, es necesario señalar que no son pocos los importadores rusos siguen asociando la carne española a un producto de calidad media y media-baja y tienen muy presente las experiencias de los años 90 cuando Rusia era un mercado ideal para colocar excedentes de calidad baja.

Tabla: Exportaciones españolas por macrosectores a Rusia.

Nº	Producto	AÑO 2007
1	402 -- TECNOLOGÍA INDUSTRIAL	760.820.521,42
2	301 – HÁBITAT	304.510.209,06
3	302 – MODA	204.674.155,22
4	101 -- PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS	172.586.285,15
5	404 -- INDUSTRIA QUÍMICA (PRODUCTOS QUÍMICOS)	126.490.707,85
6	105 -- PRODUCTOS CÁRNICOS	122.272.146,77
	SUBTOTAL	1.691.354.025,47
	TOTAL	2.085.945.144,05

Fuente: Estacom. Datos en euros.

Tabla: Exportaciones españoles de productos cárnicos

Producto	2006	2007	Variación anual (estimación)
Carnes frescas y congeladas	75.715.385,11	92.433.311,14	22,08%
Jamón y Paleta	2.386.697,25	3.799.642,65	59,20%

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

Transformados cárnicos	26.215.520,52	26.039.192,98	-0,67%
Total	104.317.602,88	122.272.146,77	17,21%

Fuente: Estacom. Datos en euros.

A pesar del ligero descenso de las importaciones de transformados cárnicos, es preciso señalar que los embutidos españoles tradicionales (jamón, chorizo, salchichón, fuet) han aumentado muchísimo su presencia en el mercado ruso en los últimos años debido a su buena relación calidad precio, a su adecuación a los gustos de los consumidores y a los esfuerzos combinados de suministradores e importadores. También ha contribuido significativamente la utilización de la red comercial de Campomos para distribuir los productos españoles de Campofrío, presentes en muchas regiones rusas y en la práctica totalidad de las cadenas de distribución.

El factor clave que explica la buena acogida de los embutidos españoles en Rusia ha sido su precio extremadamente competitivo, en algunos casos hasta inferiores a algunas categorías de embutidos clase “premium” de fabricación rusa. Todo esto sin contar con el apoyo de una gastronomía y de una restauración fuerte en Rusia como la italiana o la francesa.

Un ejemplo de la popularidad de los productos españoles es, por ejemplo, la intención de uno de los grandes fabricantes rusos de transformados de producir jamón al estilo español y comercializarlo como “jamón”.

ICEX

V ■ ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

La feria más interesante de cuantas se celebran en Rusia es PRODEXPO, la gran exposición de alimentación y bebidas que tiene lugar en Moscú a mediados de febrero. La feria cuenta con una zona especializada en cárnicos donde participan los grandes fabricantes rusos de transformados y los principales distribuidores de carne.

PRODEXPO	
EDICIÓN (2008)	16
FECHAS DE CELEBRACIÓN	Anual - Febrero
LUGAR DE CELEBRACIÓN	Expocenter (www.expocentr.ru)
SECTORES	Agroalimentarios en general
ORGANIZADOR	Expocenter (www.expocentr.ru) Persona de contacto: Sergei Voronin E-mail: voronin@expocentr.ru Tel.: +7-495-2553735 Fax.: +7-495-2056055
PRÓXIMA EDICIÓN	Febrero de 2009
VALORACIÓN	Se trata de la feria de productos de alimentación y bebidas más importante de cuantas se celebran en Rusia. En 2008 participaron más de 1600 expositores procedentes de 60 países distintos y el número de visitantes fue de 95.000. Muchos de los grandes importadores de vino en Rusia participan en esta feria. El Instituto Español de Comercio Exterior apoya desde hace años la participación de empresas de nuestro país en Prodexpo mediante la organización de un pabellón oficial que en 2008 ha integrado a más de 90 fabricantes de productos agroalimentarios españoles. Dispone una sección destinada a productos cárnicos (carne y transformados)

EL MERCADO DE LA CARNE EN LA FEDERACIÓN RUSA

	situada en el pabellón "Forum".
--	---------------------------------

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

Revistas sectoriales:

MYASO.COM

Revista editada mensualmente que es, junto con Myasnoy Riad la publicación líder del sector. Dirigida a profesionales (importadores, productores, distribuidores) de la industria cárnica. Tiene una tirada de 4.500 ejemplares.

Tel.: +7-495-9694498

Fax: +7-495-9156188

E-mail: myasocom@yandex.ru

Internet: www.myasocom.ru

MYASNOY RIAD (sección de cárnicos).

Muy similar a la anterior pero de edición trimestral. . Dirigida a profesionales (importadores, productores, distribuidores) de la industria cárnica. Tiene una tirada de 10.000 ejemplares.

Tel.: +7-495-6499180

Fax: +7-495-6090454

E-mail: meat@m-ryad.ru

Internet: www.m-ryad.ru

3. BIBLIOGRAFÍA

- Revista "Myasnoy Ryad", números 27, 28, 29 y 30
- Revista "Myaso.com", números 19, 20, 21 y 22
- Portal de Internet www.product.ru
- Revista "Russian Food Market" números 2, 3, 4 y 7.
- Base de datos World Trade Atlas
- Base de datos Estacom
- Base de datos del Goskomstat ruso.