

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Moscú

El mercado de sanitarios y grifería en la Federación Rusa

The logo of ICEX, the Spanish Trade Promotion Agency, consisting of the word "ICEX" in white capital letters on a red square background.

ICEX

El mercado de sanitarios y grifería en la Federación Rusa

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

Agosto 2005

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	6
I. 1. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR ESTUDIADO.	6
I.1.2. ALCANCE.	6
I.1.3. EL SECTOR EN RUSIA.	6
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	8
II.1. LA PRODUCCIÓN LOCAL DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	8
II.2. PRODUCCIÓN DE SANITARIOS Y GRIFERÍA.	9
II.2.1. Principales fabricantes.	11
II. 3. SANITARIOS Y GRIFERÍA DE FABRICACIÓN EXTRANJERA.	14
III. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	19
III.1. GENERALIDADES. ESTRUCTURA DE GASTO DE LA POBLACIÓN.	19
III.1.2. DEMANDA DE SANITARIOS Y GRIFERÍA.	22
III.2. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN	25
III.3.1. La construcción residencial	26
III.3.2. Sector de construcción en Moscú	28
III.3.3. Sector de construcción en San Petersburgo	31
III.3.4. El mercado de reformas	32
IV. LA CONYUNTURA	34
IV.1. LA DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES DE SANITARIOS Y GRIFERÍA	37
IV.1.1 Puntos de venta	40
V. ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO Y ACCESO AL MERCADO.	42
VI.1. CUESTIONES GENERALES	42
VI.2. BARRERAS ARANCELARIAS Y OTROS PAGOS EN FRONTERA.	45
VI.3. BARRERAS NO ARANCELARIAS.	47
VI. ANEXOS	52
VI.1. FERIAS DEL SECTOR.	52
VII.2. REVISTAS SECTORIALES	56
VI.2. BIBLIOGRAFÍA	65

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Desde la desaparición de la Unión Soviética el sector ruso de fabricación de equipamiento sanitario y griferías para baños y cocinas ha evolucionado de forma muy parecida a otros muchos sectores económicos. Durante los primeros años 90 sufrió una contracción fortísima no pudiendo competir con los materiales importados (ni siquiera en precio). La devaluación del rublo, motivada por la suspensión de pagos declarada por el Gobierno ruso en 1998 y a partir del año 2000 aumentó drásticamente la competitividad de los materiales de producción doméstica frente a los importados, por lo que un número creciente de fábricas han realizado importantes inversiones en maquinaria y en tecnologías de producción para poder fabricar productos competitivos y modernos. En la actualidad la capacidad productiva del sector en Rusia es de 7.500.000 unidades de piezas de porcelana sanitaria y grifería con un crecimiento medio anual de 8%.

Pero, dentro de esta situación general, hay que tener en cuenta que:

1/ El nivel de obsolescencia técnica en este sector es más acusado que en otros, por lo que los problemas de innovación, diseño y calidad son especialmente graves.

2/ El tipo de material que requería el baño soviético era sustancialmente diferente al que se requiere en la nueva construcción al estilo occidental, de moda en la actualidad. Además, la estrecha asociación entre la grifería rusa tradicional y el modo de vida soviético ha generado un rechazo de los consumidores rusos hacia el producto de fabricación nacional.

Esto ha provocado que la entrada de sanitarios y grifería importados en los años 90 haya tenido un carácter de "invasión" ya que la percepción de las diferencias entre los materiales viejos y los nuevos que requiere el hogar ruso, ha sido muy clara. La diferenciación que ha establecido el consumidor ruso entre una calidad y otra, ha sido meridiana.

España, Alemania e Italia han sido los países líderes en la exportación a Rusia de este tipo de materiales. El crecimiento de las exportaciones ha sido constante y la presencia en las redes de distribución de las marcas extranjeras es abrumadora.

Ahora bien, hay que distinguir dos mercados fundamentales:

1/ La renovación o reemplazamiento, en que la utilización de materiales extranjeros es mayoritaria.

2/ La nueva construcción, en que en muchos casos se ha mantenido el uso de materiales de fabricación rusa. Paradójicamente, ha habido una protección del mercado para los fabricantes locales en el sector de la nueva construcción, tanto en la construcción financiada por el sector público como el sector privado. Ha habido una sencilla adaptación de los modelos rusos tradicionales a las nuevas exigencias de la construcción nueva y se ha procedido a su instalación de manera mayoritaria

en la construcción de tipo medio. En general la reacción ha sido la sustitución casi inmediata de los equipos rusos por nuevos (de origen importado), por parte de los propios compradores de las viviendas. Aunque el resultado ha sido el mismo, crecimiento de la utilización de material importado, el paso intermedio ha servido para que la industria local haya mantenido su presencia y cuota de producción en el mercado.

En la actualidad podemos hablar un mercado de sanitarios y grifería claramente segmentado, con un 50% de cuota de mercado para fabricantes locales y el otro 50% para materiales importados. Si bien, la manera de estar presente en el mercado es muy diferente y eso se ha hecho patente en el proceso de distribución: los materiales de importación han invadido las cadenas de tiendas y grandes superficies de Moscú y San Petersburgo, mientras que el material ruso se ha relegado a la construcción nueva (distribución mayorista) y las regiones, donde el poder adquisitivo es menor y el consumo de materiales de importación es mucho menos habitual.

La principal amenaza en este caso, no es la amenaza rusa, al menos a corto plazo, puesto que hay muy pocos fabricantes rusos que puedan ser competitivos con el producto español. La principal amenaza, además de la tradicional competencia con alemanes e italianos viene por el lado de los nuevos países productores, fundamentalmente China, Polonia, Chequia o Turquía. Precisamente es el producto chino el que está entrando con más fuerza en el mercado debido a su bajo coste. El producto chino ofrece una calidad cada vez mejor y presiona segmentos de mercado cada vez más altos manteniendo una gran capacidad de competencia en precios.

I. INTRODUCCIÓN

I. 1. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR ESTUDIADO.

I.1.2. ALCANCE.

En el presente estudio vamos a analizar el mercado de sanitarios y grifería en Rusia. Las partidas que engloban estos conceptos son las recogidas en las siguientes del Código Arancelario Internacional: 3922, 6910, 732429, 73249090, 84815011, 84818019.

3922: **BAÑERAS DE PLÁSTICO Y DUCHAS**

6910: **PILAS, BAÑERAS, URINARIOS DE CERÁMICA.**

7324: **ARTÍCULOS DE HIGIENE O DE TOCADOR, Y SUS PARTES, DE FUNDICIÓN, DE HIERRO O DE ACERO (LAVABOS Y FREGADEROS)**

84818011: **MEZCLADORES, REGULADORES DE AGUA CALIENTE (GRIFERÍA DOMÉSTICA)**

84818019: **LOS DEMÁS MEZCLADORES**

Estas partidas agrupan los subsectores que más interesan a la industria española y donde está siendo uno de los líderes a nivel mundial en exportaciones. Especial importancia tiene sin duda la porcelana sanitaria como subsector líder entre los que mencionamos.

I.1.3. EL SECTOR EN RUSIA.

El sector de grifería y sanitarios, como ocurre en el caso de los revestimientos cerámicos existía durante la época soviética en Rusia, pero que en ningún modo podía competir con los sectores occidentales a principios de los años 90, cuando el mercado ruso se abrió a la competencia. La producción local hasta el año 1991 era muy limitada en sus diseños y la innovación había sido prácticamente inexistente en dos décadas.

El estado en que se encontraba la industria local en Rusia al comenzar la década de los 90 era francamente decadente. Los modelos utilizados en la grifería eran especialmente pobres en diseño y adaptados a un tipo de hogar, el soviético, con una estructura muy definida.

Con la desaparición del régimen comunista y la liberalización de los intercambios comerciales, en este sector, como en la práctica totalidad de sectores de bienes de consumo, se produjo una explosión en las importaciones extranjeras. Este fenómeno se vio alentado por:

La baja calidad de los productos consumidos en la era soviética.
El efecto imitación desbordado de las pautas occidentales de vida.

Como hemos comentado en las líneas anteriores, el problema de la calidad en el sector que nos ocupa es especialmente significativo. En los años 90, la entrada de materiales importados fue masiva. Si bien, las tendencias han ido cambiando paulatinamente, y la oferta local se está transformando. De este modo la oferta local, que en el año 92 se podía considerar obsoleta y no competitiva frente a la industria de Europa Occidental, ha ido abordando paulatinamente procesos de modernización y reconversión a lo largo de los años 90. Sin embargo, en el mercado ruso de grifería y sanitarios, la presencia de material importado en la venta minorista en las cadenas de tiendas y grandes superficies, sigue siendo claramente superior a la de material nacional. Éste se concentra en otros medios de distribución porque su mercado es muy diferente.

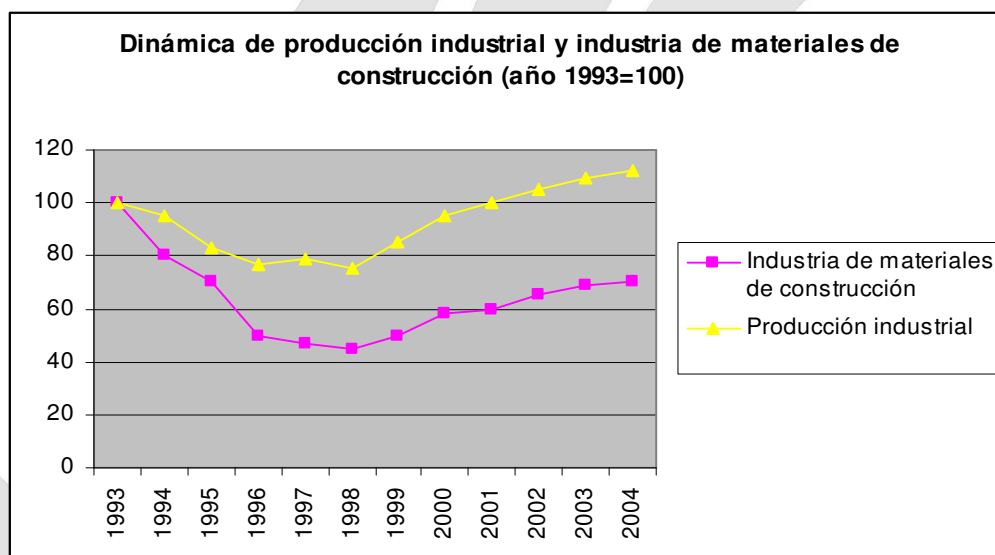
En la actualidad, la situación del sector es relativamente estable y en él, influyen complejos factores. En el presente estudio intentaremos desglosarlos distinguiendo básicamente:

- Factores de oferta: producción local y competencia internacional.
- Factores de demanda: el desarrollo del mercado de la construcción, las preferencias de los consumidores, evolución de la renta disponible, etc.
- Factores de coyuntura: entorno político, legal, social.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

II.1. LA PRODUCCIÓN LOCAL DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

En el año 2005 el volumen de construcción residencial en Rusia aumentó en un 12,8%, casi alcanzando el record de los últimos siete años - 13,5% en 2003. Sin embargo, se aprecia un descenso en la producción de materiales de construcción si se la compara con el output agregado de la industria. Este sector sigue estando poco consolidado y adolece de un problema importante de capitalización insuficiente, por lo que muchas empresas siguen produciendo con tecnologías y equipos obsoletos.



Fuente: IG "Región"; Análisis de mercado de materiales de construcción; Abril 2005

Los sectores más dinámicos del sector son el cementero (para 2005 está previsto un crecimiento del 11,7%, alcanzando una producción de 45,8 millones de toneladas) y el de los revestimientos cerámicos. En 2004, la capacidad productiva de la industria cerámica rusa alcanzó los 87 millones de metros cuadrados m² frente los 75,8 millones en 2003. El aumento más significativo ha sido en la producción de azulejo cerámico para pavimento con un crecimiento del 27,2% respecto a 2004.

La producción de azulejo para pavimento se ha multiplicado por 7 desde 1997. La producción del azulejo de revestimiento para suelo representa en la actualidad la parte más dinámica del sector. En 2003 la tercera parte de la totalidad del azulejo producido en Rusia fue revestimiento para suelos, y en 2004 su cuota ascendió al 40%.

Tradicionalmente la industria soviética había prestado especial atención a la industria pesada, en que se encuadraba el sector de la construcción. En este sentido era uno de los sectores prioritarios y que recibía importantes flujos presupuestarios.

El proceso de cambio iniciado por la economía rusa con el paso de una economía planificada a una economía de mercado produjo una muy fuerte contracción de los sectores productivos tradicionales. Esto unido a la atracción por lo occidental desarrollada en los consumidores rusos y la imagen de obsolescencia y atraso asociada a la industria heredada del periodo soviético, produjo un declive muy intenso de la industria de materiales de construcción durante los primeros años 90. La entrada de materiales extranjeros fue masiva y los primeros años de liberalización económica vinieron acompañados por caídas de un 40-50% en la producción de la industria local de materiales. Además, el uso de nuevos materiales, desconocidos en Rusia sólo hizo que agravar esta situación, ya que el PVC, materiales de aislamiento de nueva generación, etc, eran de procedencia extranjera en su totalidad en los primeros años de la transición económica.

Tras esta primera reacción y con la crisis financiera del año 98 que paradójicamente sirvió de animación para el sector real de la economía, el sector de materiales de construcción comenzó a repuntar rápidamente, aunque en realidad ya lo empezaba a hacer desde los años 95 y 96. El rublo devaluado hizo que las importaciones se encarecieran notablemente y que la entrada de productos foráneos fuera gravosa. La reacción de la industria local fue lógicamente positiva, además de que desde el exterior se empezó a observar las posibilidades de tener a estas industrias fabricantes de materiales, todavía muy obsoletas en sus procesos, como clientes de nuevo equipamiento de producción. Aún más, se empezó a contemplar la posibilidad de establecer acuerdos productivos.

En el período 2000-2002, el proceso de modernización es un hecho: las empresas líderes poseen ya maquinaria y equipos occidentales. Algunas de ellas poseen o están apunto de establecer acuerdos de producción conjunta y las cifras de producción han crecido de manera muy importante.

II.2. PRODUCCIÓN DE SANITARIOS Y GRIFERÍA.

La industria de producción de sanitarios y grifería en Rusia ha experimentado importantes procesos de reconversión. En líneas generales, en la URSS este tipo de industria estaba vinculada al

complejo productivo de materiales de construcción y existían por tanto grandes centros de producción de sanitarios que al mismo tiempo producían azulejo, ladrillos u otro tipo de materiales constructivos.

Estos grandes centros de producción, a lo largo de los años 90, han ido experimentando cambios muy importantes al tiempo que han incorporado métodos, procesos y equipos productivos de tipo occidental. Los modelos de sanitarios y grifería en la URSS eran sencillos, de escasa variedad en diseño. El principal reto que ha debido afrontar la industria local ha sido abordar en muy poco tiempo la producción de toda una serie de gamas de modelos que ya existían en Occidente. Aunque la tecnología se puede adquirir, el *know-how* y las economías de experiencia de las fábricas occidentales, no se pueden alcanzar tan rápido.

En los últimos años, el número de fabricantes rusos ha aumentado considerablemente y sus procesos tecnológicos son, en algunos casos, equiparables a los estándares occidentales. Ahora bien, existe un relativo atraso respecto a los cambios que ha habido en otros sectores como el de revestimiento cerámico. Esto es porque existe todavía un elevado porcentaje de grandes fabricantes rusos que mantienen procesos y equipos anticuados. En especial, en lo que atañe a la grifería, existe un grado de modernización escaso. Existe todavía una conciencia muy clara entre los consumidores de las diferencias entre la grifería nacional y la importada.

En la actualidad, la capacidad de producción de la industria rusa de materiales sanitarios, incluyendo en este concepto porcelana sanitaria y grifería, se cifra en cerca de 6.400.000 unidades anuales. El ritmo de crecimiento de la industria, tras la fuerte caída experimentada en los primeros años 90, ha sido importante en especial a partir del año 96. En la actualidad, tras un período de invasión física de producto importado, podemos decir que el mercado ruso de este tipo de materiales sanitarios, está dividido en un 50% entre producción nacional y materiales importados.

En resumen, la calidad alcanzada por el sector en Rusia, en líneas generales, es todavía distante de los estándares de calidad europeos. Como hemos comentado, el sector estaba muy orientado al hogar soviético con unas características muy particulares.

En las grandes ciudades como Moscú o San Petersburgo, la mayoría de viviendas tienen el baño, normalmente pequeño (2m x1,80 m aproximadamente), y el WC separados por un tabique, formando así dos piezas distintas, pero contiguas. Las bañeras acostumbran a tener unas dimensiones de 1,70m x 80cm. Las medidas más solicitadas para los lavabos son las que tienen 48-50cm. de largo, debido a la falta de espacio. A menudo bajo el lavabo hay un armario de las mismas dimensiones. En muchos pisos el lavabo está situado justo al lado de la bañera y superpuesto a él 4 o 5 cm. por el lateral, de manera que un único grifo con la caña del tubo larga (unos 30-35 cm) suministra agua a ambas piezas. Este detalle es significativo porque las griferías con la caña corta no pueden cumplir la doble funcionalidad y esto repercute en la demanda del consumidor. Poner un grifo por cada pieza implica realizar obras que no todos se pueden permitir. Y hay que tener en cuenta que en la actualidad se mantiene un fondo de viviendas muy numeroso de diseño soviético.

La aparición de la nueva construcción al estilo occidental, hizo que se adaptara también el baño al equipamiento típico del baño occidental y que de súbito, toda la capacidad productiva rusa quedara obsoleta. Paulatinamente se han ido transformando, pero los fabricantes rusos, han ido siempre a remolque de todos estos cambios de estilo impuestos por los nuevos modos de construcción.

II.2.1. Principales fabricantes.

La mayoría de los actuales fabricantes de sanitarios y grifería son herederos de antiguos combinados soviéticos dedicados a los materiales de construcción. Convertidos en sociedades por acciones, estos complejos en algunas ocasiones se han separado y cada empresa se ha especializado en una actividad concreta, pero muchos todavía siguen siendo fabricantes de diversas líneas de producción al mismo tiempo (sanitarios, revestimiento, e incluso otros tipos de materiales). En la actualidad los líderes de la producción de productos sanitarios y grifería son las siguientes fábricas: Kirovsky stroyfarfor, Stroypolimerkeramika, Lobnenskiy zavod stroitelnogo farfora, Samarsky stroyfarfor y Zavod Keramicheskikh Izdeliy. Estas fábricas han acometido procesos de modernización y hoy usan hornos extranjeros que les permiten alcanzar niveles occidentales de calidad. Estas fábricas producen conjuntamente más de 70% de toda la producción doméstica.

KIROVSKY STROYFARFOR

Una de las fábricas más veteranas del sector ruso de sanitarios. Su fundación data del siglo XIX, aunque su consolidación como uno de los grandes fabricantes del sector se produjo en el XX, especialmente tras su nacionalización en 1918. A partir de este año se especializó en fabricación de sanitarios así como de vajilla porcelánica. En el año 1937 se le dotó de mejoras productivas notables que hicieron que se convirtiera en el fabricante de mayor capacidad productiva en el sector sanitario en la URSS de los años 40. El desarrollo notable se inició después de la Segunda Guerra Mundial, se ampliaron las superficies de la fábrica y empezaron a prestar la mayor atención a la calidad de productos.

Aunque en los años 70, se determinó que ampliara su gama de producción estableciendo líneas de producción de revestimiento cerámico (que en esa época se consideró como prioritario dentro de los planes de producción de materiales constructivos), el complejo seguía en un 80% dedicado a la producción de porcelana sanitaria. Es en esta década cuando se introducen una serie de ampliaciones productivas y tecnológicas, que le permiten incorporar todo el ciclo productivo de materiales porcelánicos, desde extracción de arcillas hasta la fabricación de esmaltes. La empresa llega a los años 90 con una estructura productiva prácticamente heredada de los años 70, cuando se introducen los cambios mencionados. Se convierte en una Sociedad por Acciones, adquiriendo el nombre actual (año 1992), pero sin introducción de maquinaria y equipo occidental. Su producción anual en 2004 alcanzó las 1.263.000 unidades de porcelana sanitaria. A principios de 2005 en la fábrica montaron nuevos hornos de alta tecnología.

OA0 STROYPOLIMERKERAMIKA (www.vspk.ru)

Stroypolimerkeramika es un gran conglomerado industrial dedicado a la fabricación de materiales de construcción. Dentro del mismo, se enmarca la "Fábrica de productos sanitarios y cerámicos" ZSKI, que dentro de este conglomerado industrial, es la más moderna. De hecho, la ZSKI es fruto de un proyecto de inversión conjunta de STROYPOLIMERKERAMIKA y un consorcio italiano.

Actualmente ZSKI es uno de los fabricantes más modernos en Rusia de sanitarios. La capacidad con la que fue proyectada la fábrica era de 800.000 unds. de materiales sanitarios. Su producción anual en 2004 alcanzó las 1.145.000 unidades de cerámica sanitaria. La cocción se realiza en los hornos de marcas "Siti" y "Haimsot".

ZAO LOBNENSKY ZAVOD STROITELNOGO FARFORA

La fabrica fue fundada en 1928 con el fin de la producción de ladrillo de revestimiento. Luego de acuerdo con las necesidades del país fue cambiando el enfoque de los productos fabricados, en diferentes épocas se producían tanto los hornos domésticos como la piedra de revestimiento. A partir de los años 60 la producción de la fabrica se centra únicamente en los productos sanitarios. La producción de esta fabrica se caracteriza por una calidad excelente, diseño moderno y buena relación calidad-precio. Los productos de esta fabrica están orientados a clase media y tiene mucho éxito entre las compañías constructoras. Entre los planes de la fabrica están la construcción de una nueva nave y la compra de hornos. Su producción anual en 2003 alcanzó 823.000 unidades de porcelana sanitaria que en 2004 se amplió hasta 900.000 unidades.

OOO SAMARSKY STROYFARFOR (www.sanita-samara.ru)

Situada en Samara, se trata de uno de los fabricantes de mayor antigüedad en Rusia dedicado a este tipo de materiales sanitarios y griferías. Empezó a fabricar grifería y sanitarios en 1944. En la actualidad, tras un período de importantes problemas financieros, que le hicieron rozar la bancarrota en 1998, la empresa goza de buena salud. En la actualidad, no sólo produce para el mercado interno ruso, sino que está exportando a otros países de la CEI e incluso a Europa Occidental.

Desde 2001 la fábrica forma parte de la Asociación Yuniskan - EAN Rossiya. Respecto a datos de producción, según datos del año 2003 alcanzó las 702.000 unidades. En 2004 la fabrica obtuvo el certificado ISO9001 - 2000 para su productos. La marca comercial de los productos sanitarios de Samarsky Stroyfarfor es SANITAS.

ZAVOD KERAMICHESKIKH IZDELIY (www.uralceramica.ru)

La fabrica fue fundada en la región de Sverdlovsk en 1951. La producción de material de revestimiento cerámico se inició en los años 60. En esos mismos años, se añadieron también líneas de producción de porcelana sanitaria.

Esta fábrica llega a la década de los 90 como uno más de los grandes complejos industriales soviéticos y sólo a mitad de esta década se acometen las reformas y la renovación de equipo productivo necesaria. En la actualidad la cochura de los productos se realiza en un horno moderno de 106 metros con temperatura de 1180 grados, lo que permite obtener la calidad alta. La serie de inversiones que han tenido lugar en esta fábrica desde fines de los 90 han sido posibles gracias a la entrada en el capital de la empresa, de un importante distribuidor de materiales de revestimientos/ sanitarios, KOLFER . Aparte de Moscú y Yekaterimburgo, la empresa cuenta con una buena red de dealers regionales, en el sur de Rusia y en Siberia. En la fábrica se producen más de 700 000 unidades anuales.

Entre otros fabricantes importantes se puede mencionar los siguientes:

ZAO SANTEK (www.santek.ru)

Localizada en Cheboksary (República de Chuvasya), la fábrica fue fundada en base a una empresa, la OEZKI (Fábrica Experimental de Producción de Materiales Cerámicos de Cheboksary), empresa fundada en la época soviética. A partir de la refundación de esta fábrica con la denominación SANTEK, su conversión en una fábrica moderna ha sido muy rápida. Actualmente se halla especializada en la producción de sanitarios, utilizando tecnología alemana (en concreto adquirida de NETZSCH Turingia).

En 1998 se realizó el montaje de nuevo complejo tecnologico de producción de porcelana y cerámica de "NETZSCH Thuringia" (Alemania) en la fabrica.

La empresa utiliza materias primas para la producción, predominantemente compradas en Rusia (en Ulyanovsk) y de Ucrania. Importa además de Alemania (un 7% de las materias primas). En 2001 la empresa decidió nutrirse exclusivamente de materias primas rusas y ucranianas.

En la actualidad la capacidad de producción de la empresa es más de se cifra en 480.000 unds./año.

ZAVOD STROYFARFOR (www.stroifarfor.ccr.ru)

Fábrica situada en San Petersburgo y que fue fundada en 1954. Hacia el comienzo de los años 70, su capacidad de producción alcanzaba los 400.000 unds. al año. Durante los últimos 20 años de existencia de la URSS no experimentó cambios significativos, hasta que en los años 90, entró a formar parte de la empresa "General Keramiks" y en 1993 este grupo se convirtió en sociedad por acciones. En 2001 la producción de la fabrica empezó a decaer disminuyendo casi un 40% en dos años y sólo en 2003 empezó a recuperar el ritmo produciendo más de 400.000 unds.

II. 3. SANITARIOS Y GRIFERÍA DE FABRICACIÓN EXTRANJERA.

El producto importado se considera de más calidad y mejor diseño que el ruso, cuyas prestaciones y acabado han sido tradicionalmente muy rudimentarios.

Aunque en la actualidad, el desarrollo de la industria local empieza a cambiar las tendencias del mercado, en general se puede considerar que el mercado de sanitarios y grifería, especialmente en lo que se refiere a renovación y reposición, ha sido invadido por los fabricantes occidentales. Aunque actualmente, como hemos señalado, el mercado se reparte prácticamente en un 50%, existe una clara diferenciación entre el producto nacional y el producto extranjero, de tal modo que todavía es muy difícil que en el equipamiento de baños y cocinas en colectividades, hostelería y en la renovación, se realice con equipamiento ruso.

De hecho, el factor que ha servido a la industria para mantener una cuota de mercado apreciable y poder sobrevivir en los años 90, ha sido que la mayor parte de la construcción residencial de nivel medio ha utilizado sanitarios y grifería ruso. Tener garantizada su presencia en este segmento de la construcción, ha impedido que la producción nacional quedara excluida del mercado. Ha servido de elemento proteccionista.

En cuanto a los fabricantes extranjeros, el abanico de fabricantes presentes en el mercado ruso es muy amplio. Pero, podemos distinguir tres grupos de competidores:

1/ Los líderes mundiales, presentes en el mercado ruso: AMERICANSTANDARD (USA), que está presente en Rusia, con algunas de las marcas que posee en Europa, como "Cerámica Dolomite" o "Porcher"; ROCA (España), que principalmente vende en Rusia con esta marca, pero también ha introducido alguna otra marca del Grupo, para segmentos de menor nivel adquisitivo, como "Santana"; SANITEC (Italia) que vende en Rusia con la mayoría de las marcas de su grupo, como "ifo" o "Kolo". VILLEROY & BOCH (Alemania, Francia) ; KOHLER (USA), que es el principal competidor de AMERICAN STANDARD, posee una de las marcas mejor apreciadas en Rusia: Jacob Delafon.

2/ Los fabricantes occidentales, de calidad alta, pero en segunda posición en cuanto a tamaño, que han penetrado con éxito en el mercado ruso. Hablamos de: DURAVIT (Alemania), que en la actualidad ha logrado una imagen muy positiva entre los consumidores rusos sobre todo por su diseño; HANSGROHE y GROHE (Alemania), que han logrado una presencia importante especialmente en grifería, ORAS (Finlandia) e IDO (Finlandia) que ofrecen grifería de precios medios y equipamiento sanitario.

3/ Fabricantes de reciente incorporación al mercado mundial de sanitarios y grifería. Hablamos en concreto de fabricantes checos, polacos, turcos. En especial podemos destacar a CERSANIT (Polonia), que vende en Rusia desde el año 96 y a ECZACIBASI (Turquía). Estos fabricantes, están situándose en la gama media del mercado, dejando de momento el suficiente espacio en los segmentos superiores, como para que los líderes mundiales sigan dominando la gama alta.

Sigue existiendo, en los segmentos más altos del mercado, una percepción especialmente positiva de la producción italiana. En especial se sigue valorando que dicta la moda diseño a nivel mundial.

Las cifras de importación de que disponemos en la actualidad, llegan hasta el año 2004, facilitaremos los datos de las aduanas rusas:

3922 Bañeras, duchas, lavabos.			
País	2002	2003	2004
-- El Mundo --	13,611	17,125	27,466
China	0,996	3,384	9,199
Italia	2,303	2,207	3,321
Polonia	2,088	2,074	3,119
Alemania	1,616	1,797	2,744
Turquía	0,939	1,200	1,707
República Checa	1,202	1,020	1,052
España	0,921	0,972	0,960
Ucrania	0,218	0,304	0,552

Fuente: WTA y elaboración propia Datos en millones de USD.

6910 Fregaderos, lavabos, pedestales			
País	2002	2003	2004
-- El Mundo --	31,808	42,234	55,492
Ucrania	6,995	9,358	12,536
China	3,735	7,203	11,594
Polonia	4,062	6,991	8,402
España	2,905	2,633	3,356
República Checa	2,932	2,778	2,996
Italia	1,863	2,971	2,961
Turquía	0,512	0,955	2,400
Bulgaria	0,573	0,882	2,172
Alemania	1,184	1,310	1,771
Finlandia	1,651	1,938	1,712
Suecia	2,745	2,385	1,137
Francia	0,388	0,487	0,744

Fuente: WTA y elaboración propia Datos en millones de USD.

84818011 Grifos - mezcladores			
País	2002	2003	2004
-- El Mundo --	12,093	16,766	18,080
China	2,527	6,072	7,931
Alemania	2,664	3,615	3,372
Italia	2,013	1,265	1,230
Turquía	0,330	0,618	0,812
Dinamarca	0,356	0,430	0,678
Polonia	0,322	0,342	0,483
España	0,321	0,388	0,452

Fuente: WTA y elaboración propia Datos en millones de USD.

84818019 Otros mezcladores			
País	2002	2003	2004
-- El Mundo --	5,380	7,188	8,195
Italia	2,420	1,833	1,323
Alemania	0,421	0,911	1,305
Ucrania	0,194	0,529	1,006
China	0,622	1,363	0,875
España	0,300	0,798	0,391
Estados Unidos	0,051	0,266	0,390
Bulgaria	0,097	0,140	0,382

Fuente: WTA y elaboración propia Datos en millones de USD.

7324 Artículos de higiene y tocador			
País	2002	2003	2004
-- El Mundo --	26,914	35,249	52,620
España	5,776	6,995	12,233
Polonia	1,522	2,145	5,711
China	1,280	1,117	5,691
Francia	2,320	3,702	5,680
Turquía	2,024	3,926	5,555
Alemania	5,264	6,258	5,312
Eslovaquia	0,903	1,271	2,578
Ucrania	2,069	2,176	1,674

Italia	1,110	1,534	1,417
Kazakhstan	0,261	1,043	1,126

Fuente: WTA y elaboración propia Datos en millones de USD.

La evolución de China a partir de 2004 ha sido tan impresionante que en la actualidad es el líder absoluto en las importaciones rusas de sanitarios y grifería.

El avance que ha experimentado Polonia, es también bastante representativo. España debido su crecimiento de exportaciones de accesorios para baños ha adelantado Alemania y ha ocupado el tercer lugar.

El volumen consolidado de importaciones en 2004 para las partidas de nuestro interés de estos países líderes son:

China: 35.29 Millones USD

Polonia: 18.01 Millones de USD

España: 17.39 Millones de USD

Alemania: 14.50 Millones USD

Italia: 10.252 Millones USD

Por su parte, Italia con una caída en casi todas las partidas salvo las Bañeras (3922) ha descendido al quinto lugar en el ranking de países suministradores.

Polonia presenta el mayor peligro para los fabricantes españoles, puesto que su tendencia es la ocupación progresiva de segmentos de mercado de calidad alta. En la partida de Accesorios, liderada por el producto español (sus importaciones en 2004 crecieron casi un 80%) Polonia ha ocupado el segundo puesto dejando atrás a sus competidores más directos.

Turquía, a pesar de todos los pronósticos, no ha experimentado cambios significativos salvo en la partida de Fregaderos (6910) con un aumento del 151%.

A continuación podemos observar las importaciones y exportaciones globales del sector de grifería y sanitarios a y desde la Federación Rusa.

Importaciones de sanitarios y grifería a FR (millones de dólares US)						
	2000	2001	2002	2003	2004	Ene-Jun 2005
- El Mundo -	47,496	74,969	89,806	118,562	161,852	80,981
6910	17,356	23,724	31,808	42,234	55,492	27,879
7324	12,591	20,634	26,914	35,249	52,620	26,234

EL MERCADO DE SANITARIOS Y GRIFERIA EN RUSIA

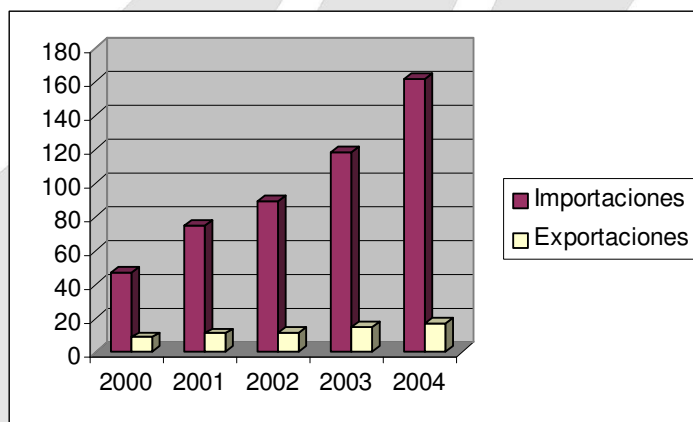
2005

3922	8,230	15,024	13,611	17,125	27,466	13,948
84818011	6,406	11,298	12,093	16,766	18,080	8,713
84818019	2,913	4,288	5,380	7,188	8,195	4,207

Fuente: WTA y elaboración propia

Exportaciones de sanitarios y grifería de FR (millones de dólares US)						
	2000	2001	2002	2003	2004	Ene-Jun 2005
- El Mundo	8,728	11,035	11,742	15,290	17,107	7,796
6910	3,053	4,541	5,545	6,617	7,155	3,136
7324	3,237	3,518	4,044	5,609	5,576	2,215
3922	0,469	0,575	0,648	0,898	1,754	1,289
84818019	1,398	2,049	0,935	1,362	1,311	0,605
84818011	0,570	0,352	0,570	0,805	1,310	0,550

Fuente: WTA y elaboración propia



Fuente: WTA y elaboración propia

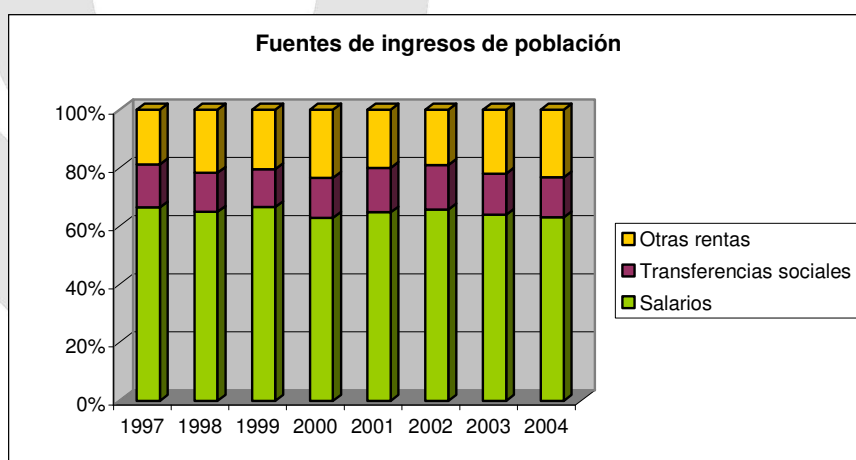
III. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

III.1. GENERALIDADES. ESTRUCTURA DE GASTO DE LA POBLACIÓN.

Como ya se ha mencionado, tras la caída de la URSS, la población rusa experimenta un proceso de atracción hacia los productos de importación, con una calidad, presentación y diseño absolutamente novedosos y desconocidos. A lo largo de los años 90 se desarrolla en Rusia la economía de mercado y con ello, se asienta de manera paulatina un sistema de consumo al estilo occidental.

Este proceso viene acompañado por la aparición de importantes diferencias en el poder adquisitivo de la población: nace una clase con un elevado poder adquisitivo que representa una pequeña parte del total de la población y principalmente concentrada en las dos grandes ciudades del país: San Petersburgo y Moscú. De este modo se polariza el país en dos grandes ámbitos geográfico-económicos con una estructura económica centro-periferia, siendo el centro Moscú-San Petersburgo y la periferia el resto de regiones del país. Del mismo modo, en estas dos ciudades recientemente ha aparecido una clase media con hábitos de vida y de consumo equivalentes a los de cualquier país occidental.

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 el periodo 1997 - 2004.



Fuente: GOSKOMSTAT (2004)

Si, como es lógico, durante la época soviética la única fuente de renta (oficial) 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 rentas de la propiedad, igualmente muy limitada en la época soviética.

El salario mensual medio en Rusia para el año 2004 es de 6.832 rublos (244 dólares US), lo que presenta un crecimiento de 10,9% comparando con el año anterior. La estructura de los ingresos ha sufrido varios cambios significativos: los ingresos de renta de propiedad crecieron comparando con los indicadores del 2003, mientras los ingresos provenientes de negocios, salarios y transferencias sociales han bajado. La renta per capita de Rusia en 2004 era de 6191,9 dólares, lo que significa que creció un 8,3% con respecto al año anterior.

Ahora bien: cuál es el poder de compra de esta nueva Rusia y cuál es la estructura de gasto de la población. Los datos de renta de la población de la Rusia de los años 90 han de ser interpretados con cuidado y teniendo en cuenta que las estadísticas oficiales casi nunca reflejan la realidad del país. En la economía rusa, el concepto de renta disponible es muy importante para proceder a analizar el poder de consumo. Los análisis que se realizan para medir el poder de compra de la población, están llegando a conclusiones muy interesantes que elevan el nivel de consumo registrado por las estadísticas oficiales.

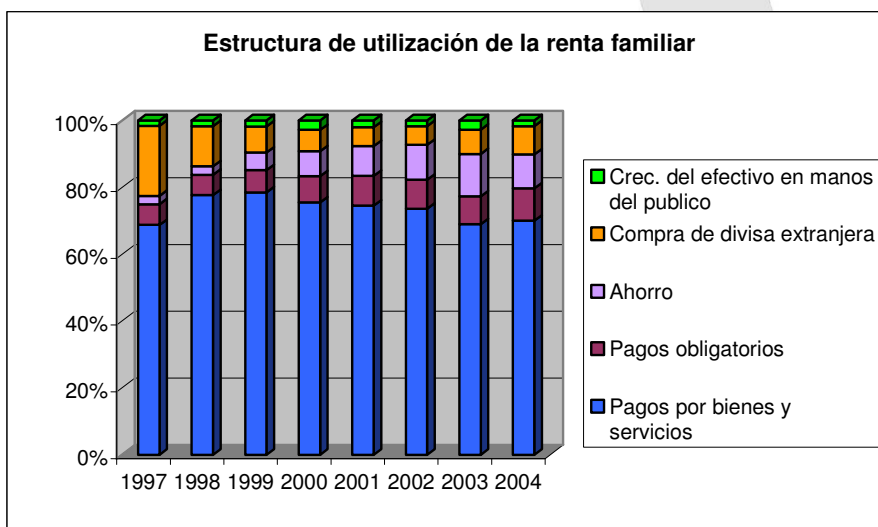
Al estudiar el “poder de compra real” de la población rusa, estimando la renta disponible de las familias, las conclusiones que se obtienen son sorprendentes. Los estudios más recientes que comparan la situación de Rusia en términos de poder de compra, respecto a la situación en otros países de su entorno, revelan que Rusia tiene un nivel de poder de compra similar a ellos y es por tanto un mercado en que los niveles de consumo son comparables a los de otras economías emergentes.

En la economía rusa hay dos características clave que condicionan el resultado de cualquier estudio de consumo en Rusia y que explican los resultados que se obtienen en el cuadro anterior, cuando comparamos la capacidad de compra utilizando PPP (Purchasing power parity – Paridad del Poder Adquisitivo) y BIG MAC:

1/ El peso insignificante que tiene en la estructura de gasto de las familias los pagos obligatorios (impuestos, pagos comunales, rentas, etc.)

2/ La parte de la renta que se dedica al ahorro es muy pequeña, es decir, la propensión marginal al ahorro es muy pequeña.

El escaso peso que representan en la estructura de gasto de los rusos los pagos obligatorios y el ahorro lo podemos ver ilustrado en la siguiente tabla:



Fuente: GOSKOMSTAT (2004)

Se aprecia un aumento de los ingresos destinados a bienes de consumo de todo tipo de productos y servicios, alcanzando en 2004 unos 70%, sin embargo la cuota del ahorro comparando con el año anterior ha disminuido de 12,7% en 2003 a 10,2% en 2004. La dinámica de compra de divisas presenta un crecimiento de 1%. El volumen de ahorros (sin incluir las cuentas de ahorros en divisas extranjeras) creció de 2.142,3 rublos (72,7 dólares US) a principios de 2004 a 2.803,0 rublos (101,0 dólares US) a fecha de 1 de enero de 2005.

Según la compañía Interactive Research Group la relación de demanda interior (sin importaciones) con PIB se está acercando a 50%, mientras la relación de las exportaciones totales a PIB son solamente un 25% y tiene una tendencia a la baja. Es decir, la industria rusa orientada al consumo interno, produce dos veces más que los sectores de materias primas, orientadas a la exportación.

Por una parte en el mercado ruso están presentados existen sectores muy competitivos (telefonía móvil, producción de cerveza y tabaco) en los que la estructura del mercado, y sus compañías líderes de estos segmentos, se acercan mucho a los estándares occidentales.

	Sector de demanda interna
% del PIB	50%
Ritmo de crecimiento en % en 2004	8-10% (20-30% en equivalente monetario \$)

Potencial de crecimiento a largo plazo	Grande
Factores del crecimiento	Crecimiento de la renta disponible de la población. Reservas importantes estimulan el volumen y eficiencia de producción.
Limitaciones de crecimiento	Competencia por parte de los fabricantes extranjeros.
Influencia del Estado	En la mayoría de los sectores muy limitada.
Riesgos políticos	Moderados
Tamaños de compañías	PYMES, Autónomos.
Nivel de concentración	Dependiendo del sector. En general muy bajo comparando con los análogos occidentales.
Inversiones	Falta de inversiones. Muchas compañías no tienen acceso al mercado de acciones.
Inversiones extranjeras directas	Inversiones importantes en los sectores de tabaco, cosméticas y confitería.

Fuente: IRG (Interactive Research Group) Economic Overview Enero 2005

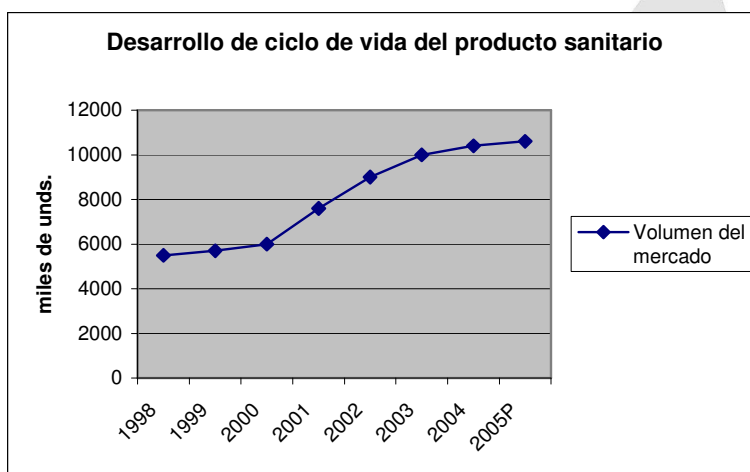
En resumen, el potencial del consumo en el mercado ruso es muy superior al que sugieren las simples estadísticas de nivel de renta *per cápita*. El mercado de bienes de consumo en Rusia tiene una capacidad de absorción bastante alta.

III.1.2. DEMANDA DE SANITARIOS Y GRIFERÍA.

El desarrollo del ciclo de la vida de los productos sanitarios en la mayor parte depende de dos factores: la amortización del producto y el crecimiento de los ingresos de la población. La mayor parte del consumo de sanitarios, casi 80% es el cambio de la antigua y tan solo 20% está destinada a la vivienda nueva. Debido a la ausencia de la financiación estatal de reformas y construcción la mayoría del consumo es privado.

La demanda de sanitarios y grifería es creciente y según los pronósticos seguirá aumentando durante 5-10 años siguientes.

El aumento del consumo de estos materiales ha sido continuo en los años 90, estableciéndose una



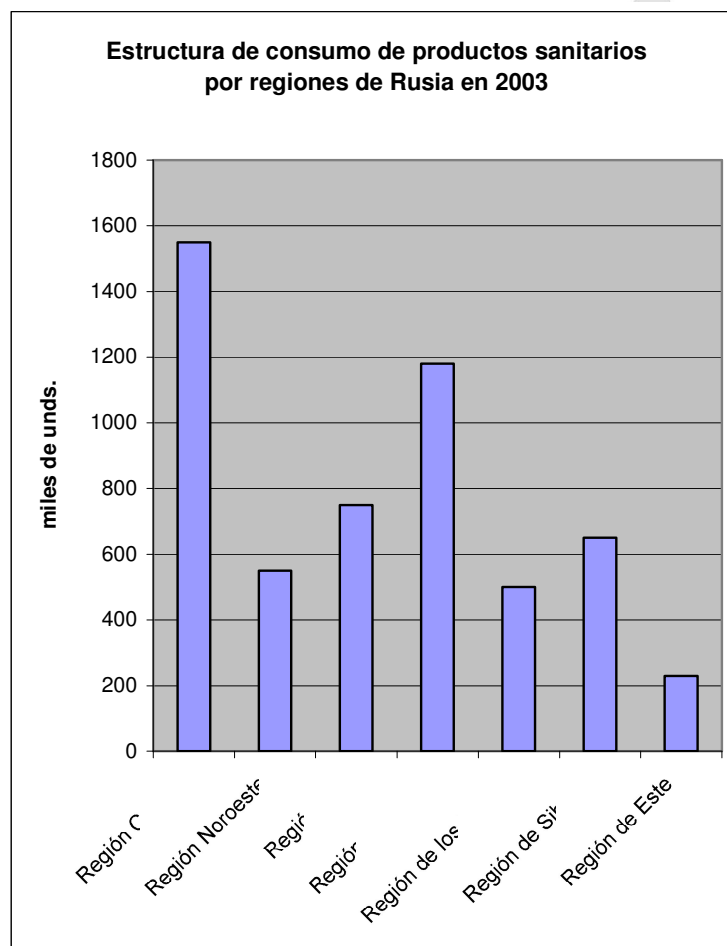
clara diferenciación entre la producción nacional y los productos importados.

Una práctica muy común, que ha provocado "consumos redundantes" en el sector de los sanitarios, ha sido la sustitución de sanitarios y grifería de producción rusa colocados en la construcción nueva, por nuevos, de fabricación extranjera. Una parte importante del mercado de nueva construcción ha estado utilizando materiales de fabricación rusa. Con esa parte de mercado garantizada, no sólo en la construcción financiada por el estado, sino también en construcción de inversión privada, los fabricantes rusos han tenido un nicho de mercado importante donde vender su producción y una garantía de colocación de su producción.

Pero, los ocupantes de esos pisos nuevos, una de las primeras cosas que han hecho, ha sido cambiar esos equipamientos rusos, por occidentales. Se trata de una renovación o reemplazo inmediatos de equipos nuevo, pero de fabricación rusa y que tienen una valoración claramente negativa por parte del consumidor.

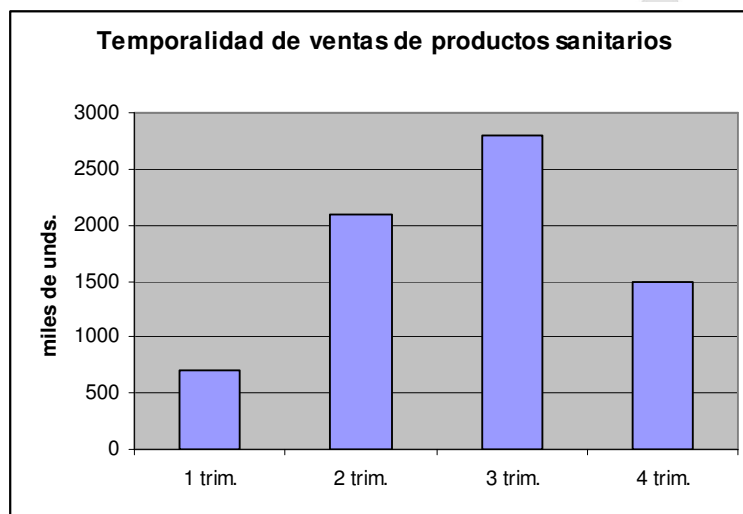
Por otra parte, esta práctica de comprar por su cuenta el equipamiento de baños y cocinas, es generalizada. Es decir, el consumidor ruso es amante de la elección personal de las marcas que va a instalar en su cuarto de baño. Es importante para poder adquirir un status social determinado, tener unas marcas determinadas que se asocian a un nivel de vida determinado. En Europa occidental esta costumbre de que el propio consumidor final seleccione los modelos de sanitarios y grifería no está tan extendida.

Por regiones, el consumo de sanitarios y grifería se distribuye de la siguiente manera:



Marketcenter "Mercado de productos sanitarios en FR" (2004)

Las ventas de productos sanitarios están marcadas por cierta estacionalidad relacionada, según algunos, con la dinámica de trabajos de construcción. De esta manera en el primer trimestre del año se vende acerca de un 10% de la totalidad anual de productos sanitarios (debido al parón invernal). En el segundo – un 30%, en este trimestre empiezan generalmente los trabajos de construcción y reformas. La temporada alta para este tipo de producto es el tercer trimestre - 40%. En el cuarto trimestre las ventas de los productos sanitarios aportan acerca del 20% de la facturación anual del sector.



Marketcenter "Mercado de productos sanitarios en FR" (2004)

En el siguiente apartado, vamos a analizar los principales factores de demanda que han soportado el crecimiento del consumo de este tipo de materiales y que permiten augurarle un futuro optimista. Nos detendremos con especial detalle en el análisis de la evolución de la nueva construcción y en la renovación.

III.2. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

Al igual que la práctica totalidad de los sectores de la economía rusa, la construcción sufrió una aguda crisis desde la caída del régimen soviético hasta finales de los 90. Las tasas negativas de crecimiento del sector fueron espectaculares. Así, entre 1991 y 1998 la caída anual media de la construcción fue de aproximadamente un 12% según las estadísticas oficiales de GOSKOMSTAT.

En 2000 se inicia una fuerte recuperación del sector constructivo, registrándose desde entonces tasas positivas de crecimiento muy abultadas en algunos ejercicios. El peso del sector de la construcción en el total de la economía es de un 7,3% según las estadísticas oficiales.

Todos los subsectores de la construcción, desde el residencial a la construcción de infraestructuras, han experimentado una recuperación muy notable a partir del año 1999. Respecto a la construcción de edificios para colectividades, aunque es la iniciativa privada la que aporta la mayor parte de los fondos para financiar la misma, en el año 2000 se construyeron (según datos de GOSKOMSTAT) 1,5 millones de m² de colegios y 903.000 m² de hospitales.

Las diferencias regionales en el sector de la construcción son también importantes, como ocurre con la mayor parte de sectores económicos del país. Por un lado, en Moscú y sus alrededores se concentra el 20% del total de construcción del país.

La actividad constructiva en el resto de regiones es mucho menor, destacando, además de Moscú, San Petersburgo, que ha experimentado un aumento coyuntural muy fuerte de la demanda de materiales de construcción debido a los trabajos de renovación de la ciudad para los festejos del 300 aniversario en 2003. Otros centros con actividad constructora de cierta relevancia serían:

- Nizhni Novgorod, a 400 kms al este de Moscú. Se trata de la cuarta ciudad de Rusia por número de habitantes (1.400.000).
- Yekaterimburgo, la capital de los Urales, quinta ciudad del país (1.300.000 hab.) a 1.400 kms al este de Moscú. Su situación geográfica privilegiada, como nudo de comunicaciones entre la zona europea y las vastas extensiones asiáticas rusas, la convierte en uno de los polos de desarrollo del país. Cerca de Yekaterimburgo hay otras poblaciones importantes, como Cheliabinsk. Los Urales son una de las regiones más industrializadas del país.
- Samara, situada al sudeste de la Rusia europea, se está desarrollando rápidamente y la actividad constructiva está aumentando de forma significativa.
- Novosibirsk, es la principal ciudad de la zona siberiana de Rusia y la tercera por población de Rusia. Es un centro científico importante y aglutina la mayor parte de la industria en la parte asiática del país.
- Krasnodar y Rostov. Estas dos ciudades son dos importantes núcleos logísticos y de comunicaciones debido a su localización geográfica en las cercanías del mar Negro, así como sus especiales condiciones climáticas y su cercanía a zonas turísticas (Sochi), dan a esta zona un gran potencial de desarrollo.

III.3.1. La construcción residencial

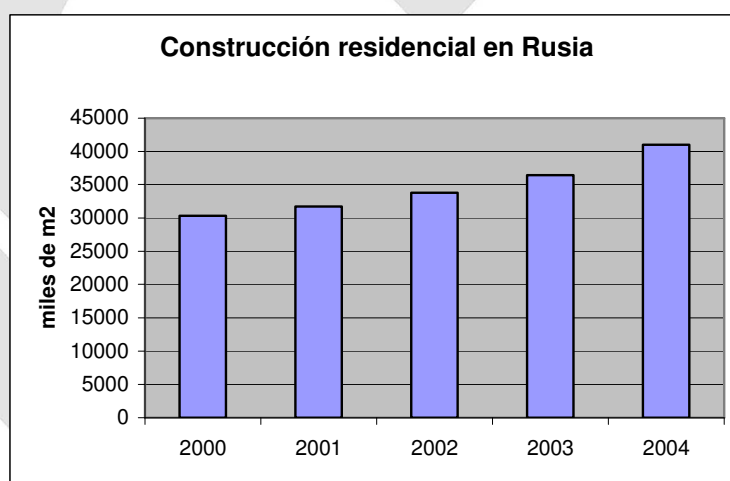
Éste ha sido el primer segmento del sector de la construcción en experimentar una clara recuperación tras la crisis de los años 90. Las cifras de construcción residencial nueva se comenzaron a recuperar a partir del año 2000.

Tras cuatro años de crecimiento constante en las cifras de construcción residencial nueva que entroncan con el período de crecimiento económico sostenido más largo de la moderna historia de Rusia tras la desaparición de la Unión Soviética. De acuerdo con las previsiones del GOSSTROY, las cifras de crecimiento se mantendrán a medio plazo con toda probabilidad, pronosticándose para 2010 un volumen de construcción nueva entre 53 y 72 millones de m² – lo que supondría recuperar las cifras de construcción residencial de la época soviética (en 1990, se construyeron 61,7 millones de m²).

La siguiente tabla muestra una gráfica comparativa entre los niveles de construcción residencial y la población en las regiones económicamente más potentes de Rusia:

Región	Población	Nivel de construcción en 2004 (miles de m2)
Región de Moscú	6,627	5.673,3
Moscú (area metropolitana)	10.357,8	4.576,8
S. Petersburgo	4.669,4	2.032
Tatarstán	3.779,6	1.750
Territorio de Krasnodar	5.124,4	1.719,7
Bashkortostán	4.102,9	1.508,4
Tyumén	3.265,7	1.188,4
Región de Rostov	4.406,7	1.119,1
Región de Sverdlovsk	4.481	893,4
Región de Samara	3.239,8	853,1

No obstante, las cifras del mercado de vivienda nueva han de ser tenidas en cuenta con precaución. En estos años, el crecimiento de la construcción residencial ha estado fuertemente orientado a un segmento de compra de elevado poder adquisitivo, que es en el que sí se ha producido un aumento significativo de la demanda.



Fuente: GOSKOMSTAT (2005)

De esta manera en el período 2000-2004 la situación en el mercado inmobiliario se ha caracterizado por :

- a) El crecimiento de la demanda de viviendas que ha estado vinculado al segmento de clase alta, mientras que las cifras de construcción de pisos de nivel medio y de protección oficial han sido mucho menos impresionantes debido a la falta de desarrollo de un mercado hipotecario estable.

Aumento elevado de los precios de la vivienda (en 2003 el aumento medio fue del 40%) debido a que una parte importante de la demanda al sector inmobiliario como inversión refugio. Se calcula que entre el 30-40% de los pisos que se han adquirido en los últimos años, permanecen vacíos ya que sus compradores sólo pretendían esperar su revalorización.

Esta situación ha provocado una toma de conciencia de los problemas que afronta el mercado de la vivienda en Rusia y la aparición de ciertas medidas encaminadas incentivar el desarrollo del mercado inmobiliario en el segmento de viviendas de clase media, medidas cuyo objetivo es desarrollar el mercado hipotecario para facilitar la compra de vivienda a gran parte de la población.

Los esfuerzos para el desarrollo del mercado hipotecario responden a una doble preocupación de la administración rusa:

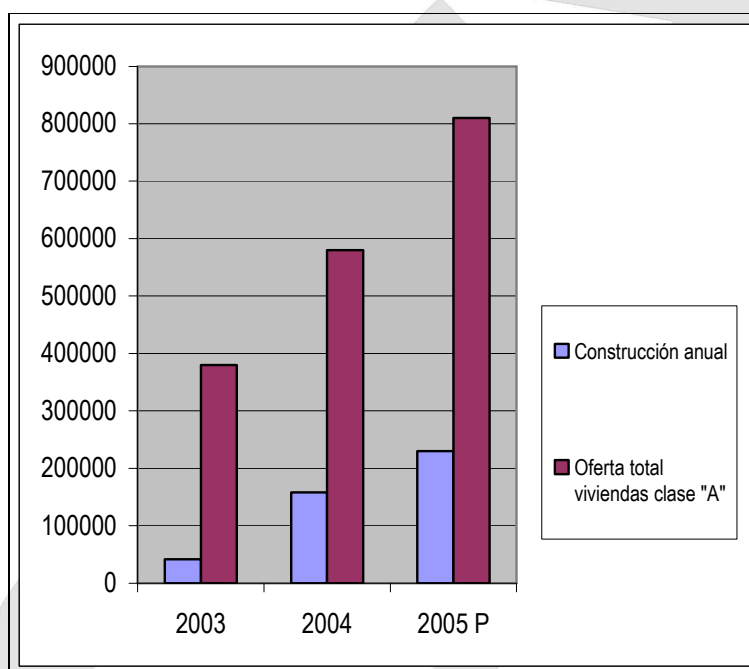
1. La de renovar el envejecido fondo de viviendas ruso, que en gran parte sigue formado por el "stock" heredado de la época soviética. Se calcula que 25 millones de personas viven en edificios antiguos que precisan labores urgentes de reparación o "remodelación", 5 millones en pisos que sufren "severos desgastes" y casi 40 millones habitan en viviendas con faltas de acondicionamiento. Esto significa que un 60% de las familias ocupa viviendas que precisan mejoras.
2. Facilitar el acceso a la vivienda. Hasta ahora, si no disponían de medios financieros propios, caso de las clases más acomodadas de Rusia , la población ha tenido prácticamente vedado el acceso al mercado de vivienda nueva, debido a las enormes dificultades para obtener financiación.

III.3.2. Sector de la construcción en Moscú

Según un estudio realizado por la agencia inmobiliaria "Blackwood", en 2004 se construyeron 29 nuevas promociones de viviendas de clase "A" o de categoría superior. Esto supone un aumento de la oferta residencial en este segmento de 1.051 nuevas viviendas con una

superficie total estimada de cerca de 158.000 metros cuadrados, lo que significaría un crecimiento del 72% respecto a los datos de construcción residencial de clase A en 2003. Se calcula que, en la actualidad, la oferta de viviendas de este segmento en Moscú es aproximadamente de 580.000 metros cuadrados.

El siguiente gráfico muestra la evolución de las cifras de viviendas de clase "A" comparando, en este segmento, la oferta total con el volumen de construcción anual en Moscú:



Fuente: Revista "Nomer Doma" febrero-marzo.
Datos en metros cuadrados.

La saturación del centro de Moscú está obligando a los promotores cada vez más a buscar nuevos emplazamientos para sus proyectos en los barrios periféricos de la ciudad, en los que la oferta de suelo disponible es mayor y su precio inferior. Además, las limitaciones a la altura de los edificios de obligatoria observancia en el centro de la ciudad no se aplican en los barrios, lo que permite (y ésta es otra de las tendencias actuales en el segmento de construcción residencial de clase A) edificar grandes complejos de más de 50 viviendas.

La demanda de viviendas de clase A en 2004 superó sensiblemente la oferta, como resultado de lo cual, los precios medios por metro cuadrado aumentaron un 20-22% en 2004. En la actualidad el precio por metro cuadrado de una vivienda oscila entre los 6.000 y 8.000 dólares no siendo escasos los ejemplos de nuevas promociones en los que esta cifra supera los 10.000 dólares (en algún caso aislado el precio del metro cuadrado ha llegado a los

20.000 dólares). En cualquier caso, es obligatorio señalar que las compraventas de vivienda en Moscú con un precio por metro cuadrado superior a 8.000 dólares representan un porcentaje muy poco representativo del total. En 2004, sólo los precios medios por metro cuadrado de 15 promociones de Moscú se situaron por encima de esa cifra.

Aunque el segmento residencial ha centrado la atención de la mayor parte de los análisis acerca del mercado de la construcción en Moscú, el desarrollo económico de la ciudad y la aparición de nuevas necesidades de consumo han puesto de relieve la creciente importancia de la demanda de construcción no residencial. De acuerdo con los datos que ha publicado la consultora "European Construction Research", el volumen de este segmento de la construcción en Moscú, ha sido de 1.110.000 m² construidos en 2003.

El mercado de la construcción no residencial en la capital rusa se puede dividir en tres categorías: oficinas, superficies comerciales y almacenes. Los datos de superficie construida en 2004 y previstas para los años 2005 y 2006 para cada una de ellas:

	2004	2005	2006
Construcción de oficinas	700 000 m ²	900 000 m ²	1 300 000 m ²
Construcción de espacios comerciales	300 000 m ²	800 000 m ²	1 500 000 m ²
Construcción de almacenes	100 000 m ²	180 000 m ²	320 000 m ² – 420 000m ²

Fuente: Colliers International (2005)

No sólo la demanda de este segmento del sector de la construcción ha experimentado un crecimiento espectacular desde 1999 sino que en los últimos años se ha alterado la estructura de la misma. Así, en 2001 más del 50% de esta demanda era de espacio de oficinas, mientras que se estima que la demanda de construcción no residencial se concentrará en el segmento de espacios comerciales:

El desarrollo de la construcción de espacios comerciales, muy ligada a la evolución de la distribución comercial moderna, ha experimentado en los últimos cuatro años un crecimiento muy importante gracias a la entrada de capital extranjero. En este sentido es preciso referirse a los grandes grupos europeos que se han asentado en el mercado de la distribución comercial en Rusia (IKEA, AUCHAN, OBI, RAMSTORE, MEGA etc.)

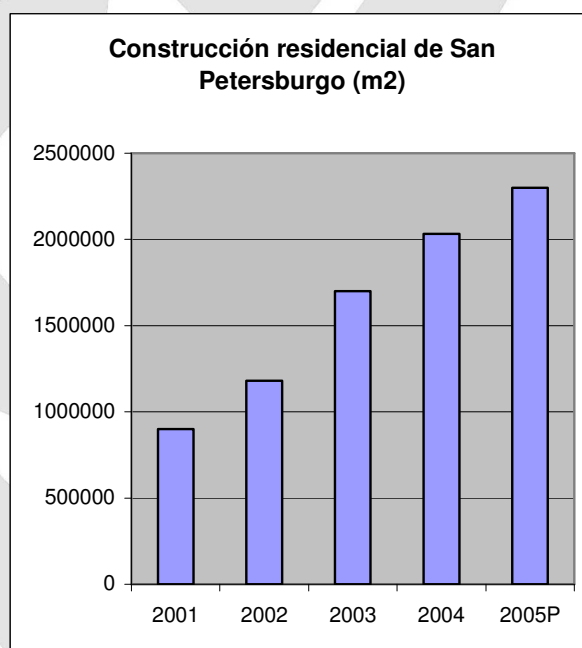
Según expertos de "Gint-M", uno de los contratistas de proyectos de construcción más importantes de Moscú, la demanda de oficinas de clase "A" en la ciudad va a seguir siendo elevada en los próximos dos años mientras que la de espacios de inferior categoría (oficinas de clase "B") comenzará a trasladarse a las ciudades del cinturón metropolitano

de Moscú. Este fenómeno de reubicación de oficinas es consecuencia del movimiento hacia el extrarradio de muchas empresas que buscarán alquileres de menor coste en los alrededores de Moscú.

En un futuro próximo, la configuración del mercado de oficinas de Moscú, va a verse fuertemente influida por el proyecto "MOSKVA-CITY", que se espera concluya en el año 2007 y que aumentará en 2 millones de metros cuadrados la oferta de oficinas en Moscú.

III.3.3. Sector de construcción en San Petersburgo

En 2004 en San Petersburgo se construyeron 2.032.000 metros cuadrados de vivienda nueva, cifras muy inferiores a las de Moscú pero mucho más importantes que las de algunas de las regiones económicamente más dinámicas de Rusia como son los Urales o el Distrito Sur. La demanda de vivienda aún está muy por debajo de los márgenes deseables y del potencial de la ciudad debido entre otras razones al mal funcionamiento de la ley de hipoteca y de la elevadísima tasa de economía sumergida. No obstante, los especialistas consideran que, de mantenerse las premisas económicas actuales, para el 2008 el volumen de construcción residencial en San Petersburgo alcanzará los 3,6 millones de m².



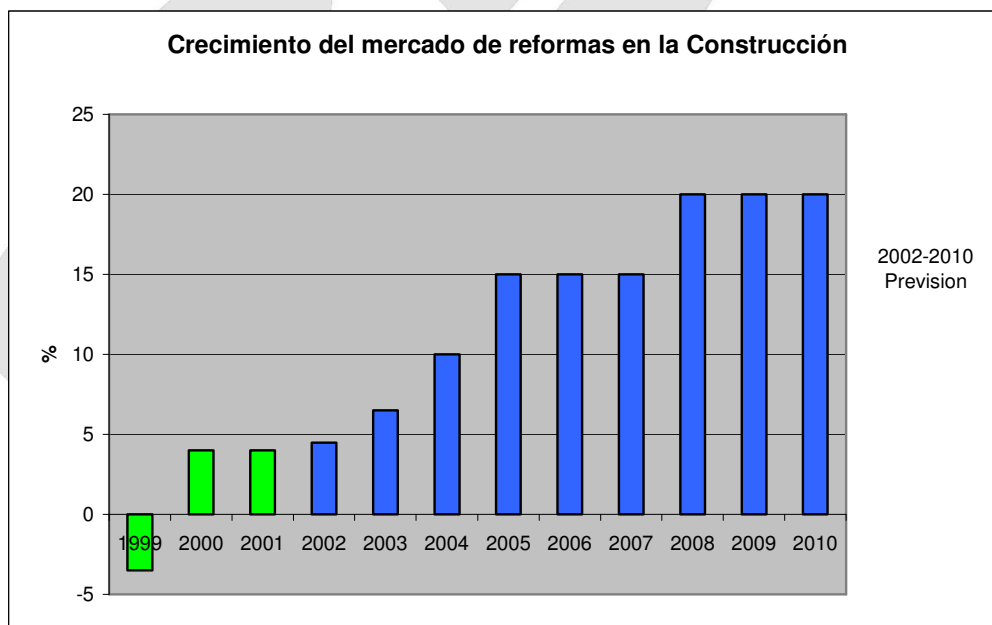
Fuente: Colliers International (2005)

El segmento de construcción de oficinas en 2004 se caracterizó por la desaceleración del crecimiento. De los planeados 120000 m², entraron en explotación solo 40000 m². En 2005 se planea construir acerca de 170 00 m² de oficinas, 80% de los que serán de clase B.

En 2004 en San Petersburg se construyeron 320 000 m² de espacios comerciales. Para 2005 las cifras son muy similares. El desarrollo de este segmento de construcción va unido al aumento del número de centros comerciales de alta calidad, de ocio y a la construcción de grandes superficies ("O'Key", "Lenta", "Metro Cash&Carry" y otros). En 2005 la superficie total de centros comerciales en San Petersburg es probable que alcance 1,5 millones de m².

III.3.4. El mercado de reformas

El subsector de las reformas es el otro gran factor de demanda de materiales de construcción que podemos analizar en la economía rusa. A lo largo de los años 90, la reforma de viviendas o de edificios ya existentes se ha extendido a todo el país, especialmente en los centros económicos regionales más relevantes (Moscú y San Petersburg). El principal objetivo de la renovación constructiva ha sido imitar los modelos occidentales de vida.



Fuente: *European Construction Research* (2002)

Si atendemos a los datos, la crisis de 1998 supuso un duro golpe para el sector de la renovación, que cayó de manera espectacular. Pero desde el 2000 año las cifras de crecimiento de los 90 se han recuperado. Tras los grandes proyectos de construcción, hay una miríada de pequeñas obras de reforma en viviendas, o de conversión de éstas en negocios y oficinas, dado el desorbitado aumento de los precios y de la demanda de éstas.

Especialmente importante ha sido la renovación residencial, pero en general la actividad de reformas ha experimentado un desarrollo notable en colectividades como hoteles, edificios de oficinas, etc. De hecho, la reforma es un concepto tan importante para los rusos, que dentro del vocabulario ruso se ha instalado la palabra евроремонт (evroremont – reforma al estilo europeo).

Según los datos de la compañía “Komkon”, en 2003 el 9% de los hogares rusos habría realizado reformas capitales en su hogar. Si este dato lo comparamos con el total de construcción residencial en activo en Rusia obtenemos la cifra aproximada de 259,4 millones de m2 reformados en 2003.

En lo que se refiere al coste de los materiales de reformas, 1 m2 cuesta como mínimo 15-20 dólares, teniendo en cuenta el cambio de revestimientos de suelos, sanitarios y grifería nueva etc. De esta manera obtenemos un gasto total en materiales de construcción nuevos de 4.000 millones de dólares. Además se debe tener en cuenta el coste de los servicios de una empresa de reformas debido a que poca gente se atreve a realizar por su cuenta este tipo de trabajos. En este caso el gasto aproximado alcanza la cifra de 15.600 millones de dólares. Como resultado de estos calculo obtenemos una cifra de mercado bastante significativa invisible en las estadísticas oficiales debido a la importancia de la economía sumergida en este sector.

IV. LA CONYUNTURA

En este apartado se repasan los factores de coyuntura económica y política más relevantes en la Rusia actual. Aunque pertenecen a un área más macroeconómica, es un aspecto especialmente relevante en un país en transición económica y política.

La situación actual de la economía rusa.

El periodo 1999–2004 se caracterizó por el fuerte desarrollo de prácticamente todos los sectores de la economía. En los últimos seis años, el PIB ha aumentado más del 48%, con un crecimiento medio siempre superior al 6%, el consumo de los hogares un 48,1%, y las inversiones en capital fijo, un 72%. La producción industrial ha mantenido un crecimiento medio de casi un 7% y se ha obtenido una reducción sustancial de la tasa de inflación, un considerable aumento de las reservas de divisas (se cuadruplicaron) y la recuperación de los ingresos reales de la población al nivel anterior a la crisis de agosto de 1998.

En los últimos años, ha tenido un efecto muy positivo en este crecimiento económico la favorable situación de los mercados internacionales de energía y recursos primarios. En el periodo 1999-2004, la recuperación del crecimiento vino caracterizada por una expansión simultánea del mercado doméstico y extranjero. Con un incremento del 70% de la demanda agregada en este periodo, la demanda externa creció a su vez un 78%, mientras que la doméstica lo hizo un 55%. En el periodo 2000-2001, el crecimiento en el mercado doméstico (en una situación donde la demanda doméstica iba dirigida a la sustitución de importaciones) fue un factor clave en la recuperación tras la crisis financiera de 1998. Sin embargo, en el siguiente periodo, la estructura de crecimiento estaba determinada por factores externos, que comenzaron a jugar un papel cada vez mayor, pese a que no se dejó de observar cierto crecimiento de las tasas de la demanda doméstica durante 2003-2004.

Se mantienen las debilidades básicas de la economía rusa:

- Elevada dependencia de las exportaciones de materias primas. El aparato productivo ruso está poco diversificado y tiene una excesiva dependencia de la producción y exportación de recursos naturales. La producción de materias primas supone más del 60% de la producción industrial, y está claramente orientada hacia la exportación. Este desequilibrio estructural limita el

crecimiento de la economía y la hace muy dependiente de la evolución de los precios del petróleo.

- Baja competitividad de los sectores industriales orientados al mercado interior. Una gran proporción de la demanda interna sigue yendo a bienes importados a medida que algunos sectores continúan perdiendo la ventaja comparativa que lograron con la devaluación de 1998.

- Ausencia de un sistema financiero eficiente, capaz de transformar el ahorro en inversión. En 2004, los ahorros representaron el 35,2% del PIB, y la inversión en capital fijo ascendió al 10,8% del PIB. La insuficiencia de las inversiones afecta principalmente a los sectores no energéticos.

Los riesgos para el crecimiento a corto plazo provendrían de fuertes bajadas en el precio del petróleo y de decisiones políticas que frenaran la inversión en el sector energético (aumento de la fiscalidad, mayor control público sobre las grandes empresas, etc.). A largo plazo, la sostenibilidad del crecimiento va a depender en gran medida de que se continúe con el proceso de reformas estructurales, a fin de fomentar la inversión en los sectores no energéticos. Entre las reformas pendientes, destacamos: la reforma de la administración pública 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. Sin embargo, la división interna del Gobierno hace difícil ver con optimismo la situación. De hecho, el ritmo de las reformas se ha detenido prácticamente en 2004.

El Banco Central de Rusia sigue manteniendo el doble objetivo de luchar contra la inflación y sujetar la apreciación del rublo. Para 2004, el objetivo de inflación era del 8-10%, pero la inflación final de 2004 alcanzó el 11,7%. En 2005 el objetivo se fijó inicialmente en el 8,5%; sin embargo, sólo en los tres primeros meses del año, ya ha alcanzado el 5,3%, y ante la falta de realismo y credibilidad del objetivo, éste se ha revisado al alza hasta el 10%. Pero incluso esta revisión se percibe como optimista. Para combatir la inflación, el gobierno ha tomado dos medidas; ha permitido la apreciación del tipo de cambio (en términos reales, la apreciación real del rublo fue del 1,6% en febrero) y está decidido a absorber los flujos de petrodólares a través del pago anticipado de la deuda al Club de París.

PIB: En 2004, fue de 16.778,8 miles de millones de rublos (unos 582.400 millones de dólares), con un crecimiento en términos reales del 7,1%. Mientras que el crecimiento en 2003 estuvo liderado por la inversión, en 2004 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.

Crecimiento de PIB y producción industrial 2000 – 2004 (%)

	2000	2001	2002	2003	2004
PIB	10,0%	5,1%	4,7%	7,3%	7,1%
Producción industrial	11,1%	4,9%	4,0%	7,0%	7,3%

Fuente: IRG (Interactive Research Group) Economic Overview Enero 2005

La producción de bienes y servicios de los cinco principales sectores de la economía rusa (industria, agricultura, construcción, transporte y comercio minorista) aumentó un 6,6% en 2004 comparado con un 7,3 en 2003. La producción se incrementó considerablemente en la industria, la construcción y el transporte. El índice de producción industrial fue el 7,3%, comparado con el 7% de 2003.

Precios: En 2004, el IPC alcanzó el 11,7%, resultado ligeramente mejor al alcanzado en 2003 (12%), pero que incumplió el objetivo del 8-10% que planteaba inicialmente el Gobierno.

El índice de precios industriales aumentó un 28,8% en 2004. La subida de los precios del petróleo, del gas natural y de la electricidad, al igual que los del transporte y los servicios comunes tuvieron un efecto arrastre que afectó al incremento de prácticamente el resto de los precios.

Empleo, salarios: El nivel de desempleo de la economía descendió a lo largo del año 2004 (pasando del 9,1% de enero al 8,5% de diciembre), suponiendo una tasa media del 8,2%, lo que supone también un descenso respecto a la tasa media registrada en 2003 (8,6%), según datos del Banco Central de Rusia.

En diciembre de 2004, la población activa se componía de 72,9 millones de personas (un 50,4% de la población total), de las que 66,7 millones, (91,5%) estaban empleados en la economía y 6,2 millones se clasifican como desempleados de acuerdo con la metodología de la OIT.

Los ingresos disponibles aumentaron en 2004 un 8,2% respecto a 2003, y los salarios reales un 10,9%. El crecimiento de la renta disponible ha servido de acicate para estimular la expansión de las importaciones de los bienes de consumo, dada la insuficiente oferta rusa de los mismos y en un escenario de apreciación real del rublo. El salario medio nominal aumentó un 23,9% hasta los 6.828 rublos (237 USD). La pensión media en 2004 fue de 1.915 rublos (68 USD), lo que significa un incremento interanual del 5,5%, pero es un nivel que sigue siendo bastante inferior al nivel mínimo de subsistencia, fijado en 2.451 rublos en el cuarto trimestre de 2004.

Pronósticos. Según Interactive Research Group se espera un crecimiento sostenido de la economía rusa tanto a corto como a largo plazo. En el caso de que el precio del petróleo sea más de 40\$ por barril, el PIB de la FR seguirá creciendo al 7,5%, lo que significa que en el equivalente monetario el ritmo de crecimiento superará el 25%. En 2004 la mayoría de las compañías petroleras rusas empezaron a explotar nuevos yacimientos, lo que se tradujo en el aumento del valor bursátil de dichas compañías. Por otro lado, la lentitud y torpeza de las

reformas en otros sectores económicos, parecen desacreditar a aquellos que prevén que la dependencia de las exportaciones de hidrocarburos se reducirá en el medio plazo.

Los analistas consideran que los procesos económicos más importantes van a tener lugar en los mercados de bienes de consumo. Aumentará la competencia entre las compañías extranjeras y rusas, los productos nacionales quitarán cuota de mercado a los extranjeros, y asimismo se notará el peso de participación de las PYMES en la actividad económica. Se prevé la expansión regional de los negocios, que hasta ahora estaban concentrados en Moscú y las ciudades grandes de Rusia, asimismo se predice un aumento de la actividad en los mercados de créditos e hipoteca. Los analistas pronostican que para el 2008-2009 Rusia será uno de los 8 países económicamente más potentes a nivel mundial.

IV.1. LA DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES DE SANITARIOS Y GRIFERÍA

Existe una clara diferencia entre la distribución que siguen los productos de importación y la producción nacional. La presencia de productos rusos en las cadenas de tiendas y en los nuevos centros comerciales de materiales de construcción es rara, en especial en Moscú y San Petersburgo. El segmento al que se destina parte importante de la producción local es el de la nueva construcción y en este sentido, las empresas de construcción son las que operan (a nivel de distribución mayorista) como suministradores de producción nacional de sanitarios y grifería. Por otra parte la presencia de material de fabricación rusa es también mayoritario en las regiones, donde el poder adquisitivo de la población es menor y el consumo de materiales importados es reducida. Por último donde sí es posible encontrar material ruso (tanto en Moscú como en regiones) es en el comercio menos organizado (mercadillos).

La practica totalidad de los distribuidores de materiales para baños, tienen en la actualidad sanitarios de fabricación extranjera. Cuando la cuestión estriba en la distribución de cara al público, la presencia de fabricación nacional es muy minoritaria y en Moscú o San Petersburgo especialmente reducida.

Los principales agentes presentes en la red de distribución de estos materiales son:

- Grandes distribuidores de sanitarios y grifería, que poseen una cadena de tiendas propia y que realizan operaciones de importación directa. Están presentes sobre todo en Moscú y San Petersburgo. Algunos de ellos, además de tener una red de distribución desarrollada en Moscú y S. Petersburgo, poseen tiendas en otras regiones de Rusia. Se puede considerar que son *distribuidores a nivel nacional*. De este modo, se convierten en "dealers" adecuados para los distribuidores de menor tamaño localizados en las regiones. En general, estos distribuidores disponen de un surtido completo de materiales de "todo para el cuarto de baño".

- Importadores que actúan como mayoristas puros y que se dedican básicamente a la intermediación. El número de mayoristas puros ha descendido notablemente, ya que los más pequeños desaparecieron tras la crisis del 98 y los que han sobrevivido se han convertido en muchos casos en distribuidores del primer grupo que hemos descrito. La especialización pura de los mayoristas tiende a desaparecer, la tendencia general es a combinar la simple intermediación con la distribución propia.
- Distribuidores locales de sanitarios y grifería con cadena de tiendas propias pero que operan a través de intermediarios de Moscú y/o San Petersburgo. Este es el fenómeno de intermediación generalizado que se ha dado en la distribución regional en Rusia de materiales de este tipo.
- Distribuidores regionales con red de tiendas propias y con alcance regional, es decir, presentes en diferentes núcleos de población dentro de la misma región e incluso en diferentes regiones. Éstos, llevan a cabo operaciones de importación directa con fábricas extranjeras y son el mejor exponente del desarrollo de la distribución regional no intermediada que empieza a confirmar el despertar económico de las regiones rusas. Es en este segmento de distribuidores donde sí hay presencia notable de producción nacional en tiendas al público, por cuanto en las cadenas de distribución de las regiones sí existe un mercado al menudeo importante para el material ruso.

Alrededor de estos actores, existen elementos clave que orbitan a su alrededor y que hemos de tener en cuenta para analizar la distribución de sanitarios y grifería:

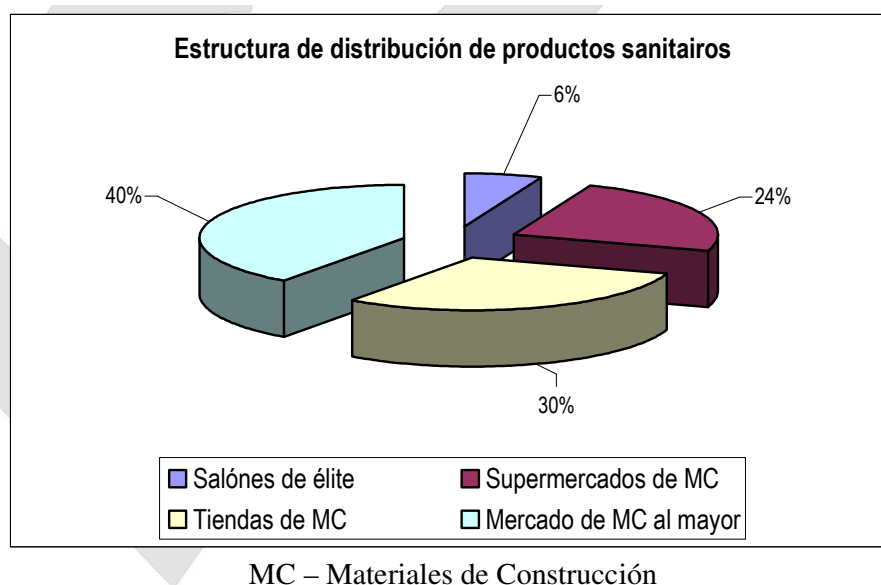
- Agentes: su número es pequeño en la actualidad en el mercado ruso de sanitarios y grifería. Su posición es intermedia entre los distribuidores y las fábricas extranjeras. Como forma de penetración en el mercado, tienen sus ventajas e inconvenientes. Por una parte, evitan costes de información a las empresas y le permite acceder de manera inmediata a un amplio abanico de posibilidades de distribución, que de otro modo tardaría mucho tiempo en descubrir. Por otro lado, tiene que compartir la condición de representado con gran número de fabricantes, al menos así es en el caso del mercado ruso. Dado el pequeño número de agentes en activo, la cartera de clientes de los agentes es muy grande. Esto es un serio inconveniente para las empresas representadas. Por otra parte, el control sobre las acciones del agente es muy pequeño, especialmente en un mercado como el ruso, con barreras lingüísticas y culturales. Por supuesto, tiene un coste explícito monetario en forma de comisiones. De todos modos, todavía existe mucha reticencia entre los empresarios rusos a trabajar con agentes, fruto de la desconfianza a los intermediarios, tras casos de enriquecimiento desorbitado en los años 90 entre intermediarios que utilizaban información privilegiada.
- Arquitectos y diseñadores. Aunque no suelen ser clientes directos de las empresas fabricantes, su papel es muy relevante como prescriptores en los proyectos de construcción. Sobre todo, en el caso de proyectos llevados a cabo por clientes particulares, la influencia en las decisiones de compra es alta, ya que el que encarga

reformas, construcciones particulares, suele recurrir a la opinión de estos expertos. Son ellos los que entonces, deciden y elaboran un proyecto global de decoración y diseño interior. En muchas ocasiones el arquitecto que lleva a cabo proyectos, también decide él mismo los materiales que se van a utilizar.

- Empresas de construcción: comienzan a aparecer empresas de construcción que llevan a cabo proyectos completos y que adquieren los elementos necesarios para llevarlos a cabo. Es decir, son agentes que operan directamente con las fábricas extranjeras y realizan operaciones de importación. En el caso de proyectos para clientes particulares, la utilización de materiales importados para equipamiento de baños es lo usual.

El papel más relevante que desarrollan las empresas de construcción en el caso del sector de sanitarios y grifería, es el de instalador de equipamiento dentro de la tradicional actividad constructora de viviendas. Las empresas constructoras que llevan a cabo proyectos públicos y privados de viviendas se encargan de instalar sanitarios y grifería rusos, ya sea a instancias del financiador (sobre todo en el caso de vivienda financiada por presupuesto) o de modo propio, si se les encarga la contratación directa de materiales.

En los últimos años se ha generalizado la distribución de los artículos sanitarios conjuntamente con mueble de baño y azulejo. Si inicialmente fueron las tiendas quienes aumentaron su gama de producto para ofrecer a sus clientes un interior completo para baño, ahora también muchos diseñadores ofrecen esta posibilidad.



Marketcenter "Mercado de productos sanitarios en FR" (2004)

IV.1.1 Puntos de venta

En el sector de sanitarios y grifería hay muchos ejemplos de grandes centros comerciales especializados en materiales de construcción que exponen materiales de este tipo. Existen varios de gran tamaño en Moscú, como "Expostroy", una superficie dedicada a la exposición de materiales de construcción, "Krokus-City", que es un gran centro comercial de 45.000 m² o la "Stroytel'naya Yarmarka na Nakhimovskim Prospekte". La mayor parte de las cadenas de tiendas y grandes importadores poseen stands en estas grandes superficies o se convierten en suministradores suyos. Otro ejemplo de gran superficie comercial, es el MAXIDOM de LAVERNA, que en San Petersburgo posee varias grandes superficies dedicadas al equipamiento de hogar.

La forma más común de venta de materiales de equipamiento de baño en Rusia y donde mayor volumen de material se expone y vende al público, es a través de cadenas de tiendas. Las tiendas especializadas en materiales de construcción, revestimiento y decoración, poseen enormes salas de exposición dedicadas especialmente al mundo de la decoración y equipamiento de cuartos de baño. Los "Show-Room" de las principales cadenas de tiendas poseen una calidad y un estilo de presentación de sus productos que es perfectamente comparable a las tiendas de Europa Occidental.

La mayor parte de las tiendas pertenecen a empresas importadoras que han desarrollado su red de tiendas, aunque también existen tiendas que se abastecen de mayoristas. Además, no sólo están presentes en Moscú y San Petersburgo. En menor número pero con calidades de presentación similares, encontramos tiendas especializadas en otros núcleos de población relevantes como Yekaterimburgo, Nizhni Novgorod, etc.

Además de estas tiendas que llamamos especializadas, existen otras tiendas, que exponen ocasionalmente materiales de revestimiento, equipamiento y decoración de baños y cocinas. Se conocen con el nombre de "Vsio dlya Doma" (Todo para la casa). En ellas, como en un pequeño supermercado, se recoge todo tipo de artículos para la casa, por lo que es común la presencia de artículos de grifería, sanitarios, azulejo, etc. En general ofrecen productos de gama baja y media, pero ocasionalmente poseen materiales de calidad alta. En estas tiendas, que poseen especial importancia en las regiones, sí que está presente de manera mayoritaria la producción rusa.

Por último, existe una forma de venta que, si bien está en la actualidad mucho menos extendida (sobre todo en Moscú, donde el comercio moderno y organizado está expulsando o reconvirtiendo antiguas formas de mercado no organizado al aire libre), sigue presente con gran fuerza en las regiones. Se trata de los mercados al aire libre, en que de manera tradicional se ha vendido todo tipo de materiales de construcción para la casa. En ellos, está presente de manera mayoritaria productos de fabricación nacional, de coste bajo (si bien en los años 90, era posible encontrar materiales de España o Italia) y son una de las principales formas de venta al menudeo para los sanitarios y grifería rusos.



V. ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO Y ACCESO AL MERCADO.

El presente capítulo es una breve descripción del régimen de acceso al mercado de la Federación Rusa en el sector de pavimentos y revestimientos cerámicos, incluyendo las trabas arancelarias, tributos relacionados con la importación y barreras presentes con carácter general.

VI.1. CUESTIONES GENERALES

A. LEGISLACIÓN BÁSICA.

En la actualidad, todo el régimen de comercio exterior de la Federación Rusa se encuentra en una fase transitoria, debido a principalmente a la entrada en vigor de dos importantes textos normativos:

1.- **Código Aduanero de la Federación Rusa.** Entró en vigor el 1 de enero de 2004, derogando al anterior, de 1993. Dicho código ha sido la culminación de un larguísimo procedimiento legislativo, que incluyó diversas consultas a organismos internacionales, incluida la Unión Europea, y en líneas generales se puede decir que mejora sustancialmente el régimen anterior, tanto por su sistemática como por su contenido.

2. - **Ley de Bases de Regulación Estatal del Comercio Exterior.** Entró en vigor el 16 de junio de 2004, derogando la anterior ley de 1995. Se considera que la nueva ley es más acorde con los principios de la OMC. Establece la unidad del territorio aduanero ruso, la unidad de su política comercial y enuncia el principio de no discriminación entre los participantes en el comercio internacional.

Ley de Regulación Técnica, que altera todo el régimen de certificación y homologación vigente en Rusia.

B. SUJETOS DE LA ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR.

EL GTK

La autoridad rusa que se ocupa de la ejecución de la normativa aduanera es el Comité Estatal de Aduanas (GTK en sus siglas rusas, regido por el Decreto presidencial de 25 de octubre de 1994, n. 2014) El GTK depende directamente del Presidente de la Federación Rusa (no depende de ningún ministerio y tiene fama de ser un estado dentro del Estado) y se estructura en cuatro niveles:

- Servicios Centrales
- Direcciones Territoriales
- Aduanas
- Puestos Aduaneros

El GTK desarrolla la normativa que emiten el Presidente y el Gobierno de la Federación Rusa, otorgando Órdenes y Circulares que son de obligado cumplimiento en los puestos aduaneros.

Legitimación para realizar operaciones de comercio exterior.

Pueden comparecer ante las aduanas y realizar operaciones de importación o exportación las siguientes personas:

- 1.- Agentes de aduanas en posesión de licencia.
- 2.- Comerciantes debidamente registrados:

Ante el Comité Estatal de Estadística (Goskomstat), que le asignará un código OKPO (clasificador de actividades similar al CNAE en España).

Ante la Administración Tributaria, que le asignará un Número de Identificación Fiscal (INN, en sus siglas rusas).

Por último, debe estar registrado en la aduana correspondiente.

Un comerciante que no cumpla los requisitos anteriores debe hacer uso de los servicios de un agente de aduanas.

C. DOCUMENTACIÓN EXIGIBLE.

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

1. 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.
2. 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.
 3. **Documento de transporte**, dependiendo del transporte que se haya utilizado (CMR, carta de porte aéreo, etc.)
 4. **Packing list**, en ruso o inglés (a veces la aduana exige una traducción), documento informal emitido por el exportador.
 5. Además, la normativa rusa de control de cambios exige que los importadores rusos dispongan de un "**pasaporte**", 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. Este requisito no afecta directamente al exportador español, pero es conveniente tenerlo en cuenta, porque dichos "pasaportes" no se conceden a menos que el importador ruso pueda aportar un contrato por escrito, y la empresa española debe estar dispuesta a facilitárselo, aunque no sea la práctica más habitual en España. No obstante, hay que tener en cuenta que dicho contrato por escrito, aunque el importador ruso insista en que únicamente lo pide para obtener el "pasaporte", tiene perfecta fuerza legal y debe ser negociado con el cuidado habitual.
 6. Por otra parte, en muchos casos se exige también un certificado que asegure la **homologación con las normas GOST R**, como veremos más adelante o, dependiendo del producto, otros certificados especiales.
 7. Se exige además un **certificado de origen** de la mercancía. Sin él, el envío no puede beneficiarse del tratamiento de nación más favorecida, régimen aplicable a las importaciones de origen español. En España lo otorgan las Cámaras de Comercio e Industria de la demarcación del exportador.

D. PROCEDIMIENTO ADUANERO.

El procedimiento aún vigente concede amplias facultades a los aduaneros. Comienza con unas operaciones preparatorias (aviso a los órganos aduaneros de la llegada de la mercancía, declaración abreviada, etc.), almacenamiento temporal, por un período máximo de dos meses con carácter general y finalmente la declaración propiamente dicha, que se realizará en un plazo máximo de 15 días desde la presentación de las mercancías al órgano aduanero.

El control aduanero, en su caso con la inspección física de las mercancías es el paso siguiente. Las aduanas disponen de amplísimas facultades de control, que pueden

extenderse a prácticamente cualquier tipo de operaciones del comerciante, no necesariamente relacionada con la operación concreta que esté controlando y que pueden extenderse en el tiempo más allá del fin del procedimiento. La duración de esta fase es de diez días.

Hay un procedimiento abreviado para casos de ayuda humanitaria, animales vivos o productos perecederos, entre otros, en que las autoridades aduaneras disponen de tres días.

Contra los actos administrativos aduaneros se prevén recursos de reposición o de alzada, según sea el órgano de quien proceda el acto y en siguiente instancia un procedimiento mercantil poco claro y con ciertas limitaciones.

Rusia es miembro del convenio TIR, por lo que en los casos cubiertos por el mismo se realizará según el procedimiento previsto en el convenio, realizándose la tramitación aduanera en la aduana de destino de la mercancía. En varias ocasiones, ha habido problemas cuando el GTK ha considerado que la garantía que presta ASMAP (Asociación Rusa de Transportistas, organismo garante del convenio TIR) no cubre el posible impago de los derechos aduaneros. Actualmente el convenio TIR funciona sin problemas.

E. EL NUEVO CÓDIGO ADUANERO.

El 1 de enero de 2004 entró en vigor del nuevo Código Aduanero Ruso, aprobado por la Ley Federal de 28.05.2003, n. 61-FZ. El procedimiento aduanero se mantiene en lo sustancial, pero los plazos se acortan y con ellos el margen para la arbitrariedad de los órganos aduaneros. 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.

VI.2. BARRERAS ARANCELARIAS Y OTROS PAGOS EN FRONTERA.

A. INTRODUCCIÓN.

En la Federación Rusa hay tres exacciones a que están sujetos los elementos de interior 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. Las accisas se aplican a unos productos determinados, con independencia de que hayan sido producidos o en Rusia o en el extranjero.

B. Los aranceles de importación.

1. Introducción.

El arancel de importación es el tributo al que están sujetas las mercancías que entran en territorio aduanero ruso en régimen, fundamentalmente, de despacho a consumo.

Los aranceles pueden ser de tres tipos:

- a) “Ad valorem”, en porcentaje sobre el valor aduanero de la mercancía, considerándose como tal habitualmente el valor CIF – frontera de la misma.
- b) Específicos, a tanto por cantidad de producto.
- c) Combinados, en cuyo caso se aplica un “ad valorem”, pero combinado con un mínimo específico y se aplica el arancel que resulte mayor entre ambas posibilidades. En los últimos años se han establecido numerosos aranceles combinados para luchar contra la práctica de minusvalorar las mercancías para así pagar menos aranceles.

2. Aranceles aplicables.

La base impositiva del arancel en las partidas de nuestro interés no es combinada. Todas las posiciones objeto de este estudio están sometidas en la actualidad a aranceles de tipo “ad valorem” (en unos casos es del 15% del valor CIF de la mercancía y en otros un 5%).

Los aranceles aplicables en la actualidad son los siguientes:

POSICIÓN	DESCRIPCIÓN	ARANCEL
3922	Bañeras de plástico y duchas	20%.
6910	Pilas, bañeras, urinarios de cerámica	20%, pero no menos de 0,24 €/kg.
84818011	Mezcladores, reguladores de agua caliente	15%.
84818019	Los demás mezcladores	15%

7324	Artículos de higiene o de tocador y sus partes, de undición, hierro o	15%
------	---	-----

C. La tasa de formalización aduanera.

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

La tasa es variable, según una escala de gravamen que va desde los 500 rublos (15 euros) para la formalización aduanera de mercancías con valor inferior a 200.000 rublos (unos 5.600 euros) hasta un máximo de 100.000 rublos (2.800 euros) para cargas de valor superior a 30 millones de rublos (unos 850.000 euros).

D. El Impuesto sobre el Valor Añadido.

Es un impuesto federal regulado por el Código Tributario de la Federación Rusa, capítulo 21. El mecanismo de funcionamiento del mismo, en régimen general, es semejante al impuesto español del mismo nombre. El tipo aplicable general es del 18%. La base imponible del mismo es la suma del valor aduanero de la mercancía, del arancel de importación que se haya aplicado y en su caso de los impuestos especiales.

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

VI.3. BARRERAS NO ARANCELARIAS.

A. Homologación y Certificación de producto en la Federación Rusa.

Como ha quedado dicho, todo lo referente a homologación y certificación está e fase transitoria, debido a la entrada en vigor de la Ley de Regulación Técnica. Sin embargo dicha ley prevé un largo período transitorio entre los sistemas antiguo y nuevo, que podría no terminar hasta mediados de 2010, por lo que conviene exponer el sistema todavía vigente y a continuación tratar los cambios que irá introduciendo la nueva ley.

1. Certificación de producto en la Federación Rusa.

En la Federación Rusa coexisten alrededor de quince esquemas de certificación obligatoria, de los cuales hay dos que afectan a un gran número de productos: el

certificado higiénico y el certificado de conformidad con las normas GOST. No se acepta la declaración del fabricante, sino que el certificado debe ser emitido por un tercero autorizado.

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

De todos los sistemas de certificación existentes, el más importante es el de GOSSTANDART (Comité Estatal de Normalización, Metrología y Certificación), que fue el primero en entrar en funcionamiento y afecta a la mayoría de los productos. Con la reforma administrativa de marzo de 2004, el citado GOSSTANDART fue reemplazado por la Agencia Federal de Regulación Técnica y Metrología (FATRM, en sus siglas rusas).

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

Las normas están ampliamente superadas por los parámetros de calidad habituales en España, habida cuenta de que proceden de los años setenta en buena parte y no tienen en cuenta los sistemas de producción más modernos.

Los pavimentos y revestimientos de piedra natural que se importan con destino a venta y consumo en la Federación Rusa deben ir acompañados de un certificado de conformidad otorgado por el Comité Estatal Ruso de Certificación (GOSSTANDART) o sus agentes autorizados. GOSSTANDART es una entidad estatal rusa independiente, es decir, no sometida a Ministerio alguno, lo que no facilita el acceso a la misma. Hay que tener en cuenta que GOSSTANDART y sus laboratorios autorizados realizan las pruebas y emiten los certificados de acuerdo con la norma GOST R rusa (no con otras normas internacionalmente aceptadas, como el sistema ISO, aunque se está produciendo una adaptación paulatina al mismo) y que la posesión de certificados internacionalmente reconocidos no facilitará necesariamente los trámites ni eximirá al solicitante de realizar las pruebas de laboratorio que se estimen oportunas.

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



3. Obtención del certificado GOST R.

La mejor recomendación que se puede hacer a un exportador español a Rusia que quiera certificar su producción es que involucre en ello a su contraparte rusa, lo que por otra parte es la práctica habitual. La certificación en Rusia es un proceso caro (esto debe ser tenido muy en cuenta a la hora de discutir precios) y complicado, creado por rusos, que beneficia económicamente a rusos y que, en buena lógica, debería ser resuelto por rusos. Además, en Rusia existen numerosas posibilidades de certificación (en la misma página de [GOSSTANDART](#) hay una lista actualizada permanentemente de laboratorios autorizados), y el importador ruso será capaz de obtener mejores condiciones que el exportador español.

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

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

TÜV RHEINLAND IBÉRICA, S.A.

Dr. Reinhart Kraege
C/José Silva, 17
28043 Madrid
Tel.: 917 444 500
Fax: 914 135 590
Corr. elec.: informacion@tuv.es
Página web: <http://www.tuv.es>

SGS Española de Control, S.A.

GOST/IRAN Desk
c/Rera Palau, 11, 3a pl.
08003 Barcelona (SPAIN)
Tel.: +34 93 295 75 13
Fax: +34 93 268 24 13
susana.caminals@sgs.com

Contacto: Susanna Caminals / Eugenia Smetanina

- En Rusia: En este caso hay que enviar unas muestras a algún laboratorio aceptado por GOSSTANDART.

En ambos casos hay tres modalidades de certificado de conformidad:

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

No es probable que aumenten próximamente las agencias que puedan otorgar el certificado en España. Aunque existe un procedimiento para que un laboratorio pueda obtener el permiso para obtener certificados por parte de Gosstandart (aprobado por el Reglamento de Gosstandart de 30 de diciembre de 1999, N° 72, y vigente desde el 22 de febrero de 2000), la experiencia demuestra que las autoridades rusas son muy reacias a conceder nuevas licencias, rompiendo el monopolio de hecho de SGS.

El coste de obtener el certificado de conformidad no puede ser determinado a priori porque depende de los trabajos y experimentos que deban realizarse para su obtención. Existen unas reglas, aprobadas por el Reglamento de Gosstandart de 23 de agosto de 1999, N° 44 (en vigor desde el 17 de febrero de 2000), que establecen que el margen de beneficio de la entidad autorizada para emitir la acreditación no puede superar el 35% neto, abandonando una pretensión anterior de que las entidades autorizadas no tuviesen ánimo de lucro. De todas formas, el resto de los gastos quedan en la práctica al libre albedrío de la entidad, por lo que previsiblemente el precio variará sensiblemente entre unas y otras.

1. La nueva Ley de Regulación Técnica.

A la vista de lo anterior, no es de extrañar que a tenor de la complejidad del sistema de certificación, las autoridades rusas se hayan sentido obligadas a poner orden en el mismo. En este sentido, la nueva Ley de Regulación Técnica incorpora una serie de modificaciones:

1. Congela las normas GOST y las de los otros sistemas correspondientes al estado que tuvieran el 1 de julio de 2003. Dichas normas permanecerán vigentes hasta que se vayan aprobando reglamentos técnicos que las sustituyan y se considerarán dispositivas salvo en la parte que “garantice los objetivos legislativos de la Federación Rusa en lo referente a regulación técnica” (Reglamento de GOSSTANDART n.63, 27 de junio de 2003)
2. Los reglamentos técnicos deben establecer mínimos que no impidan la actividad empresarial. Se admite la incorporación de normas internacionales o nacionales en calidad de reglamentos técnicos rusos.
3. Los reglamentos técnicos se clasifican en horizontales (cuya promulgación es obligatoria y que vienen referidos a asuntos de seguridad y medio ambiente básicamente) y verticales (de promulgación voluntaria, en los sectores que se considere necesario, con vigencia sectorial).
4. La adopción de los reglamentos técnicos se realizará por Ley Federal (y sólo en casos de urgencia podrá hacerlo directamente el Presidente). Es fácil suponer que esta norma, adoptada por consideraciones constitucionales, puede suponer un anquilosamiento en la adopción en la adopción y modificación de reglamentos, que forzosamente deberá pasar por el complejo sistema legislativo ruso. En cambio, la iniciativa puede corresponder a cualquier persona, estableciéndose un período de exposición pública del reglamento antes de su tramitación legislativa.
5. GOSSTANDART (hasta la fecha otro “Estado dentro del Estado”) pierde poder. Abandona sus competencias normativas y únicamente conserva ejecutivas, de control y de acreditación, sin quedar clara su participación en órganos de certificación acreditados.
6. La Ley deja abierta la cuestión de la obligatoriedad de la certificación de producto (en particular por parte de terceros, como ha sido la regla hasta la fecha). Será cada normativa técnica la que decida sobre la cuestión que regule, teniendo en cuenta que la obligatoriedad de la certificación se dará en la medida en que sea necesaria para el cumplimiento de los fines de dichos reglamentos.

7. Al igual que hasta hora , en caso de que la certificación sea obligatoria, no se permitirá el acceso al territorio aduanero de la Federación Rusa de las mercancías que no posean el correspondiente certificado.
8. Se separan las funciones del órgano de certificación y del laboratorio que lleva a cabo los ensayos. Las solicitudes de certificación se dirigirán al primero y los laboratorios no deben en ningún caso entrar en contacto directamente con el solicitante ni siquiera conocer sus datos.
9. Se conserva el marcado de los productos en los términos del régimen actual.
10. Se establece un plazo de siete años (hasta 1.07.2010) para la adopción de los reglamentos técnicos. De no adoptarse, perderán su vigencia los estándares rusos existentes y el sector afectado podría quedarse sin regulación.

En resumen la nueva ley es claramente menos intervencionista y desde luego más clara que el régimen existente aún en la actualidad. Sin embargo, es pronto para saber si su aplicación práctica no quedará en nada, como ha ocurrido en alguna ocasión en este ámbito, lo que sería el caso si los reglamentos técnicos se dedican a reproducir las normas actuales. Es de destacar el larguísimo procedimiento de la adopción de reglamentos técnicos y la posibilidad de que , como los actuales, sean adoptados según los intereses de las empresas rusas y se conviertan en la barrera comercial que son actualmente.

En este punto, vamos a incluir información complementaria que puede ser de utilidad para el empresario español de la piedra natural. Los apartados que vamos a incluir son:

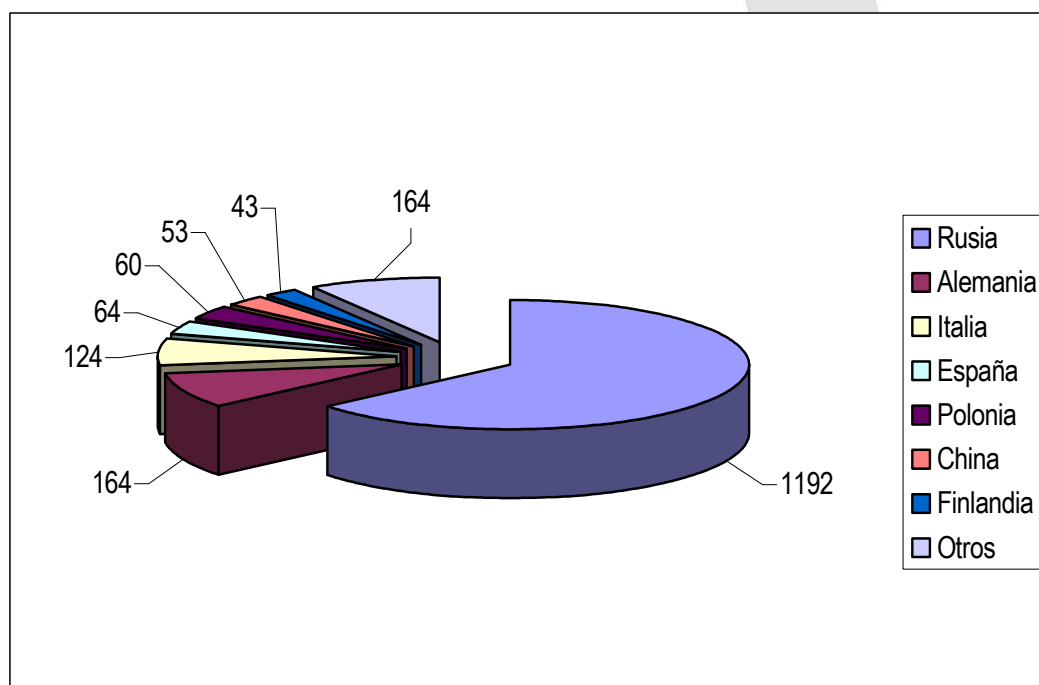
- Ferias del Sector.
- Revistas Sectoriales.
- Direcciones de contacto de distribuidores de piedra natural

VI. ANEXOS

VI.1. FERIAS DEL SECTOR.

La feria rusa de mayor importancia por número de participantes y por presencia internacional es sin duda "BATIMAT-MOSBUILD". Incluimos el Informe de la feria del año 2003 para dar una idea más concreta del ámbito y alcance de este evento.

Batimat MOSBUILD 2005 (www.mosbuild.com)	
FERIA:	9ª FERIA INTERNACIONAL DE LA CONTRUCCIÓN BATIMAT-MOSBUILD
LUGAR DE CELEBRACIÓN:	Moscú (Rusia)
FECHAS:	Del 4 al 7 de abril.
RECINTO:	Expocenter (www.expocentr.ru) Krasnopresnenskaya Naberezhnaya 14 Krocus-Expo Krasnogorsk, p/o «Krasnogorsk-4», 65-66 km MKAR Superficie total de 95000 m ²
ENTIDAD ORGANIZADORA:	ITE Group Plc 105 Salusbury Road London NW6 6RG Tel.: (44)020 7596 5000 Fax: (44)0207596 5111 E-mail: enquiry@ite-exhibitions.com URL: www.ite-exhibitions.com
FRECUENCIA:	ANUAL
PROXIMA EDICION:	4-7 de abril de 2006

EXPOSITORES:**PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA:**

Pabellón Oficial del Instituto Español de Comercio Exterior.

En esta ocasión el Pabellón Oficial ocupó una superficie de 1.818 m², en los que se dieron cita un total de 60 empresas, 54 de las cuales son exportadores de pavimentos y revestimientos cerámicos. Comparando estos datos de participación con los de la pasada edición constatamos un aumento del 33% en la superficie ocupada y de más del 25% en el número de empresas participantes, lo cual es indicativo de la creciente importancia que tiene el mercado ruso para el sector azulejero español.

VALORACIÓN

Batimat es sin duda la feria más importante y el acontecimiento de referencia del sector de materiales de construcción en la Federación Rusa y los países del entorno. Es una feria de fabricantes (rusos y extranjeros) a la que acuden distribuidores, grandes y pequeños de todos los rincones de Rusia. Es muy abundante también la presencia de diseñadores y arquitectos a quienes, por una costumbre no demasiado lógica, no se les suele prestar demasiada atención.

Además de ésta, existe un completo calendario de ferias dedicadas a los materiales de la construcción, arquitectura y diseño, tanto en Moscú, como en otras regiones. Vamos a destacar las más importantes, primero de la capital y luego del resto de ciudades del país. Realizaremos una ordenación por recintos feriales en que se celebran las diferentes ferias:

BALTIC BUILDING WEEK

Temática y sectores representados: Materiales de construcción en general. Está organizada en 9 áreas temáticas: Build, Hardware, Windows&Doors, Flooring, Heat&Vent, Interiors, Decotex, Ceramic&Stone, Santechnica.

Valoración: Buena. Se trata de la segunda feria del sector en importancia de la Federación Rusa. Su alcance es muy local limitado a la región de San Petersburgo y áreas adyacentes del noroeste del país. La presencia extranjera es escasa. Tile of Spain participó en la edición de 2004 y 2005 con un stand informativo.

Fechas de la próxima edición: 13.09.05 – 16.09.05

Lugar de celebración: LENEXPO (www.lenexpo.ru)

Organizador : ITE (www.ite-expo.ru) y Primexpo (www.primexpo.ru)

STROYSIB – 2006

Temática y sectores representados: Materiales de construcción. Importante presencia de materiales cerámicos de revestimiento.

Valoración: Buena. La feria se celebra en un recinto ferial muy incómodo y pequeño para las dimensiones actuales de la feria. Según algunos especialistas es la segunda feria del sector de Rusia por volumen de negocio. En cualquier caso, se trata de la feria más importante en toda la parte asiática de Rusia.

Fechas de la próxima edición: 07.02.06 - 10.02.06

Lugar de celebración: Sibirskaya Yarmarka (www.sibfair.ru)

Organizador : Sibirskaya Yarmarka

Tel.: +7(3832) 106290, 255151

Fax: +7 (3832) 259845

E-mail: welcome@sibfair.ru

Pagina web: www.sibfair.ru

STROYTEKH 2006

Temática y sectores representados: Materiales de construcción. Importante presencia de materiales cerámicos de revestimiento. Está organizada en siete secciones:

SWE - puertas y ventanas, (www.windowsdoors.ru)

Baustein Piedra Natural y Cerámica. (www.baustein.ru)

Betonekh - cemento y hormigón. (www.betonexpo.ru)

RFI -Techos y aislamiento. (www.roofexpo.ru), Sistemas de aislamiento térmico de fachadas

Caflex: alfombras y revestimiento de suelos. (www.floorcovers.ru) suelos)

Salón "Luz e Interiores". (www.lightexpo.ru)

WallDeco, decoración de interiores, especialmente paredes y techos. (www.walls-ceilings.ru)

Valoración: Regular. La feria está intentando en vano convertirse en una alternativa a Batimat como evento del sector de materiales de construcción. La presencia de pavimentos y revestimientos cerámicos es muy escasa al igual que la participación extranjera.

Fechas de la próxima edición: 28.02.06 – 4-03.06

Lugar de celebración: Sokolniki (www.exposokol.ru)

Organizador: ALLEXPO (www.allexpo.ru)

Tel.: +7-095-2689511 Рузавина Татьяна Анатольевна

Fax: +7-095-2689914, 1053497

E-mail: rta@mvk.ru

Contacto: Tatiana Anatolevna Rusavina

Pagina web: www.stroytekh.ru

VII.2. REVISTAS SECTORIALES

A continuación, recogemos un resumen de revistas de potencial interés para el sector de grifería y baños. Realizamos una distinción entre las revistas orientadas al segmento "gran público" o "doméstico" y las orientadas a profesionales del sector de la decoración, diseño y arquitectura.

- ORIENTADAS AL SEGMENTO "DOMÉSTICO"

Chastnaya Arkhitektura – Частная Архитектура (Arquitectura Privada)

117261 Moscú (Rusia)

Ul. Vavilova, 65ª, oficina 1207

Tel: 7095 7190538

Fax: 7095 234 4357

E-Mail: editor@lans-media.ru

www.lans-media.ru

Revista de arquitectura-construcción que se comenzó a publicar desde el año 1994 Se edita 9 meses al año con una tirada de 48.000 ejemplares por edición.

Cada 4 meses publica un especial "Gran Catálogo de Proyectos" que recoge de manera periódica una media de 200 proyectos de viviendas residenciales, acerca de los cuales es posible obtener todo tipo de información (documental, sobre los trabajos realizados...)

Kukhni i Vannye komnaty – Кухные и Ванные комнаты (Cocinas y Baños)

Pechatnikov per. 18, str 2

103045 Moscú (Rusia)
Tel: 7095 9213904
Fax: 7095 9211379
Email: kvk_magazine@mtu-net.ru

Revista especializada en la decoración de aquellos espacios de la casa tradicionalmente vinculados al mundo del revestimiento cerámico. La tirada mensual de la revista es de 50.00 ejemplares.

MATERIAL

117335, Moscú (Rusia) apdo. Correos 20
Tel: 7095 7190605
E Mail: news@material.ru
www.material.ru
Tirada: 30.000 ejemplares/mes

Revista dedicada al mundo de los materiales de acabado interior y exterior, fuente de información para aquellos que deciden hacer reformas en sus viviendas, acerca de materiales, marcas, nuevos diseños, usos, aplicaciones, etc.
Publica además suplementos dedicados a temas concretos y llamados "Dossier para arquitectos y diseñadores".

SALON INTERIOR

117036, Moscú (Rusia)
Ul. Shvernika, 4
Tel: 7095 9334343
Fax: 7095 9375215
E mail: postmaster@salon.ru
www.salon.ru
Tirada: 70.000 ejemplares/mes

Una de las revistas más prestigiosas y veteranas (año 1994) en el mundo de la decoración y diseño de interiores. Pese a dirigirse al público general, recoge trabajos de los más prestigiosos arquitectos y diseñadores. La misma editorial de SALON INTERIOR publica otras revistas temáticas del mundo de la decoración:

"Ideas de su hogar", www.ivd.ru

(Идеи вашего дома), de talante más "práctico", dirigido a los que desean hacer reformas en su casa (tirada de 100.000 ejemplares/mes)

"4 Habitaciones" (Четыре комнаты), revista dedicada al diseño y estructuración de interiores, recogiendo consejos de diseñadores de interior (tirada de 30.000 ejemplares/mes)

SANTEKHNIKA – Sanitarios

123001 Moscú (Rusia)
Sadova-Kudrinskaya, 23, korp. 4
Tel: 095 254 15 21 / 109 00 63
E-mail: ark@umail.ru
www.sanotdel.ru

Catálogo de productos sanitario, grifería y accesorios. Reúne la información publicitaria de los productos proporcionada por los fabricantes, distribuidores y tiendas especializadas. Se edita desde 1999. Se edita 6 veces al año con una tirada de 25000 ejemplares.

INTERER I DIZAIN – ИНТЕРЬЕР И ДИЗАЙН (Interior y Diseño)

Edición 100% VANNIYE (Baños)
111250, Moscú (Rusia)
Ul. Krasnokazarmennaya, 12, a/ya 14
Tel: 095 361 99 27
Fax: 095 918 14 49
E-Mail: prnsrv@interovapress.ru

Revista de con mucha presencia de mueble en sus páginas. Su tirada es de 80.000 ejemplares al mes. Esta revista publica además, de manera periódica, especiales dedicados a temas concretos: Especial cocinas, Especial cuartos de baño, etc.

NOVIY DOM (Nuevo Hogar)

101000, Moscú (Rusia)
Starosadskiy Per., 5, str. 5
Tel: 095 925 14 34
Fax: 095 928 48 14
E-Mail: info@new-house.ru
www.new-house.ru

Otra publicación veterana (se publica desde 1994) dentro de las revistas de decoración en Rusia. Trata tanto diseño de interior, arquitectura y construcción, como de exteriores (jardinería). Ofrece además, servicios de asesoramiento en diseño de interiores y exteriores, e incluso ofrece cursos de formación en estas materias.

Cuenta con una tirada de 50.000 ejemplares al mes y unos 5.000 suscriptores. Salen 8 números al año.

POD KLYUCH - ПОД КЛЮЧ (bajo llave)

191002 San Petersburgo

Ul. Razezhaya, 9

Tel: (812) 325-3595.

Fax: (812) 315-4186

E-Mail: media@es.ru

www.es.ru

Revista de diseño interior. Con una tirada de 30.000 ejemplares (revista bimensual), se difunde principalmente en San Petersburgo y su región,

SOVREMENNY DOM – СОВРЕМЕННЫЙ ДОМ (casa moderna)

125167 Moscú

Leningradsky Prospekt, 47

Tel: 095 795 0232

E-Mail: mail@sovremdom.ru

www.sovremdom.ru

Revista de decoración y arquitectura, con proyectos de construcción para casas de campo y pisos (apartamentos). Incluye apartado de noticias acerca de arquitectura, consejos de especialistas en diseño interior, apartados sobre materiales, instrumentos...

La tirada es de 40.000 ejemplares y tiene 900 suscriptores. Su periodicidad es de 10 números al año. Posee suplementos y especiales de manera periódica acerca de temas concretos: proyectos, exterior, etc.)

KERAMIKA, PLITKA I VANNAYA KOMNATA – КЕРАМИКА, ПЛИТКА И ВАННАЯ КОМНАТА
(Cerámica, azulejo y cuarto de baño)

190000 San Petersburgo

Ul. Zheleznovodskaya, 3

Tel: 812 325 46 92

E-Mail: alruz@mail.ru

Una revista pionera en la temática de cerámica y azulejo. En la redacción colabora la italiana Faenza Editrice, lo cual ayuda a que el contenido y los temas tratados sean especialmente interesantes. Habla de novedades, técnicas, modelos, etc, en el mundo del azulejo. Sale mensualmente y su tirada es de 40.000 ejemplares.

DOM – ДОМ (CASA)

127018 Moscú
Ul. Polkovaya, 17
Tel: 095 289 52 55
E-mail: publishers_gefest@mtu-net.ru

Revista dedicada a las reformas del hogar y con una orientación muy práctica, puesto que se dedica en particular a consejos para las personas que se decidan a reformar ellos mismos. Se publica mensualmente y su tirada es de 70.000 ejemplares.

KRASIVYE DOMA – КРАСИВЫЕ ДОМА (casas hermosas)

Prosp. Mira, 101 of. 600
Tel: 095 540-4747
E-Mail: adv@houses.ru
www.houses.ru

La Editorial de Krasivye Doma publica además otras revistas dedicadas al mundo de la decoración y el diseño interior. Krasivye Doma sale 8 veces al año y tiene una tirada de 40.000 ejemplares, de los cuales a la venta al por menor se vende el 90% y el resto por suscripción. Krasivye Doma se dedica principalmente a las casas “exentas”, a todos los aspectos vinculados a las reformas, diseño, etc.

El resto de publicaciones de esta Casa Editorial son:

Krasivye Kvartiri, que sale 6 veces al año y se dedica a apartamentos.

Basseyny i Sauny (que describimos aparte, por dedicarse en exclusiva a decoración de baños)

Derevyanny Doma, Casas de madera, sale dos veces al año.

Dom i Sad, Casa y Jardín

100 proektov kottedzhey, publica en exclusiva proyectos (2 veces al año)

EVROSTROY – ЕВРОСТРОЙ (Construcción a la europea)

197101 San Petersburgo
Ul. Rentgena, 4
Tel: 812 234 57 33
E-Mail: evrostr@gskaudit.spb.ru

Revista dedicada a las tecnologías, instrumentos de construcción y reformas, así como a los materiales de acabado y construcción vinculados a ellos. Sale 5 veces al año y su tirada es de 30.000 ejemplares.

LUCHSHYE INTERERY – ЛУЧШИЕ ИНТЕРЬЕРЫ (Los mejores interiores)

193012 Moscú
B. Cherkassky Per., 2/10
Tel: 095 797 89 39
Fax: 095 924 60 40
E-Mail: best@warner.ru

Revista dedicada a los interiores de los espacios habitables. Habla de diseño, pero también de materiales y elementos de decoración relacionados con el interior de las viviendas. Su tirada aproximada es de 40.000 ejemplares al mes.

- ORIENTADAS A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR

SANTEKHNIKA

107031 Moscú
Rozhdestvenka, 11
Tel: 095 921 72 86
Fax: 095 921 80 48
E-mail: santechnika@abok.ru
www.abok.ru

Es la mejor revista especializada en los sistemas de suministro de agua, canalización, tubería y válvula para profesionales. Edición muy técnica, contiene artículos de construcción de sistemas de diferentes materiales, forum, resumen de seminarios temáticos. Se edita 6 veces al año con una tirada de 10.000 ejemplares.

ARKHITEKTURA. STROYTELSTVO.DIZAIN – АРХИТЕКТУРА.СТРОИТЕЛЬСТВО.ДИЗАЙН
(Arquitectura. Construcción. Diseño)

Moscú (Rusia)
101999 Moscú
Granatniy Pereulok, 3
Tel: 095 291 3753 / 43 46
Email: masa@co.ru

Esta revista antes se llamaba “Arquitectura en la URSS”, actualmente se edita por MASA, Unión de Arquitectos que agrupa a las de los países de la CEI. Se trata de una publicación que recoge las noticias más relevantes del sector de la construcción y arquitectura en los países de la Antigua URSS y es un medio de difusión de nuevos proyectos, tecnologías y materiales dentro del mundo de la construcción en la CEI.

Su tirada es de 10.000 ejemplares y tiene 1.000 suscriptores.

ARKHITEKTURA I STROITELSTVO ROSSII – АРХИТЕКТУРА И СТРОИТЕЛЬСТВО РОССИИ
(ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN EN RUSIA)

101000 Moscú (Rusia)
Ul. Myasnitskaya, 40, str. 6
Tel: 095 921 93 83

Revista mensual dedicada a la construcción, el urbanismo,, la arquitectura, de interior y exteriores (jardines, etc.), la ecología y el diseño. Incluye, de manera trimestral, un suplemento con noticias de arquitectura extranjera, urbanismo, etc. También tiene secciones de mueble. La tirada de la revista es de 5.000 ejemplares

Tiene un homólogo a nivel más local, Moscú, que a continuación describimos.

ARKHITEKTURA I STROITELSTVO MOSKVY – АРХИТЕКТУРА И СТРОИТЕЛЬСТВО МОСКВЫ (ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN EN RUSIA)

103009 Moscú
Voznesensky per., 20
Tel: 095 202 91 16
Fax: 095 299 63 08

Arquitectura y Construcción en Moscú, sale cada dos meses con una tirada de 5.000 ejemplares y suscripción de 370.

ARKHITEKTURNIK BESTNIK – АРХИТЕКТУРНИК ВЕСТНИК (Boletín de Arquitectura)

123056 Moscú (Rusia)
Ul. 2ya. Brestskaya, 5, com. 1015, 1016
Tel/Fax: 095 251 69 26
Email: archiv@aha.ru
www.uar.ru/av

Revista veterana en el panorama ruso (se publica desde 1992). Se dedica a las más diversas cuestiones dentro del mundo de la arquitectura tanto en Rusia como en el extranjero. Su tirada es de 2.500 ejemplares.

KAMEN & BIZNES – КАМЕНЬ & БИЗНЕС (Piedra y Negocios)

101000 Moscú, a/ya 761

Tel: 095 235 67 17 / 73 40

Email: atoll@dol.ru

Revista científico-técnica dedicada a especialistas en el ámbito de la extracción y transformación de la piedra natural, así como a la posterior transformación y elaboración de la misma con objeto de su uso en la construcción y la arquitectura.

PROEKT ROSSIYA – ПРОЕКТ РОССИЯ (Proyecto Rusia)

125047 Moscú (Rusia)

Triumfalnaya Ploschad, 1, ofis 904

Tel: 095 251 80 47, 232 39 70

Email: project_Russia@mtu-net.ru

Revista profesional de arquitectura, diseño y tecnologías de construcción. Su tirada es de 10.000 ejemplares y sale 4 veces al año.

FORMULA STROITELSTVA – ФОРМУЛА СТРОИТЕЛЬСТВА (Formula Construcción)

Moscú

Tikhoretskiy Bulvar, 1, str. 5

Tel: 095 785 34 90, 785 34 93

Revista dedicada a los problemas que rodean el mundo de la arquitectura y la construcción. Trata aspectos económicos, técnicos y legales. En cada número se presentan proyectos de inversión y técnicos, así como de materiales y equipamiento.

BASSEYNY I SAUNY – БАСЕЙНЫ И САУНЫ (Baños y Saunas)

129085 Moscú

Prosp. Mira, 101 of. 600

Tel: 095 287 83 81

E-Mail: adv@houses.ru

www.houses.ru

Como su propio nombre indica, es una revista consagrada a la decoración, técnica y equipamiento del cuarto de baño y las saunas. Se orienta a arquitectos, constructores y diseñadores. Salen 5 números al año con una tirada de 30.000 ejemplares.

TEKHNOLOGII STROYTELSTVA – ТЕХНОЛОГИИ СТРОИТЕЛЬСТВА (Tecnologías de la construcción)

103062 Moscú
Podsosensky per., 25
Tel: 095 917-2699
Fax: 095 917 21 45
E-mail: info@ard-center.ru
www.ard-center.ru

Revista especializada en trabajos y tecnologías de construcción, reforma y acabado. Su tirada es de 15.000 ejemplares y cuenta con 3.500 suscripciones. Es bimensual. Se publica desde 1998, pero está adquiriendo rápidamente una buena reputación en el mundo de arquitectos y diseñadores.

STROYTELNAYA GAZETA – СТРОИТЕЛЬНАЯ ГАЗЕТА (Revista de la construcción)

101973 Moscú
Furkasovsky Per., 12/5
Tel: 095 923 42 24

Se trata de una revista mensual de formato grande (A3) dedicada a todos los aspectos interesantes para los profesionales del sector de la construcción. La revista es muy antigua (fundada en el año 1924) y trata desde temas de política de construcción, colaboración internacional, forúms, aspectos científicos... hasta aspectos relacionados con materiales y tecnologías a nivel más práctico.

La tirada es casi completamente recibida por suscriptores (más de 20.000)

VI.2. BIBLIOGRAFÍA

COLLIERS INTERNATIONAL (2005): "Russia Real Estate Review". Colliers International. Moscú

INTERACTIVE RESEARCH GROUP (2005): "Economic Overview". Moscow. Enero 2005

GOSKOMSTAT (2004): Rossysky Statistichesky Ezhegodnik.. GOSKOMTAT ROSSII. Moscú.

GOSKOMTSAT (2005): Promyshlennost Rossii. GOSKOMTAT ROSSII. Moscú.

TEKHNologii STROITELSTVO (2002): "Poly iz Naturalnogo Kamnya". Tekhnologii stroitelstvo: <http://www.ard-center.ru>

STROYMARKET (2002): "Mirovoy Rynok Santekhniki". Stroymarket zhurnal, agosto 2002.

EUROPEAN CONSTRUCTION RESEARCH (2004): "Construction and Property in Russia 2003-2013". European Construction Research.

THAIN, G.UTOCHKIN,A. (2002): Russian Economic Overview. December 2002. Interactive Research Group: www.intrg.com

MARKETCENTER "Mercado de productos sanitarios en FR" (2004) www.marketcenter.ru

IG "REGION"; Análisis de mercado de materiales de construcción; Abril 2005 www.realtyinvest.ru