

PROVINCIA DE MISIONES

TITULO:

**Proyecto “Plan de Expansión de las Exportaciones de Té y Yerba
Mate en la Federación Rusa”**

Informe Final

Experto: Midelar S.A
Marzo 2012

INDICE

	Pág.
Resumen	4
Tendencias Principales del Desarrollo Económico y Social de Rusia en los años 2010-2011.Perspectivas para 2012-2014.....	6
1- Evaluación de Áreas Específicas de Comercialización	18
a. Zonificación por áreas económicas y de consumo del territorio ruso	
b. Elección de las principales zonas como objetivo prioritario	
c. Selección de las áreas fuera de Moscú y San Petesburgo	
d. Análisis de la estructura comercial de las nuevas zonas	
e. Vectores de consumo en zonas seleccionadas	
2. Proceso de Selección de las Areas fuera de Moscu-San Petesburgo. Prioridad del Estudio.....	54
a. Selección de 10 áreas prioritarias extra Moscú-San Petesburgo	
b. Estudio de tendencia de consumo de los productos promovidos	
c. Principales canales de abastecimiento de las zonas	
d. Estudio de precios y modalidades comerciales de las zonas	
e. Logística y abastecimiento: normas, modalidades	
f. Listado de centros de comercialización y de distribución de los productos en las áreas extra Moscú y San Petesburgo	
3. Estudio pormenorizado de zonas extra Moscú-S. Petersburgo	98
a. Análisis sobre centros comerciales, mayoristas, importadores de características comerciales y hábitos de compra, marcas, temporalidad de la demanda, precios, preferencias en los principales rubros.	
b. encuesta dirigida a importadores, centros comerciales, mayoristas sobre imagen y conocimiento del producto argentino.	
c. Estudios de costos aproximados y recomendaciones para la realización de campaña de difusión publicitaria del producto.	
d. Análisis sobre logística necesaria, distribución.	
e. Estudio sobre posibilidades y costos de manutención de depósitos con mercadería propia.	
4. Enumeración de las prácticas de comercio exterior más comunes....	168
a. Aspectos principales.	
b. Modalidades comerciales y financieras usuales.	
c. Listado de importadores de te y yerba mate.	
d. Medios y modalidades de pago usuales	
5. Enumeración de propuestas para el desarrollo de exportaciones combinando nuevas alternativas	191
a. Políticas de introducción de marcas.	
b. Políticas y evolución de precios.	
c. Publicidad.	
d. Posibilidades de acuerdos estratégicos con socios nacionales-regionales.	
e. Estudio sobre introducción de producto elaborados y/o semi elaborados.	
f. Costo de manutención de depósitos y centros de distribución propios.	

6. Análisis de la competencia actual.....	207
a. Países competidores	
b. Participación en el mercado	
c. Temporalidades	
d. Precios	
e. Logística	
7. Tendencias principales y perspectivas de crecimiento del mercado....	252
a. Proyecciones y evaluaciones sobre la demanda esperada a corto y mediano plazo	
b. Tendencias generales del mercado	
c. Crecimiento esperado	
d. Tendencias medioambientales	
e. Factores asociados a la decisión de compra	
8. Conclusiones y recomendaciones.....	265
a. Estrategias de penetración al mercado	
b. Proyecto de radicación de sede comercial – logística: costos, selección de lugares, características, personal.	
c. Principales aspectos del negocio a los cuales se debe prestar más atención y cuidado	
d. Importadores rusos: Listado de principales importadores	
e. Importaciones rusas por origen – volumen	
f. Ferias y exposiciones – detalles y recomendaciones para su participación.	
Resumiendo	286
Anexo.....	291

RESUMEN

El estudio se dedica a la descripción del plan de la expansión del té y de la yerba mate argentinos en Rusia. En principio se examinan las tendencias básicas del desarrollo social y económico de Rusia en los años 2010-2011, y también el pronóstico del desarrollo económico en los años 2012-2014, se presenta la característica territorial del mercado ruso según las zonas económicas y el nivel de consumo.

Tomando como base de análisis el desarrollo económico territorial de la Federación Rusa se seleccionan 10 Regiones prioritarias, más allá de los límites de Moscú y de San Petersburgo.

El primer módulo del estudio contiene el análisis de las tendencias de consumo en las Regiones seleccionadas, y también se examina la dinámica de las ventas de los productos alimenticios, particularmente, el consumo de té y yerba mate en función de la similitud de los canales de comercialización de este último con el té.

Las Regiones seleccionadas se caracterizan por: canales principales de entrega de la mercadería; el análisis de precios y de las perspectivas comerciales; ejemplos de la logística de entregas, incluyendo las redes de transporte; los canales de distribución de té y yerba mate, es decir, compañías de venta por mayor y comercios minoristas (el estudio contiene la lista de centros comerciales, de almacenes especializados, etc.).

Se analizaron las **siguientes cuestiones:**

Estudio pormenorizado de las zonas extra Moscú – San Petesburgo;

Análisis sobre la actividad de las grandes compañías rusas importadoras de té y yerba mate;

Las marcas comerciales de té e infusiones importadas que están presentes en el mercado ruso;

Volúmenes y costos de suministros de té y yerba mate que realizan los grandes importadores del producto.

El estudio contiene los resultados de las encuestas realizadas a las empresas mayoristas importadoras de té y centros comerciales. Las mismas abordaron cuestiones sobre la imagen del té/yerba mate argentinos y sus variedades, su percepción, el grado de conocimiento del producto argentino en el mercado, etc.

Asimismo se enumeran una serie de recomendaciones para la realización de campañas de introducción del producto argentino con el fin de dar a conocer las

cualidades de té y yerba mate argentinos al consumidor ruso y lograr un incremento de las ventas a ese mercado.

También se investigó sobre las posibilidades y costos de introducción, manutención y difusión de los productos argentinos y del lanzamiento de una marca comercial propia. Se indican los caminos más apropiados de la exportación de la mercadería en las regiones seleccionadas.

Los empresarios pueden encontrar las propuestas de desarrollo de la distribución en las regiones seleccionadas, en particular se habla de la política de promoción de un producto nuevo en los mercados de Rusia.

Además se examinan los siguientes temas:

- ⇒ las prácticas de comercio exterior más comunes;
- ⇒ organización del negocio de exportación/importación de té y mate argentinos;
- ⇒ posibilidades de invertir en el negocio;
- ⇒ enumeración de propuestas para el desarrollo de exportaciones combinando nuevas alternativas;
- ⇒ política de introducción de marcas propias;
- ⇒ políticas y evolución de precios;
- ⇒ posibilidades de acuerdos estratégicos;
- ⇒ introducción de productos elaborados y/o semielaborados.
- ⇒ Listado de los principales importadores rusos
- ⇒ Volúmenes de las importaciones rusas de yerba mate y té
- ⇒ Principales ferias y exposiciones

TENDENCIAS PRINCIPALES DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE RUSIA EN LOS AÑOS 2010-2011. PERSPECTIVAS PARA LOS AÑOS 2012-2014

La tendencia básica del desarrollo social y económico de Rusia en 2010 era la reconstrucción económica poscrisis. Al crecimiento de la economía contribuyeron: mejora en la situación de la economía mundial, demanda externa restablecida, aumento de los precios de las materias primas, restauración de los índices de mercado de valores, consolidación del balance de pagos. Junto con la demanda externa, la restauración de la demanda interna del consumidor y de inversión, estimulados por las medidas anti-crisis, introdujeron su contribución positiva en la renovación de la economía rusa.

La producción industrial creció en 2010 el 8.2%, incluyendo la industria manufacturera que creció hasta el 11.8%. El crecimiento renovado de economía en general y de la industria transformadora en particular era causado por un aumento de la demanda de inversión. El aumento de inversiones en el capital alcanzó en 2010 el 6.0% en comparación con 2009. Volumen del comercio minorista aumentó el 4.4%. Los cambios favorables en la economía permitieron preservar la dinámica positiva de los ingresos y mejorar la situación en el mercado de trabajo. En 2010 el aumento en los ingresos reales de la población compuso el 4.3%, los salarios aumentaron el 4.2% promedio. La cantidad de desempleados bajó hasta 5,6 millones de personas o hasta 7,5% de la población económicamente activa. Aunque las condiciones climáticas desfavorables y los incendios del verano 2010 complicaron la situación económica del país en el III trimestre, el aumento del PBI en 2010 era el 4%.

Mientras tanto la salida neta del capital foráneo del sector privado alcanzo 38,3 mil millones de dólares, siendo acelerado agudamente hacia los fines del año. Este fenómeno se puede explicar por razones del despeñamiento temporal del interés por parte de inversores extranjeros al respecto de los activos rusos.

Desde el agosto la inflación se aceleró debido a la sequía y mala cosecha que provocaron el crecimiento de precios de los alimentos. La inflación en 2010 llegó al nivel del 8,8%.

El proceso de recuperación poscrisis de la economía rusa fue continuado en el año 2011. El PBI casi recuperó su nivel de antes de la crisis. Otros indicadores económicos, como por ejemplo el volumen de producción industrial, los gastos de consumidor, los datos de exportaciones e importaciones de bienes, también superaron los índices del

año 2008. La situación en el mercado del trabajo está mejorando notablemente. Los aumentos salariales demuestran la dinámica positiva.

Tabla 1. Indicadores principales del desarrollo de la economía rusa (en % al mismo período del año anterior).

	2009	2010	2010	2011
			I.VIII	I.VIII
PBI	92,2	104,0	104,1	104,0
El índice de precios al consumidor	108,8	108,8	105,4	104,7
El índice de la producción industrial	90,7	108,2	109,2	105,4
El índice de la producción de la industria transformadora	84,8	111,8	113,0	107,6
El índice de la producción de productos de la agricultura	101,4	88,1	92,3	109,6
Las inversiones en el capital	83,8	106,0	102,1	104,1
Volúmenes de trabajo en el sector de la construcción	86,8	99,4	94,9	106,2
Puesta en explotación de casas habitables	93,5	97,0	95,6	99,8
Ingresos dinerarios reales disponibles de la población	102,1	104,3	105,4	99,3
Salario real	96,5	104,2	105,0	102,3
Volumen de comercio minorista	95,1	104,4	105,7	105,8
Volumen de servicios pagables a la población	97,5	101,4	100,9	103,3
Exportación, millardos de dolares	303,4	398,0	253,2	335,4
Importación, millardos de dolares	191,8	248,8	148,7	205,0
Precio medio de petróleo Urals, dólares/barril	61,1	78,2	75,7	109,2

Fuente: Ministerio de desarrollo económico de FR, www.economy.gov.ru

En agosto de 2011 la reactivación poscrisis de la economía rusa fue continuada. Según los datos del Ministerio de Desarrollo Económico, el crecimiento se produjo gracias a la dinámica positiva en los sectores de industria y comercio con la alta contribución de la importación a la satisfacción de la demanda interna.

Gracias al aumento de los ingresos reales de la población, fue consolidado el crecimiento de la demanda de consumo. En enero-agosto de 2011 el volumen de comercio minorista aumentó el 5,8% en comparación con el período análogo de 2010.

El aumento de volumen de ventas continúa basado en la reducción del estándar de los ahorros (depósitos) de la población y en el crecimiento de los créditos al consumidor, que tiene un efecto positivo en la estructura del surtido de la venta de alimentos y artículos no alimenticios en los comercios minoristas.

En el periodo de enero-agosto de 2011 el volumen de comercio minorista de los artículos no comestibles creció en comparación con el mismo período de 2010 el 10,1%, entretanto el volumen del comercio minorista de los productos alimenticios, incluyendo las bebidas, creció el 1,5% en comparación con el mismo período de 2010. El comercio minorista de Rusia esta formado principalmente por las empresas comerciales y los cuentapropistas. Su parte en la estructura del volumen de comercio minorista alcanza al 88,7% y cada año está creciendo. Lo restante corresponde a los vendedores en las ferias.

En el mismo tiempo el volumen de las ventas en las ferias sigue disminuyendo, su parte en el volumen del comercio minorista en enero-agosto de 2011 bajó hasta el 11.3%.

Tabla 2. Tipo de cambio medio del rublo al dólar (\$) y euro (€).

	2010		2011
	I-VIII	Año	I-VIII
Tipo de cambio rublo-dólar (promedio durante el periodo), rublos por dólar	30,18	30,37	28,55
Índice de apreciación real del rublo frente al dólar (tomando en cuenta la inflación en los E.E.U.U.)	103,0	104,0	108,5
Tipo de cambio rublo-euro (promedio durante el periodo), rublos por euro	39,78	40,30	40,26
Índice de apreciación real del rublo frente al euro (tomando en cuenta la inflación en la Zona de euro)	116,7	100,0	116,7

Fuente: Ministerio de desarrollo económico de FR, www.economy.gov.ru

El volumen del comercio exterior según los resultados de 2010 se ha aumentado en 30,6 % en comparación con 2009 y alcanzó 646,8 mil millones de dólares. Además la exportación ha crecido el 31,2 %, la importación – el 29,7 %. Las exportaciones tenían 61,5 %, y las importaciones – 38,5 % en el volumen total de comercio.

La activación gradual de la economía mundial y el mejoramiento de las condiciones del comercio contribuían al aumento de la exportación rusa. La reconstitución de los volúmenes de coste de la importación se explica por el crecimiento de la economía rusa, el aumento de los ingresos reales de la población y la apreciación real de la divisa rusa (rublo).

En 2010 la exportación de las mercancías, según las estimaciones, ha crecido en comparación con 2009 hasta 398,0 mil millones de dólares.

El aumento de las divisas por exportaciones en 2010 en comparación con 2009 está vinculado no sólo con el crecimiento de los precios de las mercancías básicas de la exportación rusa, sino también con el aumento del 11,9 % de los volúmenes exportados.

La importación de las mercancías en 2010, según las estimaciones, ha crecido en comparación con 2009 hasta 248,8 mil millones de dólares. Vinculado a la reactivación económica y al incremento de precios.

Tabla 3. Comercio exterior de la Federación de Rusia, 2009-2010, en millardos de dólares, en comparación con el año anterior

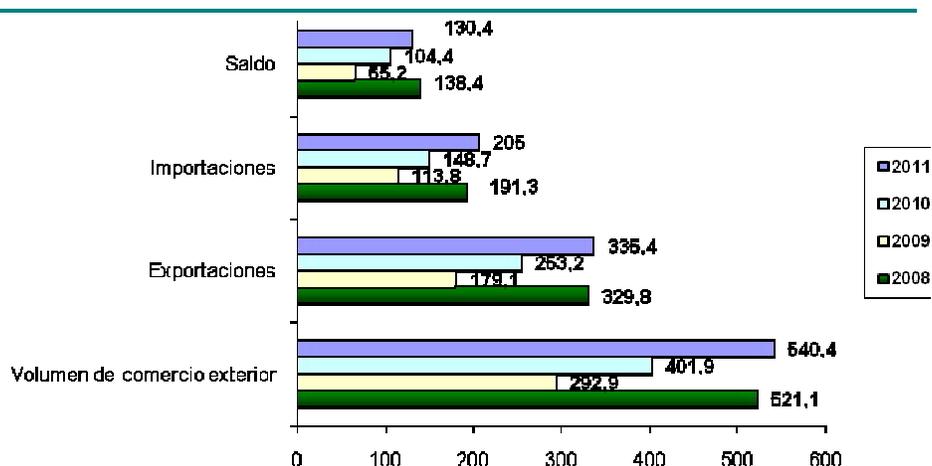
	enero–diciembre de 2009			enero–diciembre de 2010		
	Total	Incluyendo los países		Total	Incluyendo los países	
		No miembros de la CEI	Miembros de la CEI		No miembros de la CEI	Miembros de la CEI
Volumen del comercio exterior	495,2	423,0	72,2	646,8	549,6	97,2
<i>Tasas de crecimiento en %</i>	64,9	64,7	65,6	130,6	129,9	134,6
Exportación	303,4	255,3	48,1	398,0	336,2	61,8
<i>Tasas de crecimiento en %</i>	64,3	63,7	67,6	131,2	131,7	128,5
Importación	191,8	167,7	24,1	248,8	213,5	35,3
<i>Tasas de crecimiento en %</i>	65,7	66,3	61,8	129,7	127,3	146,8
Saldo	111,6	87,5	24,0	149,2	122,7	26,5
<i>Tasas de crecimiento en %</i>	62,1	59,3	74,7	133,7	140,2	110,2

Fuente: Ministerio de desarrollo económico de FR, www.economy.gov.ru

El volumen del comercio exterior en enero-agosto de 2011 ha aumentado en comparación al mismo período de 2010 en 34,4 % y alcanzó 540,4 mil millones de dólares, además la exportación ha crecido el 32,5 %, la importación – el 37,8 %.

El saldo del comercio exterior de Rusia se ha conservado positivo y ha crecido el 24,9 % en comparación con enero-agosto 2010.

Gráfico 1. Comercio exterior de FR en enero-agosto de 2008-2011, en millardos de dólares



Fuente: Ministerio de desarrollo económico de FR, www.economy.gov.ru

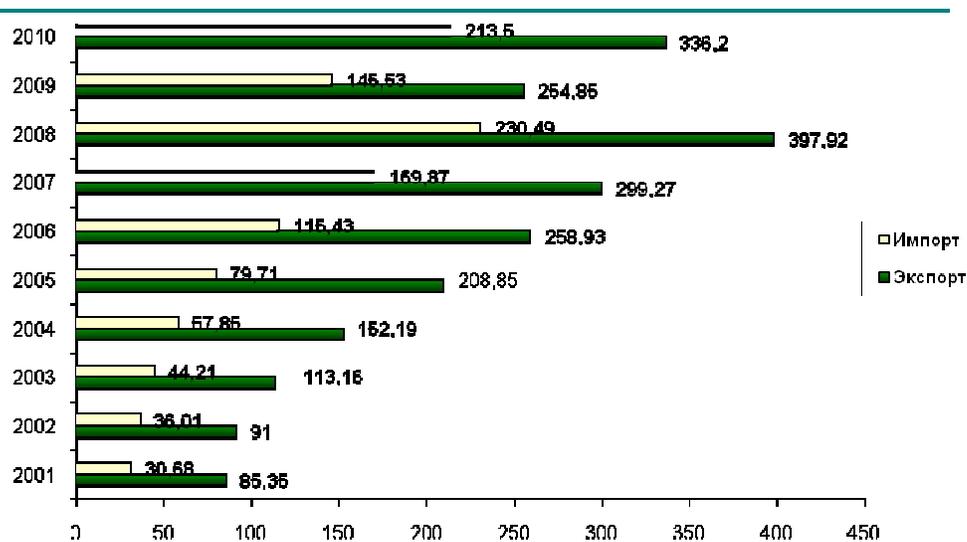
En agosto de 2011 en los mercados mundiales de bienes se observaba la tendencia negativa, por el conjunto de los acontecimientos económicos y políticos en los EEUU y Europa, provocados por el descenso del *rating* de los EEUU y la crisis de deuda en los países de la Unión Europea.

La inestabilidad que se conserva en los Países Arabes tiende a mantener el nivel elevado de los precios de petróleo. Sin embargo, tomando en cuenta los altos riesgos de la demora del crecimiento de la economía mundial y el descenso de los pronósticos de la demanda del petróleo, la posibilidad de la reducción de los precios es bastante grande.

La estructura geográfica del comercio de Rusia. La mayoría del comercio es con los países *no miembros* de la CEI (86 %). El 50 % del volumen total de comercio exterior de Rusia es con los países miembros de la UE. Alemania, Países Bajos e Italia son los socios principales.

Los países de la Región Asia-Pacífico son otro grupo importante. Por el volumen del comercio exterior con Rusia ellos ocupan el segundo lugar, y su peso específico según los resultados de 2010 se ha aumentado hasta el 23 % (21 % en 2009). Los socios comerciales más importantes son China, los EEUU, Japón y República Corea.

Gráfico 2. Comercio exterior de FR con países no miembros de la CEI, en millardos de dólares



Fuente: Servicio Estatal de Estadística, www.gks.ru

Según las apreciaciones de expertos, crecerá **la importancia de los países de América Latina** en las relaciones económicas externas de Rusia.

Por un lado, estos países disponen de los recursos naturales diversos que son de interés para las compañías rusas.

Por otro lado, varios países latinoamericanos se desarrollan a los ritmos rápidos, crece su necesidad de la importación de la maquinaria, las tecnologías modernas, las materias primas industriales, los fertilizantes, los pertrechos.

El desarrollo de economía exterior de la mayoría de los estados de la región supone la diversificación de la exportación y la ampliación de los mercados de venta, ante todo a expensas de los países que poseen un alto potencial económico (los EEUU, la UE, la República Popular China, Rusia, India), también la atracción activa de las inversiones extranjeras.

Con algunos países de la América Latina, por ejemplo con **Argentina y Brasil**, Rusia tiene el saldo negativo en el comercio.

Las posibilidades de la ampliación de la cooperación con los países de la América Latina están vinculadas al desarrollo de la exportación rusa de las altas tecnologías y los artículos del destino militar, también a la cooperación industrial con el recuento del potencial económico productivo visiblemente aumentado de esta región.

Los países latinoamericanos conservarán las posiciones de liderazgo en el mercado

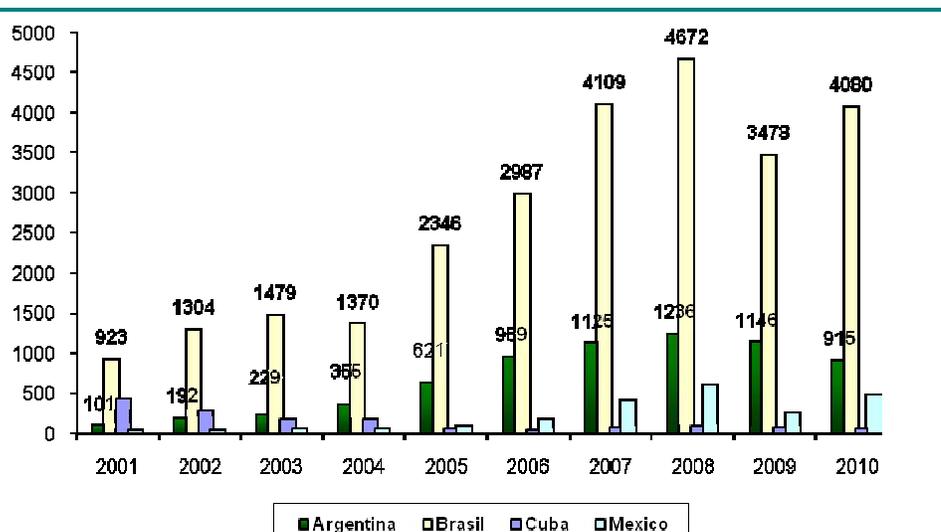
ruso de la carne y de los productos de la agricultura tropical.

Brasil como el país principal de América Latina desde el punto de vista del potencial económico, de recursos y de potencial humano será el socio comercial mayor de Rusia en esta región.

Según los resultados de 2010 Brasil ocupa el lugar 25 en lo que se refiere al volumen de comercio (su parte es 0,9 %), 34 lugar en la exportación y 15 lugar en la importación en el comercio exterior de Rusia.

Según Servicio Federal de Aduanas de Rusia, en enero-junio de 2011 el volumen de comercio ruso-brasileño se ha aumentado en comparación con el período análogo de 2010 el 26,3 % y ha logrado 3,7 mil millones de dólares. La exportación rusa ha crecido el 10,6 % hasta 0,7 mil millones de dólares, la importación se ha aumentado el 30,9 % hasta 3 mil millones de dólares.

Gráfico 3. Importaciones rusas de algunos países de América Latina, millones de dólares



Fuente: Servicio Estatal de Estadística, www.gks.ru

En el período pronosticado **Argentina** conservará el estatus de uno de los socios comerciales clave de Rusia en la región de Latinoamérica. Según el Servicio Federal de Aduanas de Rusia, en el primer semestre del año 2011 el volumen de comercio ruso-argentino ha crecido el 66,6 % en comparación con el período análogo 2010 y ha logrado 0,9 mil millones de dólares. Significa en el comercio exterior de Rusia el 0,2 % (lugar 49).

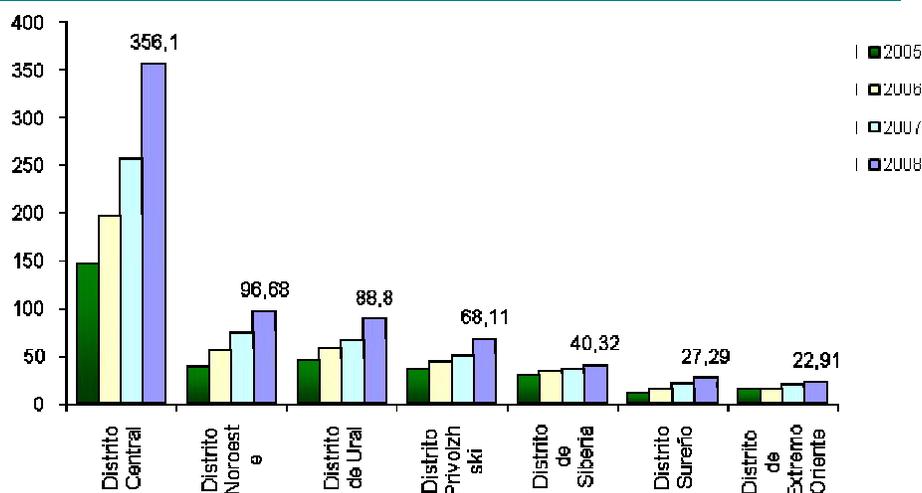
La dinámica positiva observada permite suponer que según los resultados de 2011 el volumen del comercio ruso-argentino alcanzará el nivel de antes de la crisis - unos 2 mil millones de dólares. Según las estimaciones de los expertos, la realización de gran número de los proyectos comunes puede jugar el papel importante en el desarrollo de la interacción comercial y de inversiones entre Rusia y Argentina.

En la estructura de la exportación de Rusia en enero-julio de 2011 en comparación con el período análogo 2010 se observa el aumento de las maquinarias y los medios de transporte (de 3,5 % hasta 4,4 %), los productos energéticos y combustibles (de 71,6 % hasta 73 %).

Al mismo tiempo se ha reducido los valores de los artículos alimenticios y las materias primas de agricultura (de 2,2 % hasta 1,2 %), los metales y sus manufacturas (de 10,7 % hasta 9,2 %), la madera y los productos de celulosa y papel (de 2,4 % hasta 2,1 %).

Las importaciones de Rusia en enero-julio de 2011 en comparación con el mismo período del 2010 han los artículos alimenticios y las materias primas de agricultura (de 16,7 % hasta 15,1 %), los productos de la industria química y el caucho (de 18,2 % hasta 16,6 %), los tejidos, los productos textiles y el calzado (de 6,6 % hasta 5,6 %), al mismo tiempo se ha aumentado la parte de la maquinaria y los medios de transporte (de 44,3 % hasta 49 %).

Gráfico 4. Ranking de los Distritos Federales por volumen del comercio exterior, en millardos de dólares



Fuente: Servicio Estatal de Estadística, www.gks.ru

Según el Servicio Estatal de Estadística, en 2008, por el volumen de comercio exterior (los suministros de exportación-importación a la expresión de coste) entre los Distritos Federales el líder era el Distrito Federal Central (356,1 mil millones de dólares).

El volumen del comercio exterior anual del Distrito Federal Noroeste y el Distrito Federal de Urales se ha acercado al nivel de 100 mil millones de dólares.

Según la estimación del Ministerio del Desarrollo Económico de la Federación Rusa, el volumen de comercio minorista en el período 2012 - 2014 crecerá prácticamente en todas las regiones de la Federación Rusa por el aumento del consumo.

El desarrollo de los centros comerciales minoristas de tamaño grande y medio pertenecientes a cadenas comerciales internacionales, federales y regionales será el factor importante del aumento de los volúmenes del comercio al por menor en las regiones del sur y del Cáucaso del Norte en el período pronosticado. El volumen del comercio promedio per cápita al fin del período pronosticado será más grande en los siguientes distritos y regiones de la Federación Rusa:

Repúblicas Bashkortostán (158,8 miles de rublos) y Komi (158,1),

Regiones de Krasnodar (163,5), de Sajalín (207,8), de Sverdlovsk (206,2), de Moscú (198,5) y de Tiumen (159,6), ciudades de Moscú (296,5) y de San Petersburgo (173,8 miles de rublos).

Según el pronóstico oficial del desarrollo socioeconómico de la Federación de Rusia en 2012 y en el periodo de 2013-2014, el crecimiento del PBI está estimado dentro de los límites de 3,7 % - 4,6 %. Según las estimaciones, la demanda interior determinará la dinámica de la economía a lo largo de todo período pronosticado y en expresión real se aumentará en los años 2012-2013 hasta 5,2-5,8 % por un año.

Tabla 4. Indicadores principales del desarrollo de la economía rusa hasta 2014 (en % al período correspondiente del año anterior)

Indicador	2010 (balance)	2011 (est.)	Pronóstico		
			2012	2013	2014
PBI	4,0	4,1	3,7	4,0	4,6
El índice de los precios al consumidor	8,8	6,5-7,0	5-6	4,5-5,5	4-5
La producción industrial	8,2	4,8	3,4	3,9	4,2
La producción agrícola	-11,9	13,7	1,4	2,2	2,4
Las inversiones en el capital	6,0	6,0	7,8	7,1	7,2
Ingresos dinerarios reales disponibles de población	4,2	1,5	5,0	4,8	5,3
Salario real	5,2	3,6	5,1	5,8	6,3
Volumen de comercio minorista	6,3	5,3	5,5	5,3	5,5
Exportación, millardos de dolares	400,4	527,5	533,1	535,9	565,3
Importación, millardos de dolares	248,7	340,0	397,4	444,6	486,1
Precio medio de petróleo Urals, dólares/barril	78,2	108	100	97	101

Fuente: Ministerio de desarrollo económico de FR, www.economy.gov.ru

La contribución básica al crecimiento de la economía será aportada por el alza de los gastos de consumo de la población. El crecimiento del consumo estará determinado en primer lugar por la reactivación del consumo de las economías domésticas.

Tabla 5. Dinámica de la demanda exterior e interior, pronóstico para los años 2012-2014 (en % al año anterior)

	2009	2010	2011	Pronóstico		
				2012	2013	2014
PBI	-7,9	4,0	4,1	3,9	4,5	4,6
Demanda interior ^{*)}	-14,1	6,8	8,5	5,2	5,8	5,6
Importación	-30,4	20,1	23,7	7,0	7,8	7,5
Producción interior	-8,9	3,0	3,9	4,6	5,2	4,9
Demanda exterior (exportación)	-4,8	6,6	4,6	1,8	2,3	3,6
Estructura de las fuentes de reembolso de incremento (disminución) de demanda interior:	100	100	100	100	100	100

	2009	2010	2011	Pronóstico		
				2012	2013	2014
Importación	51,9	65	64,3	30,3	29,7	33,7
Producción interior	48,1	35	35,7	69,7	70,3	66,3

*) En precios del año anterior

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico de FR, www.economy.gov.ru

Por las estimaciones del Ministerio del Desarrollo Económico de la Federación Rusa, en el periodo de 2011-2013 el crecimiento de la importación será vinculado principalmente con el crecimiento de la demanda por los bienes de inversión (maquinaria, etc.) y las mercancías del consumo intermedio.

Conforme al pronóstico moderadamente optimista, en 2012 el PBI se restablecerá hasta el nivel de 2008 gracias a la renovación del crecimiento económico en el periodo 2010-2011, y ya en 2013 el PIB será el 8 % más alto del nivel precedente a la crisis.

Tabla 6. Estructura del PBI, pronóstico para los años 2012-2014 (Pronóstico optimista moderado), %

Indicador	2009	2010	2011	Pronóstico		
				2012	2013	2014
PBI	100	100	100	100	100	100
Consumo final	74,1	69,6	67,1	68,5	70,2	70,5
Privado	53,5	50,1	48,4	49,3	50,1	50,0
Público	20	19,0	18,2	18,8	19,6	20,0
Ahorro global	18,6	22,3	25,0	27	27,7	28,0
Ahorro del capital	21,3	21,4	20,7	21,8	22,7	23,4
Cambio de reservas	-2,7	0,9	4,4	5,2	5,0	4,7
Exportación neta	7,3	8,1	7,9	4,5	2,1	1,5
Exportación de bienes y servicios	27,5	29,3	30,3	28,2	26,6	26,4
Importación de bienes y servicios	20,1	21,2	22,4	23,8	24,5	24,9

Fuente: Ministerio de desarrollo económico de FR, www.economy.gov.ru

En 2011-2013 Ministerio de Desarrollo Económico de FR pronostica **las tasas moderadas de crecimiento de los ingresos reales de la población.**

El crecimiento del salario real en el sector privado corresponderá en general al crecimiento del rendimiento del trabajo a diferencia de la situación de los años

precedentes a la crisis, cuando el crecimiento del sueldo superaba considerablemente el crecimiento de productividad del trabajo. Según pronóstico moderadamente optimista, el salario real crecerá al ritmo del 3,5-4,7% en 2011-2013.

En 2010-2011 se prevé un **crecimiento de los precios de los productos alimenticios** debido al aumento de la demanda.

Tabla 7. Estructura de aumento de los precios al consumidor hasta 2013, en %

Indicador	Aumento de los precios, %				
	2009	2010	2011	2012	2013
Inflación	8,8	7-8	6-7	5-6	4,5-5,5
Los productos alimenticios	6,1	12-12,5	7,7-8,2	5,4-5,6	4,5-4,7
Los productos no comestibles	9,7	4,2-4,4	4,1-4,3	4,2-4,4	4,2-4,5
Servicios pagables	11,6	7,9-8	7,7-7,9	7,6-7,8	7,3-7,5

Fuente: Ministerio de desarrollo económico de FR, www.economy.gov.ru

Los factores claves que determinan la dinámica del desarrollo del sector alimenticio en los años 2011-2013 son:

- reconstitución de la demanda de los artículos alimenticios hasta el nivel antes de la crisis;
- ampliación de las posibilidades de crédito y de la actividad inversora;
- la aplicación de las tecnologías de innovación y la modernización del parque de maquinaria de la industria transformadora.

En la perspectiva a mediano plazo la dinámica de venta de los productos alimenticios acompañará la tendencia general del desarrollo económico del país.

Crecerán los volúmenes del consumo y de la venta de los siguientes productos:

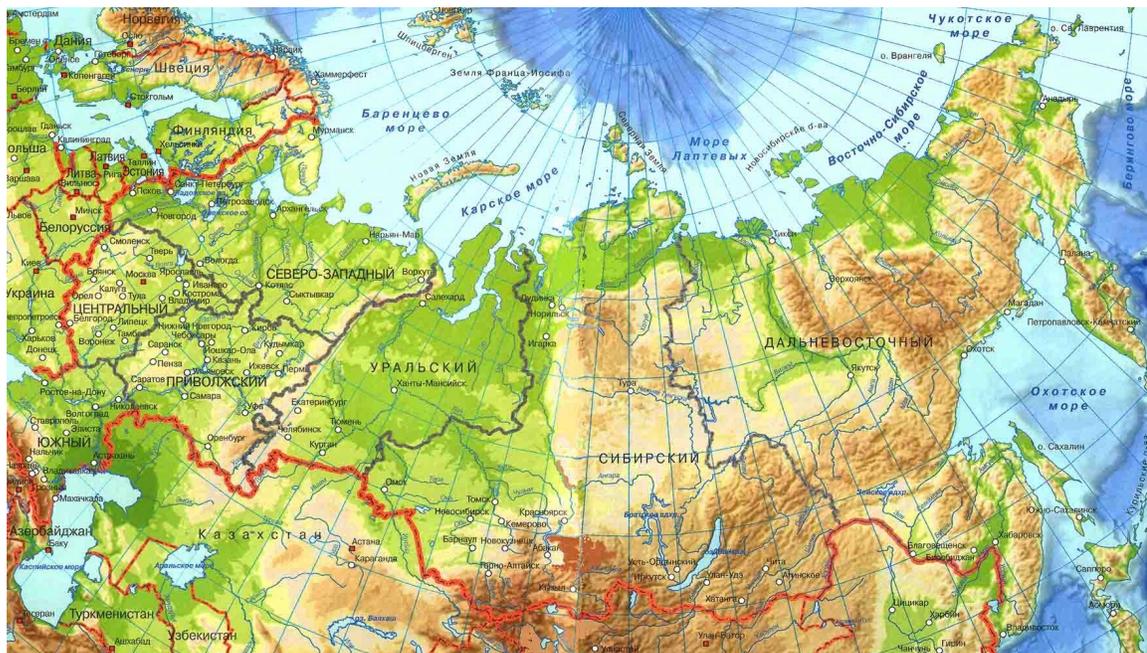
- carne y los productos derivados de la carne,
- aceites vegetales,
- productos lácteos,
- quesos,
- hortalizas frescas y las frutas,
- bebidas sin alcohol
- infusiones

Se mantendrán los niveles de gastos en productos alimenticios de la canasta básica.

Te – es uno de esos productos que siempre gozan de alta demanda.

1-Evaluación de áreas específicas de comercialización

Gráfico 5. Mapa de la Federación de Rusia



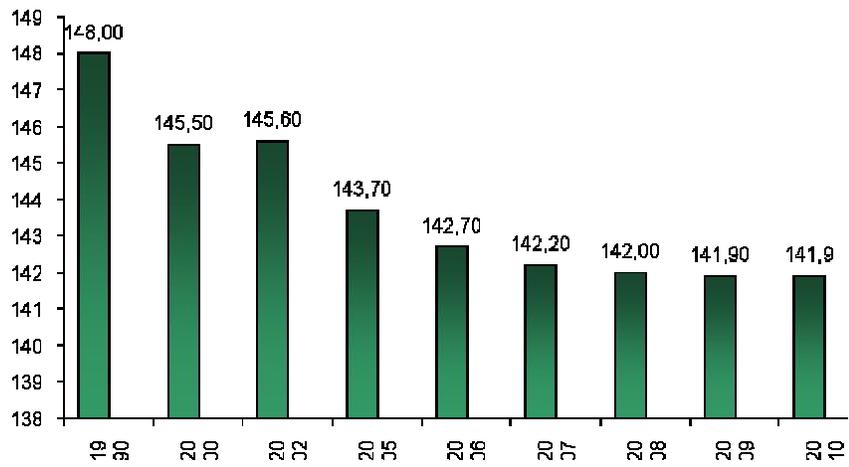
- Zonificación por áreas económicas y de consumo del territorio ruso
- Elección de las principales zonas como objetivo prioritario
- Selección de las áreas fuera de Moscú y San Petesburgo
- Análisis de la estructura comercial de las nuevas zonas
- Vectores de consumo en zonas seleccionadas

Para realizar esta zonificación se ha tenido en cuenta entre otros indicadores o vectores: la población, el nivel de consumo y de ingreso per cápita, nivel de comercio minorista en cada una de las ciudades que componen los siguientes Distritos Federales.

Nombres de los Distritos Federales y sus abreviaturas:

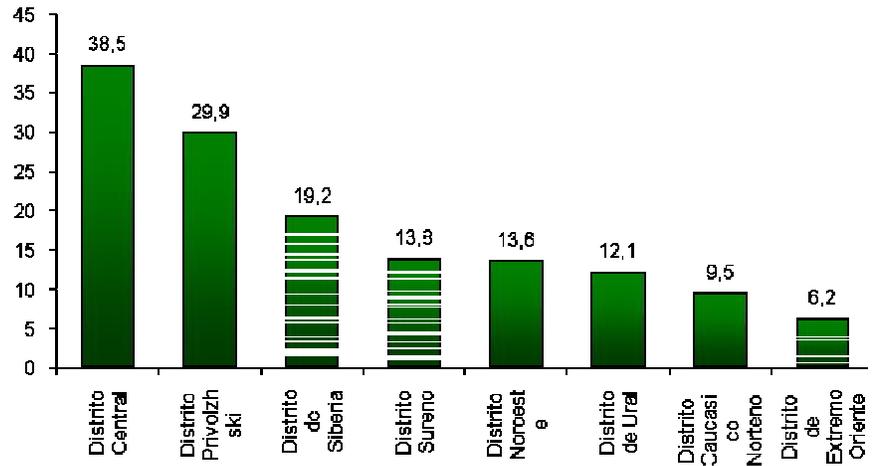
Nombre de Distrito	Abreviatura
Distrito Federal Central	DFC
Distrito Federal Noroeste	DFNE
Distrito Federal Sureño	DFS
Distrito Federal Caucásico Norteño	DFCN
Distrito Federal Privolzhsky	DFP
Distrito Federal de Urales	DFUr
Distrito Federal de Siberia	DFdeS
Distrito Federal de Extremo Oriente	DFEO

Gráfico 6. Dinámica del crecimiento de población, millones de habitantes



Fuente: Servicio Estatal de Estadística

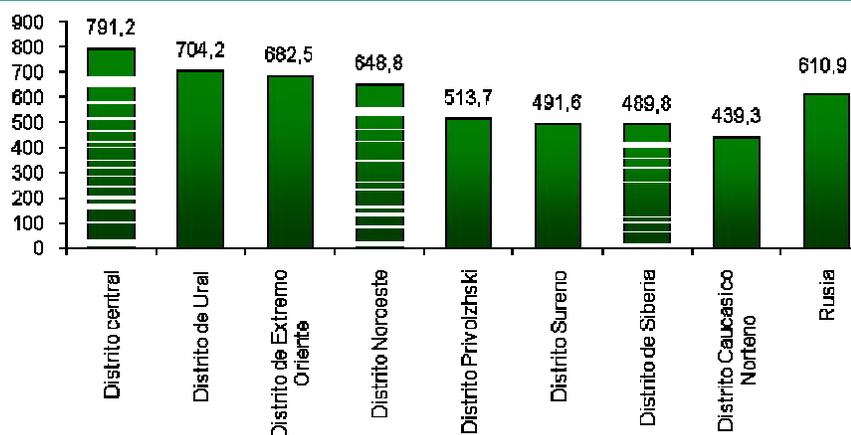
Gráfico 7. Ranking de Distritos Federales según la cantidad de habitantes, millones de personas*



* - el 1 de enero de 2011.

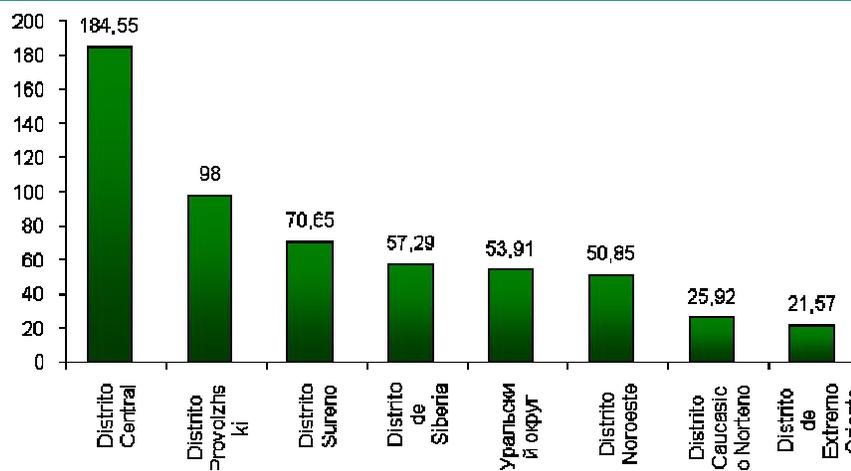
Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Gráfico 8. Ranking de Distritos Federales según el nivel de ingresos per cápita, en dólares, 2010.



Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Gráfico 9. Ranking de Distritos Federales según el volumen de comercio minorista, 2010, en millardos de dólares



Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Distrito Federal Central - DFC

Indicadores macroeconómicos del DFC

Tabla 8. Datos principales del DFC, 1 de enero de 2011.

Indicador	2011 (millones de habitantes)
Población del DFC	38,5
Población urbana	31,3
Población rural	7,2
Cantidad de Regiones (Sujetos de FR)	18
Cantidad de ciudades	308

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 9. Ciudades más grandes del DFC, 1 de enero de 2011, miles de habitantes

Ciudad	Miles de habitantes
Moscú	11 552
Voronezh	976
Yaroslavl	607
Ryazan	525
Tula	501
Lipetsk	508
Bryansk	416
Ivanovo	409
Tver	404
Kursk	413
Belgorod	356
Vladimir	346
Kaluga	339
Smolensk	327
Orel	318
Tambov	280
Kostroma	270

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Nivel de ingresos de población

Nivel de ingresos per cápita media de los habitantes del DFC está por arriba de otros distritos de Rusia. La prosperidad financiera se asegura, principalmente, debido al alto nivel del bienestar de los habitantes de Moscú y de Región de Moscú.

La diferencia en el nivel del desarrollo económico de la capital del DFC y de una cantidad de las Regiones del Distrito obliga a hablar sobre la marcada diferencia social y económica muy fuerte dentro de esta area.

Tabla 10. Ingresos mensuales promedios per cápita en el DFC, 2010, en rublos

Región	Rublos
Moscú	42 592
Región de Moscú	22 200
Región de Kaluga	15 237
Región de Belgorod	16 621
Región de Lipetsk	15 736
Región de Tambov	13 602
Región de Kursk	14 631
Región de Tver	13 836
Región de Voronezh	12 718
Región de Yaroslavl	14 384
Región de Ryazan	13 325
Región de Smolensk	14 616
Región de Vladimir	12 509
Región de Briansk	13 216
Región de Tula	15 311
Región de Orel	12 898
Región de Kostroma	12 677
Región de Ivanovo	10 922

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Dinámica y estructura del comercio minorista

Alrededor de 50% del comercio minorista en DFC se concentra en Moscú. El volumen de comercio minorista de Moscú y de la Región de Moscú está cerca del 70% del volumen total de comercio minorista del DFC. Las Regiones de Vorónezh, Tver y Tula tienen los indicadores más elevados entre otras Regiones del DFC. Las Regiones de Kostromá, Ivánovo y Orel tienen los indicadores inferiores del área.

Las Regiones de Tula, Smolensk, Ivánovo, Orel, Briansk, Kaluga y Moscú demuestran los coeficientes de incremento más elevados del comercio por menor en 2010-2009.

Tabla 11. Volumen de comercio minorista del DFC, 2009-2010, mil millones de rublos.

Región	2010	2009	Cambio, %
DFC	5 604,7	5 238,0	+7
Moscú	2 882,4	2 698,9	+6,8
Región de Moscú	1 010,3	943,3	+7,1
Región de Voronezh	193,7	179,3	+8
Región de Tver	126,8	118,6	+6,9
Región de Tula	151,3	136,7	+10,7
Región de Belgorod	143,3	132,3	+8,3
Región de Lipetsk	117,7	110,1	+6,9
Región de Yaroslavl	104,8	99,7	+5,1
Región de Kaluga	97,1	90,3	+7,5
Región de Kursk	96,0	92,6	+3,7
Región de Tambov	98,3	94,4	+4,1
Región de Briansk	108,8	101,4	+7,3
Región de Smolensk	101,8	90,8	+12,1
Región de Ryazan	97,0	93,9	+3,2
Región de Vladimir	95,9	90,4	+6,1
Región de Orel	62,2	56,7	+9,7
Región de Ivanovo	70,5	63,3	+11,4
Región de Kostroma	46,3	43,3	+7,0

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Los volúmenes del comercio minorista per cápita en Moscú son 1.8 veces más altos que el valor medio del DFC.

Las Regiones de Moscú, Smolensk, Lípetsk, Tula son los líderes del DFC por el volumen promedio per cápita del comercio minorista. Los índices más bajos están fijados en las Regiones de Ivánovo y Vladimir.

Al mismo tiempo las Regiones de Ivánovo, Smolensk y Tula demuestran los coeficientes de incremento del comercio minorista per cápita más elevados en el DFC (+19%).

El alto aumento del índice se observa también en las Regiones de Briansk, Orel y Kostromá.

Tabla 12. Volumen de comercio minorista per cápita del DFC, 2009-2010, en rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFC	150 998	132 558	+13
Moscú	272 877	239 898	+13
Región de Moscú	149 612	132 766	+12
Región de Tver	93 196	81 598	+14
Región de Kaluga	96 981	84 981	+14
Región de Smolensk	105 447	87 947	+19
Región de Lipetsk	101 697	89 975	+13
Región de Tambov	90 323	82 239	+9
Región de Kursk	83 601	75 467	+10
Región de Voronezh	85 667	74 441	+12
Región de Yaroslavl	80 257	71 238	+12
Región de Belgorod	93 654	82 217	+13
Región de Tula	98 242	82 324	+19
Región de Ryazan	84 269	76 756	+9
Región de Bryansk	84 203	72 374	+16
Región de Orel	76 631	65 835	+16
Región de Kostroma	67 333	58 441	+15
Región de Vladimir	67 119	59 697	+12
Región de Ivanovo	66 143	55 299	+19

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Moscú

Indicadores macroeconómicos

Territorio:

Moscú – 7, 0 mil km²

Región de Moscú - 41 mil km²

Tabla 13. Población. Moscú

	Población, miles de habitantes	%
Moscú	11 552	100
Población urbana	11 552	100

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 14. Población. Región de Moscú

	Población, miles de habitantes	%
Región de Moscú	7 104,0	100,0
Población urbana	5 690,4	80,0
Población rural	1 413,6	20,0
Ciudades más grandes		
Podolsk	183,1	2,6
Mitishchi	164,3	2,3
Liubertsy	158,2	2,2
Colomna	147,9	2,2

Fuente: Servicio Estatal de Estadística (Región de Moscú)

Tabla 15. Comercio minorista en Moscú y Región de Moscú, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen de comercio minorista, mil millones de rublos					
Moscú	1 818	2 040	2 365	2 527	2 882
Región de Moscú	495,5	660,7	887,4	940,4	1 010
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Moscú	175 712	196 798	226 319	239 898	272 877
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Moscú	29 802	35 489	34 207	41 891	42 592
Región de Moscú	10 798	14 481	19 870	20 754	22 200
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos					
Moscú	4 135	5 260	6 696	8 441	-

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, Servicio de estadística de Moscú, Ministerio de economía de la Región de Moscú

Los ingresos de la población de ambas Regiones demuestran la dinámica positiva constante. Según los datos de Servicio Estadístico de Moscú, los ingresos mensuales promedios per cápita en Moscú alcanzaron 42 592 rublos en 2010, que es hasta el 42% mayor que en 2006. Esto es aproximadamente tres veces más alto que el promedio en Rusia. Cerca de 10% habitantes más acomodados tienen los ingresos per cápita mensuales que abarcan 129 654 rublos (más de 4 mil dólares). 30% de moscovitas como mínimo (3 millones de habitantes) tienen ingresos de más de mil dólares por mes. Podemos decir que la desigualdad social no se reduce: los ingresos de 10% de moscovitas más ricos son 41 veces más altos que las rentas de los 10% de pobres.

Distrito Federal Noroeste - DFNE

Indicadores macroeconómicos del DFNE

Tabla 16. Datos principales del DFNE, 1 de enero de 2011.

Indicador	2011 (millones de habitantes)
Población del DFNE	13,5
Población urbana	11,3
Población rural	2,2
Cantidad de Regiones (objetos de FR)	11
Cantidad de ciudades	146

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 17. Ciudades más grandes del DFNE, 1 de enero de 2010, miles de habitantes

Ciudad	Miles de habitantes
San Petersburgo	4 868
Kaliningrad	432
Arjanguelsk	348
Murmansk	307
Cherepovets	313
Vologda	301
Petrozavodsk	270
Syktyvkar	236
Gran Nóvgorod	215
Pskov	203

Ciudad	Miles de habitantes
Severodvinsk	194

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Nivel de ingresos de población

Nivel de ingresos de la población del DFNE en su totalidad se excede el promedio del país (a la excepción de la Región de Pskov). El nivel superior de ingresos de DFNE se observa en el área norte y San Petersburgo.

Tabla 18. Ingresos mensuales promedios per cápita en el DFNE, 2010, en rublos

Región	Rublos
Distrito autónomo Nenetski	49 073
San Petersburgo	25 897
Región de Murmansk	23 253
República Komi	21 653
Provincia de Leningrado	15 265
Región de Kaliningrad	15 552
Región de Arjanguelsk	18 793
Región de Vologda	13 445
República Karelia	14 869
Región de Pskov	12 389
Región de Nóvgorod	15 163

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 19. Gastos mensuales promedios per cápita en el DFNE, 2010, en rublos

Región	Rublos
Distrito autónomo Nenetski	14 075
San Petersburgo	18 139
Región de Múrmansk	14 872
República Komi	14 075
Provincia de Leningrado	10 241
Región de Kaliningrad	10 644
Región de Arjanguelsk	11 377
Región de Vólogda	8 170
República Karelia	9 607
Región de Pskov	9 236
Región de Nóvgorod	10 733

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Dinámica y estructura del comercio minorista

El 44% del comercio minorista del DFNE está en San Petersburgo. El volumen común de comercio de San Petersburgo y de Provincia de Leningrado compone el 55% del volumen de comercio en el DFNE. Entre otras regiones del Distrito los índices más altos tienen las regiones de Arjanguelsk y Múrmansk y República Komi, los más bajos – las regiones de Pskov y de Nóvgorod. En 2010 los coeficientes de incremento más elevados del comercio minorista demuestran la región de Vologda y Provincia de Leningrado.

Tabla 20. Volumen de comercio minorista del DFNE, 2009-2010, mil de millones de rublos.

Región	2010	2009	Cambio, %
DFNE	1544,2	1465,1	+5,4
San Petersburgo	695,0	655,7	+6,0
República Komi	121,2	118,2	+2,5
Provincia de Leningrado	157,3	141,8	+10,9
Región de Arjanguelsk	120,2	116,4	+3,3
Región de Múrmansk	102,9	99,9	+3,0
Región de Vólogda	81,5	73,5	+10,9
Región de Kaliningrad	88,0	87,6	+0,5
República Karelia	59,8	56,8	+5,3
Región de Pskov	58,4	56,2	+3,9
Región de Nóvgorod	59,8	57,4	+4,1
Distrito autónomo Nenetski	4,9	4,7	+3,9

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

La República Komi y San Petersburgo, lideran el volumen del comercio minorista per cápita con índices muy superiores al promedio del DFNE. Los índices más bajos se registraron en las regiones de Vologda y de Pskov.

Tabla 21. Volumen de comercio minorista per cápita del DFNE, 2010-2009, rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFNE	114 919	102 314	+12
República Komi	127 479	117 287	+8
San Petersburgo	151 081	133 904	+12
Distrito autónomo Nenetski	116 556	105 634	+10
Región de Múrmansk	122 945	109 650	+12

Región	2010	2009	Cambio, %
República Karelia	87 437	77 918	+12
Región de Arjanguelsk	95 785	86 625	+11
Provincia de Leningrado	96 555	81 094	+19
Región de Kaliningrad	93 862	91 668	+2
Región de Pskov	84 861	76 161	+11
Región de Nóvgorod	93 329	84 384	+10
Región de Vólogda	67 121	57 257	+17

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 22. Volumen de comercio exterior del DFNE, 2010.

Región	Millones de dólares	Cambio, %
DFNE	76748,3	180,3
Distrito autónomo Nenetski	2344,7	31,9 paza.
San Petersburgo	36349,8	169,7
Región de Múrmansk	1989,9	137,3
República Komi	1280,4	148,0
Provincia de Leningrado	14525,5	184,3
Región de Kaliningrad	8596,5	в 2,1 paza
Región de Arjanguelsk	5709,6	в 2,0 paza.
Región de Vólogda	4022,6	в 2,0 paza.
República Karelia	1664,6	в 2,0 paza.
Región de Pskov	1138,4	в 2,6 paza.
Región de Nóvgorod	1471,0	в 2,0 paza.

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR

San Petersburgo y Provincia de Leningrado

Indicadores macroeconómicos

Territorio:

San Petersburgo – 1,4 mil km²

Provincia de Leningrado – 84,5 mil km²

Distancia entre Moscú y San Petersburgo – 867 km

Tabla 23. Población. San Petersburgo

	Población, miles de habitantes	%
San Petersburgo	4 868	100
Población urbana	4 868	100

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 24. Población. Provincia de Leningrado

	Población, miles de habitantes	%
Provincia de Leningrado	1 714	100
Población urbana	1 129	65
Población rural	585	35
Ciudades grandes		
Gatchina	90,5	5,3
Vyborg	80,1	4,7
Sosnoviy Bor	67,2	3,9
Tijvin	60,8	3,5
Kirishi	55,0	3,2

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 25. Comercio minorista de San Petersburgo e Provincia de Leningrado, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
San Petersburgo	438,9	491,6	550,6	605,7	685,1
Provincia de Leningrado	77,6	100,9	113,0	141,3	169,6
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
San Petersburgo	78 099	98 023	113 114	128 026	140 735
Provincia de Leningrado	48 248	61 275	74 246	82 439	114 702
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
San Petersburgo	13 477	16 038	18 444	22 133	24 636
Provincia de Leningrado	5 353	7 173	9 325	13 055	14 572
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos					
San Petersburgo	1017,09	1 119,7	1 431,8	1 473,3	-
Provincia de Leningrado	280	309,0	383,3	425,1	н/д

Fuente: Servicio Estatal de Estadística (San Petersburgo y Región de San Petersburgo), Administración de San Petersburgo y de Provincia de Leningrado)

Distrito Federal Sureño - DFS

Indicadores macroeconómicos del DFS

Tabla 26. Datos principales del DFS*, 1 de enero de 2011

Indicador	2011 (millones de habitantes)
Población del DFS	13,8
Población urbana	8,6
Población rural	5,2
Cantidad de Regiones (Sujetos de DFS)	6
Cantidad de ciudades	132

** 19 de enero de 2010 el Distrito Federal Caucásico Norteño - el DFCN (el centro – ciudad de Pyatigorsk) fue separado del DFS*

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 27. Ciudades más grandes del DFS, 1 de enero de 2010, miles de habitantes

Ciudad	Miles de habitantes
Rostov-na-Donu	1 090
Volgogrado	1 021
Krasnodar	745
Astrajan	520
Sochi	343
Volzhskiy	314
Taganrog	257
Novorossiysk	241
Shanty	240
Armavir	188
Volgodonsk	170
Novocherkassk	169

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Nivel de ingresos de la población

El nivel de vida de la población del DFS continúa siendo relativamente bajo. Los ingresos per cápita llegan al nivel del 80% del índice promedio del país. Dentro del Distrito se observa el desequilibrio significativo entre las regiones. Región de Krasnodar está bastante cerca del nivel promedio del país, al mismo tiempo que en la República Kalmukia los ingresos medios per cápita son casi tres veces menores que el promedio en Rusia.

Tabla 28. Ingresos mensuales promedios per cápita en del DFS, 2010, rublos

Región	Rublos
Región de Rostov	14 388
Región de Krasnodar	16 521
Región de Astrajan	14 599
Región de Volgogrado	13 998
República Adigueya	12 373
República Kalmukia	7 702

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Dinámica y estructura del comercio minorista

Los líderes indiscutibles del DFS según el volumen del comercio minorista son las Regiones de Krasnodar y Rostov.

Tabla 29. Volumen de comercio minorista del DFS, 2010-2009, mil millones de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFS	2 145,8	1 941,9	+10,5
Región de Krasnodar	608,1	552,3	+10,1
Región de Rostov	442,2	396,6	+11,5
Región de Volgogrado	216,3	201,6	+7,3
Región de Astrajan	97,1	83,9	+15,7
República Adigueya	35,7	31,4	+13,8
República Kalmukia	8,9	8,4	+6,3

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Los líderes por criterio de volumen del comercio minorista per cápita son Regiones de Krasnodar y Rostov, que tienen los índices superiores de los promedios del Distrito.

Rostov-na-Donu ocupa el tercer lugar entre ciudades con millones de habitantes de Rusia según los ingresos per cápita de la población.

Tabla 30. Volumen del comercio minorista en DFS, 2009-2010, rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFS	93 053	84 671	+9,9
Región de Rostov	102 643	93 652	+9,6
Región de Krasnodar	118 164	107 227	+10,2
Región de Volgogrado	85 664	77 735	+10,2
Región de Astrajan	90 646	83 391	+8,7
República Adigueya	78 583	70 987	+10,7
República Kalmukia	31 787	29 931	+6,2

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Región de Rostov

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 100,8 mil km²

Distancia a Moscú: 1226 km

Tabla 31. Población

	Población, miles de habitantes	%
Rostov-na-Donu	1 052	24
Región de Rostov	4 276	100
Población urbana	2 876	67
Población rural	1 400	33
Ciudades más grandes		
Taganrog	255,1	5,9
Shajty	245,2	5,7
Novocherkassk	176,7	4,1
Volgodonsk	169,1	3,9

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 32. Comercio minorista de la Región de Rostov, 2006-2010.

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Rostov-na-Donu	155,4	206,7	273,9	212,9	233,1
Región de Rostov	239,4	319,5	423,4	396,7	433,9
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Rostov-na-Donu	147 719	196 483	260 361	202 376	221 578
Región de Rostov	55 809	74 909	99 674	93 652	101 473
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Región de Rostov	7 541	9 630	12 161	12 890	14 388
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos					
	340,0	450,4	576,4	-	-

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, Administración de la Región de Rostov y de la ciudad Rostov-na-Donu

Distrito Federal Caucásico Norteño - DFCN

Indicadores macroeconómicos del DFCN

Tabla 33. Datos principales del DFCN, 1 de enero de 2011.

Indicador	2011 (millones de habitantes)
Población del DFCN	9,5
Población urbana	4,67
Población rural	4,8
Cantidad de Regiones (Sujetos de FR)	7

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 34. Ciudades más grandes del DFCN, 1 de enero de 2010, miles de habitantes

Ciudad	Miles de habitantes
Majachkala	577,9
Stavropol	400,5
Vladikavkaz	311,6
Grozniy	271,6
Nalchik	240,1
Pyatigorsk	142,5

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Nivel de ingresos de la población

Los ingresos más elevados en el Distrito tienen los habitantes de Daguestán y Osetia Norte. Muy por debajo del promedio del país están los ingresos de los habitantes de las Repúblicas Ingusetia y Karachaevo-Cherkesskaya.

Tabla 35. Ingresos mensuales promedios per cápita en el DFCN, 2010, rublos

Región	Rublos
República Osetia Norte	14 621
República Daguestán	15 115
República Karachaevo-Cherkesskaya	10 315
República Kabardino-Balkarskaya	11 309
República Ingusetia	9 748
Región de Stavropol	12 803
República Chechenskaya	sin datos

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Dinámica y estructura del comercio minorista

Tabla 36. Volumen del comercio minorista del DFCN, 2009-2010, mil millones de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFCN	787,2	720,9	+9,2
República Osetia Norte	56,1	44,7	+25,6
República Daguestán	292,7	275,1	+6,4
República Karachaevo-Cherkesskaya	25,8	25,3	+2,1
República Kabardino-Balkarskaya	65,9	54,9	+20
República Ingusetia	7,9	7,2	+9,4
Región de Stavropol	257,9	228,9	+12,7
República Chechenskaya	38,3	31,1	+23,3

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

República Daguestán y la Región de Stávropol son los líderes por el índice de volumen del comercio minorista con el 70% del total. El volumen más bajo se registra en la República Ingusetia.

Tabla 37. Volumen de comercio minorista per cápita del DFCN, 2009-2010, rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
República Osetia Norte	70 477	63 722	+10,6
República Daguestán	106 033	100 984	+5,0
República Karachaevo-Cherkesskaya	60 495	59 251	+2,1
República Kabardino-Balkarskaya	64 178	61 473	+4,4
República Ingusetia	15 926	14 131	+12,7
Región de Stavropol	95 159	84 511	+12,6
República Chechenskaya	33 472	24 849	+34,7

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Distrito Federal Privolzhsky - DFP

Indicadores macroeconómicos DFP

Tabla 38. Datos principales del DFP, 1 de enero de 2011.

Indicador	2011 (millones de habitantes)
Población del DFP	29,8
Población urbana	21,2
Población rural	8,6
Cantidad de Regiones (Sujetos de FR)	14
Cantidad de ciudades	197

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 139. Ciudades más grandes del DFP, 1 de enero de 2010, miles de habitantes

Ciudad	Miles de habitantes
Ciudad Nizni Nóvgorod	1 271
Samara	1 165
Kazan	1 143
Ufa	1 071
Perm	986
Saratov	837
Tolyatti	722
Izhevsk	628
Ulyanovsk	614
Orenburg	547
Penza	517
Nabekyzhnie Chelni	513
Kirov	473
Cheboksary	453
Saransk	297
Sterlitamak	273
Dzershinsk	244

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Nivel de ingresos de población

Los ingresos más elevados en este Distrito tienen los habitantes de las Regiones de Samara, Perm y de las Repúblicas Tartaristán y Bashkortostán. Muy por debajo del promedio del país están los ingresos de los habitantes de las Repúblicas Mari El, Mordovia, Chuvasia.

Tabla 40. Ingresos mensuales promedios per cápita en el DFP, 2010, en rublos

Región	Rublos
Región de Samara	19 691
Región de Perm	19 226
República Bashkortostán	17 805
República Tartaristán	18 027
Región de Nizni Nóvgorod	16 109
República Udmurtia	12 323
Región de Orenburg	13 526
Región de Penza	12 740
Región de Ulyanovsk	12 669
Región de Kirov	13 409
Región de Saratov	11 989
República Chuvashia	10 965
República Mordovia	10 889
República Mari El	10 204

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Dinámica y estructura del comercio minorista

Tabla 41. Volumen de comercio minorista del DFP, 2010-2009, millardos de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFP	2 976,5	2 667,4	+11,6
Región de Samara	422,2	388,5	+8,7
República Bashkortostán	512,1	458,9	+11,6
República Tartaristán	454,4	393,9	+15,3
Región de Perm	305,9	290,2	+5,4
Región de Nizni Nóvgorod	350,7	310,3	+13,0
Región de Saratov	181,0	163,5	+10,7
Región de Orenburg	157,7	136,5	+15,5
Región de Ulyanovsk	103,4	87,8	+17,8
República Udmurtia	110,3	98,1	+12,4
Región de Penza	112,8	102,9	+9,6
Región de Kirov	92,0	79,4	+15,9
República Chuvashia	81,9	72,6	+12,8
República Mordovia	48,4	44,9	+7,8

Región	2010	2009	Cambio, %
República Mari El	44,6	39,9	+11,8

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

La Región de Samara supera un 36% el volumen del comercio minorista per cápita promedio del DFP. El volumen más bajo se registra en la Región de Mordovia. Región de Uliyanovsk tiene el ritmo más elevado del crecimiento de este indicador.

Tabla 42. Volumen del comercio minorista per cápita del DFP, 2010-2009, millardos de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFP	92 947	88 521	+5,0
Región de Samara	126 195	122 519	+3,0
Región de Perm	105 572	107 289	-1,6
República Bashkortostán	118 194	112 996	+4,6
República Tartaristán	113 676	104 386	+8,9
Región de Nizni Nóvgorod	99 445	93 113	+6,8
Región de Ulyanovsk	74 051	67 442	+9,8
Región de Saratov	66 778	63 659	+4,9
Región de Penza	77 137	74 745	+3,2
Región de Orenburg	70 232	64 611	+8,7
República Udmurtia	66 924	64 227	+4,2
Región de Kirov	61 708	56 874	+8,5
República Chuvashia	60 116	56 767	+5,9
República Mari El	58 476	57 105	+2,4
República Mordovia	54 748	54 152	+1,1

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

República Tartaristán

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 67, 8 mil de km²

Distancia a Moscú: 797 km

Tabla 43. Población de la República Tartaristán

	Población, miles de habitantes	%
Kazán	1 143	30,2
República Tartaristán	3 787	100,0
Población urbana	2 856	75,0
Población rural	931	25,0
Ciudades mas grandes		
Nabeznie Chelni	513,2	13,6
Niznekamsk	234,1	6,2
Almetievsk	146,3	3,9

	Población, miles de habitantes	%
Zelenodolsk	97,7	0,03

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 44. Comercio minorista de República Tartaristán, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millones de rublos					
República Tartaristán	213,9	276,4	369,3	393,9	454,3
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
República Tartaristán	56 885	73 494	98 069	104 386	120 044
Kazán	100 915	130 180	185 246	197 658	227 900
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
República Tartaristán	9 369	11 577	14 180	15 858	18 027
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millones de rublos	605,9	757,4	923,2	-	-

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, *Administración de Kazán*

República Bashkortostán

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 143,6 mil de km²

Distancia a Moscú: 1357 km

Tabla 45. Población

	Población, miles de habitantes	%
República Bashkortostán	4071,9	100,0
Población urbana	2465,7	60,0
Población rural	1606,2	40,0
Ufa	1071	26,3
Ciudades grandes		
Sterlitamak	273,4	6,7
Salavat	156	3,8
Neftekamsk	133,6	3,3

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 46. Ventas por menor en República Bashkortostán, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Ufa	131,8	177,9	236,0	252,3	280,0
República Bashkortostán	239,1	323,4	428,9	458,9	512,1
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Ufa	123 265	166 901	221 144	236 182	263 579
República Bashkortostán	58 938	79 820	105 770	112 996	126 104
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Ufa	9 674	11 996	14 257	16 119	17 828
República Bashkortostán	8 909	11 079	14 253	16 096	17 805
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos					
Ufa	505,2	590,0	749,5	742,0	771,7

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, Ministerio de desarrollo económico (República Bashkortostán)

Región de Nizni Nóvgorod

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 76,9 mil de km²

Distancia a Moscú: 439 km

Tabla 47. Población

	Población, miles de habitantes	%
Nizni Nóvgorod	1 271	38,4
Región de Nizni Nóvgorod	3 307,6	100,0
Población urbana	2 611,2	79,0
Población rural	696,4	21,0
Ciudades grandes		
Dzerzinsk	240,8	7,3
Arzamas	106,4	3,2
Sarov	92,1	2,8

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 48. Ventas por menor en la Región de Nizni Nóvgorod, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
--	------	------	------	------	------

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Nizni Nóvgorod	116,3	159,0	219,7	198,1	204,8
Región de Nizni Nóvgorod	177,6	232,3	314,0	310,3	350,7
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Región de Nizni Nóvgorod	52 305	68 922	93 740	93 113	106 149
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Nizni Nóvgorod	12 855	15 812	18 974	21 441	23 800
Región de Nizni Nóvgorod	8 056	10 181	13 090	14 444	16 109
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos	376,2	473,3	597,9	H/d.	H/d.

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, Administración de Región de Nizni Nóvgorod

Región de Perm

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 160,6 mil de km²

Distancia a Moscú: 1 388 km

Tabla 49. Población

	Población, miles de habitantes	%
Perm	991,5	37,6
Región de Perm	2 634,1	100
Población urbana	1 975,3	74
Población rural	658,8	36
Ciudades grandes		
Berezniki	156,5	5,9
Solikamsk	97,2	3,7
Chaikovsky	82,9	3,1

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 50. Ventas por menor en la Región de Perm, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Perm	26,4	32,7	49,8	51,9	54,7
Región de Perm	178,0	220,4	278,3	290,2	305,9
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					

	2006	2007	2008	2009	2010
Perm	26 659	33 164	50 490	52 813	55 665
Región de Perm	64 985	80 896	102 553	107 289	116 131
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Región de Perm	10 982	13 481	16 119	17 572	19 226
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos	383,8	477,8	609,2	-	-

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, Administración de Perm

Distrito Federal de Urales - DFUr

Indicadores macroeconómicos de DFUr

Tabla 51. Datos principales del DFUr, 1 de enero de 2011

Indicador	2011, millones de habitantes
Población del DFUr	12,1
Población urbana	9,7
Población rural	2,4
Cantidad de Regiones (Sujetos de DFS)	6
Cantidad de ciudades	112

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

* Los índices de la densidad de la población en el distrito son muy heterogéneos: por ejemplo, en la Región autónoma Yamalo-Nenets - 0,7 personas al kilómetro cuadrado, en la Región de Cheliábinsk - 40,4.

Tabla 52. Ciudades más grandes del DFUr, 1 de enero de 2010, miles de habitantes

Ciudad	Miles de habitantes
Ekaterimburgo	1 375
Cheliábinsk	1 130
Tiumen	582
Magnitogorsk	410
Nizni Taguil	362
Kurgan	322
Surgut	308
Nizhnevartovsk	252
Zlatoust	189
Kamensk de Ural	179

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Nivel de ingresos de población

En la zona norte, donde hay extracción y producción de petróleo y gas se registra el nivel de ingresos más elevados de Rusia. Pero dentro del Distrito hay mucha diferencia entre los ingresos de varias zonas. Los indicadores de las regiones autónomas Yamalo-Nenets y Janti-Mansiisk son más elevados que el indicador promedio en el país, entretanto en la Región de Kurgán los índices promedios per cápita son 30% inferiores al promedio en Rusia.

Tabla 53. Ingresos mensuales promedios per cápita en el DFUr, 2010, en rublos

Región	Rublos
Región autónoma Yamalo-Nenets	39 442
Región autónoma Janti-Mansiisk	31 433
Región de Tiumen	27 639
Región de Sverdlovsk	21 909
Región de Cheliábinsk	16 689
Región de Kurgan	13 619

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Dinámica y estructura del comercio minorista

la Región de Sverdlovsk

El líder por el volumen total del comercio minorista es (alrededor del 40% del volumen total del DFUr). El Índice más bajo está en la Región de Kurgán.

Tabla 54. Volumen del comercio minorista del DFUr, 2010-2009, millardos de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFUr	1 637,3	1 510,7	+8,4
Región de Sverdlovsk	646,0	553,2	+16,8
Región de Cheliábinsk	373,4	348,3	+7,2
Región autónoma Janti-Mansiisk	265,7	270,5	-1,8
Región de Tuymen	534,4	530,6	+1,0
Región autónoma Yamalo-Nenets	92,3	97,3	-5,1
Región de Kurgán	83,5	78,7	+6,1

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 55. Volumen del comercio minorista per cápita del DFUr, 2010-2009, millardos de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFUr	125 617	123 154	+2,0

Región	2010	2009	Cambio, %
Región autónoma Yamalo-Nenets	160 875	178 552	-9,9
Región autónoma Janti-Mansiisk	161 169	176 914	-8,9
Región de Sverdlovsk	138 478	125 889	+10,0
Región de Tiumen	147 146	155 381	-5,3
Región de Chelíabinsk	100 066	99 272	+0,8
Región de Kurgán	82 875	82 873	0,0

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Región de Sverdlovsk

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 195 mil km²

Distancia a Moscú: 1 667 km

Tabla 56. Población

	Población, miles de habitantes	%
Región de Sverdlovsk	4 297	100
Población urbana	3 605	83,0
Población rural	692	16,0
Ekaterimburgo	1 375	31,9
Ciudades grandes		
Nizni Taguil	361,9	8,4
Kamensk de Ural	174,7	4,1
Pervouralsk	134,4	3,1

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 57. Ventas por menor en la Región de Sverdlovsk, 2006-2010.

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Ekaterimburgo	36,7	48,4	73,19	76,78	89,68
Región de Sverdlovsk	303,4	401,3	527,2	553,2	646,0
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Ekaterimburgo	26 989	35 760	53 670	56 300	65 702
Región de Sverdlovsk	68 875	91 251	119 954	125 889	146 912
De referencia: ingresos de la población, rublos					
Región de Sverdlovsk	11 012	14 243	17 171	19 244	21 909
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos					
	653,9	820,8	944,4		

Fuente: Servicio Estatal de Estadística (Administración de Región de Sverdlovsk), Administración de Ekaterimburgo

Región de Cheliábinsk

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 87,9 mil de km²; Distancia a Moscú: 2 600 km

Tabla 58. Población

	Población, miles de habitantes	%
Cheliábinsk	1 130	32,5
Región de Cheliábinsk	3 478	100,0
Población urbana	2 852	82,0
Población rural	692	18,0
Ciudades grandes		
Magnitogorsk	410	11,8
Zlatoust	187	5,4
Miass	152	4,4

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 59. Ventas por menor en la Región de Cheliábinsk, 2006-2010.

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Cheliábinsk	30,36	38,46	45,88	236,28	241,1
Región de Cheliábinsk	198,7	251,7	340,9	348,3	373,4

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Cheliábinsk	27 716	35 200	41 950	209 100	211 500
Región de Cheliábinsk	56 384	71 632	97 145	99 272	106 419
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Región de Cheliábinsk	8 613	10 637	14 028	15 044	16 689
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos	449,9	575,6	664,9		

Fuente: Servicio Estatal de Estadística (Región de Cheliábinsk), Administración de Cheliábinsk

El consumo de la ciudad de Cheliábinsk está caracterizado por la gran oferta de mercaderías y por la dinámica del desarrollo. El volumen del comercio minorista per cápita llegó en 2009 a los 209,1 miles de rublos. Este indicador excede no solo el promedio de la Región de Cheliábinsk sino también el promedio del DFUr y de Rusia en general.

Distrito Federal de Siberia - DFdeS

Indicadores macroeconómicos del DFdeS

Tabla 60. Datos principales del DFdeS, 1 de enero de 2011

Indicador	2011, millones de habitantes
Población del DFdeS	19,2
Población urbana	13,8
Población rural	5,4
Cantidad de Regiones (Sujetos de la FR)	12
Cantidad de ciudades	132

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 61. Ciudades más grandes del DFdeS, 1 de enero de 2010, miles de habitantes

Ciudad	Miles de habitantes
Novosibirsk	1 486
Omsk	1 154
Krasnoiarsk	979
Barnaul	613
Irkutsk	581
Novokuznetsk	564
Kemerovo	533

Ciudad	Miles de habitantes
Tomsk	535
Ulan-Ude	404
Chitá	325

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Nivel de ingresos de la población

Los habitantes de las Regiones de Krasnoiarsk y Novosibirsk tienen los ingresos más elevados en el DFdeS. Los ingresos de los habitantes de Tuvá y Jakasia son los 30-40% más bajos que el nivel promedio de Rusia.

Tabla 62. Ingresos mensuales promedios per cápita en el DFdeS, 2010, en rublos

Región	Rublos
DFdeS	14 989
Región de Krasnoiarsk	18 118
Región de Kemerovo	15 420
Región de Omsk	14 910
Región de Irkutsk	14 909
Región de Zabaikalie	14 112
Región de Novosibirsk	15 807
Región de Altái	13 404
República Buriatia	13 976
República Altái	13 404
República Jakasia	13 742
República Tuvá	11 077

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Dinámica y estructura del comercio minorista

Los volúmenes más elevados del comercio minorista tienen las Regiones de Novosibirsk, Krasnoiarsk, Kemerovo. En esta región el comercio minorista representa el 50% del volumen general del DFdeS.

Tabla 63. Volumen del comercio minorista del DFdeS, 2010-2009, millardos de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFdeS	1 739,8	1591,5	+9,3
Región de Kemerovo	253,7	234,2	+8,3
Región de Novosibirsk	308,9	278,4	+10,9
Región de Krasnoiarsk	303,9	279,1	+8,9
Región de Irkutsk	199,8	191,3	+4,4
Región de Altái	180,4	159,0	+13,4

Región	2010	2009	Cambio, %
Región de Omsk	182,7	167,7	+8,9
Región de Tomsk	82,5	75,6	+9,1
Región Zabaikalie	93,4	84,2	+10,9
República Buriatia	85,1	75,4	+12,9
República Jakasia	25,6	25,2	+1,6
República Tuvá	11,6	10,2	+13,7
República Altái	11,9	10,9	+9,2

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

El comercio minorista per cápita está liderado por las Regiones de Novosibirsk y Kemerovo. El Índice del comercio minorista per cápita más bajo está en las Repúblicas Buriatia y Tuvá.

Tabla 64. Volumen del comercio minorista per cápita del DFdeS, 2010-2009, rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFdeS	84 162	81 395	+3,4
Región de Novosibirsk	112 434	105 275	+6,8
Región de Kemerovo	84 936	83 026	+2,3
Región de Tomsk	74 409	72 665	+2,4
Región de Irkutsk	74 430	76 417	-2,6
Región de Krasnoiarsk	99 629	96 540	+3,2
Región de Omsk	86 669	83 336	+4
República Altái	53 556	51 895	+3,2
República Buriatia	82 720	78 333	+5,6
Región Zabaikalie	77 833	75 347	+3,3
Región de Altái	67 969	63 761	+6,6
República Jakasia	44 084	46 848	-5,9
República Tuvá	34 904	32 469	+7,5

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Región de Novosibirsk

Indicadores macroeconomicos

Territorio: 500 mil de km²

Distancia a Moscú: 3 191 km

Tabla 65. Población

	Población, miles de habitantes	%
Novosibirsk	1 486	55,7
Región de Novosibirsk	2 666	100,0
Población urbana	2 061	77,0
Población rural	605	23,0
Ciudades grandes		
Berdsk	97,3	3,6
Iskitim	60,1	2,2
Kuibishev	45,3	1,7

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 66. Ventas por menor en la Región de Novosibirsk, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Novosibirsk	120,2	145,3	184,5	189,1	209,7
Región de Novosibirsk	176,6	213,5	271,5	278,4	308,9
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Novosibirsk	80 617	97 788	124 386	127 247	141 117
Región de Novosibirsk	66 745	80 948	102 941	105 275	116 750
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Región de Novosibirsk	8 399	10 317	13 080	15 059	15 807
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos	296,1	365,5	460,1	-	-

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, Administración de Región de Novosibirsk, Departamento de economía y planificación

Region de Krasnoiarsk

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 2 339,7 mil de km²

Distancia a Moscú: 3 990 km

Tabla 67. Población

	Población, miles de habitantes	%
Krasnoiarsk	979,3	34,4
Región de Krasnoiarsk	2 829,1	100,0
Población urbana	2 161,5	76,0
Población rural	667,5	24,0
Ciudades grandes		
Norilsk	175,3	6,2
Achinsk	109,2	3,8
Kansk	94,2	3,3

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 68. Ventas por menor en la Región de Krasnoiarsk, 2006-2010.

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Krasnoiarsk	98,9	128,6	165,9	162,7	177,0
Región de Krasnoiarsk	162,5	213,7	276,0	279,2	303,9
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Krasnoiarsk	33 466	44 175	56 986	57 556	62 564
Región de Krasnoiarsk	56 050	73 880	95 504	96 540	105 035
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Región de Krasnoiarsk	9 640	12 654	15 605	16 570	18 118
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos	585,9	734,2	740,2	-	-

Fuente: Administración de Krasnoiarsk, Administración de Región de Krasnoiarsk

Región de Omsk

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 141,1 mil de km²

Distancia a Moscú: 2555 km

Tabla 69. Población

	Población, miles de habitantes	%
Omsk	1 154,3	58,4
Región de Omsk	1 976,3	100
Población urbana	1 412,8	72,0
Población rural	563,5	28,0
Ciudades grandes		
Tara	27,3	1,4
Isilkul	24,5	1,2
Kalachinsk	23,5	1,2

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 70. Ventas por menor en la Región de Omsk, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos					
Omsk	92,4	118,4	153,3	156,4	170,5
Región de Omsk	101,5	128,4	164,3	167,7	182,7
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos					
Omsk	40 547	51 495	66 120	128 675	140 127
Región de Omsk	50 004	63 487	81 518	83 336	90 753
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos					
Región de Omsk	8 993	11 318	13 626	13 814	14 910
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos					
	262,5	296,0	352,9	S/datos	S/Datos

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, Administración de Omsk

Distrito Federal de Extremo Oriente - DFEO

Indicadores macroeconómicos del DFEO

Tabla 71. Datos principales del DFEO, 1 de enero de 2011

Indicador	2011, millones de habitantes
Población de DFEO	6,3
Población urbana	4,7
Población rural	1,6
Cantidad de Regiones (Sujetos de la FR)	9
Cantidad de ciudades	132

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 72. Ciudades grandes del DFEO, 1 de enero de 2010, miles de habitantes

Ciudad	Miles de habitantes
Vladivostok	616,9
Jabarovsk	578
Komsomolsk-na-Amure	263,3
Yakutsk	268
Blagoveshchensk	219,8
Petropavlovsk Kamchatski	179
Yuzhno-Sajalinsk	174,8
Najodka	159,7
Ussuriisk	153,6

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Nivel de ingresos de la población

El nivel de ingresos de la población del DFEO no es uniforme. Los habitantes de la Región autónoma de Chukotka tienen el mayor nivel de ingreso mensual que excede 2 veces el promedio general de Rusia. Las regiones con ingresos más bajos son las Regiones de Amur, Primorie y Región autónoma Hebrea.

Pero debemos tomar en cuenta que el poder adquisitivo de la población en la región de Extremo Oriente disminuye por el nivel de precios general relativamente alto.

Por ejemplo, en el Distrito de Extremo Oriente se observa el nivel más elevado de mínimo vital entre otras regiones (Moscú incluyendo). El valor de la canasta básica mínima aquí es hasta el 30% más costosa que promedio en Rusia.

Tabla 73. Ingresos mensuales promedios per cápita en el DFEO, 2010, en rublos

Región	Rublos
Región autónoma Chukotka	32 044
Región de Sajalín	30 742
República Saja (Yakutia)	22 807
Región de Magadan	27 094
Región de Jabarovsk	22 545
Región de Kamchatka	27 883
Región Primorie	17 264
Región autónoma Hebrea	15 180
Región de Amur	14 058

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Dinámica y estructura del comercio minorista

En 2010-2009 el 30% del volumen total de comercio minorista del Distrito esta en la Región Primorie.

Tabla 74. Volumen del comercio minorista del DFEO, 2010-2009, millardos de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFEO	655,2	594,2	+10,3
Región Primorie	176,2	164,6	+7,0
Región de Jabarovsk	144,9	128,5	+12,8
República Saja (Yakutia)	109,1	100,2	+8,9
Región de Sajalín	89,7	79,2	+13,2
Región de Amur	66,9	59,5	+12,4
Región Kamchatka	33,1	30,6	+8,2
Región de Magadan	14,6	13,2	+10,6
Región autónoma Hebrea	14,7	13,4	+9,7
Región autónoma Chukotka	5,7	4,9	+16,3

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En 2010 la Región de Sajalín era el líder por el volumen del comercio minorista per cápita dejando atrás los índices medios del DFEO.

Tabla 75. Volumen del comercio minorista per cápita del DFEO, 2010-2009, millardos de rublos

Región	2010	2009	Cambio, %
DFEO	95 256	92 124	+3,4
Sajalínskaja Región	156 872	154 402	+1,6
República Saja (Yakutia)	109 365	105 565	+3,6
Región Kamchatka	90 677	89 249	+1,6
Región de Jabarovsk	97 420	91 733	+6,2
Región de Primorie	84 074	82 913	+1,4
Región de Magadan	84 424	81 412	+3,7
Región autónoma Chukotka	110 205	101 853	+8,2
Región autónoma Hebrea	73 556	72 469	+1,5
Región de Amur	73 107	68 969	+6,0

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Región de Primorie

Indicadores macroeconómicos

Territorio: 165,9 mil de km²

Distancia a Moscú: 9 302 km

Tabla 76. Población

	Población, miles de habitantes	%
Vladivostok	616,1	31,5
Región de Primorie	1 953,5	100,0
Población urbana	1 486,9	76,0

	Población, miles de habitantes	%
Población rural	466,5	24,0
Ciudades grandes		
Najodka	159,7	8,2
Ussuriisk	157,9	8,1
Artem	102,6	5,3

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 77. Ventas por menor en la Región de Primorie, 2006-2009

	2006	2007	2008	2009
Volumen del comercio minorista, millardos de rublos				
Región de Primorie	101,6	120,8	150,0	164,6
Volumen del comercio minorista per cápita, rublos				
Región de Primorie	50 468	60 393	75 310	82 913
De referencia: ingresos medios per cápita, rublos				
Región de Primorie	9 041	10 797	12 808	15 140
De referencia: Volumen del PBI de la Región, millardos de rublos	215,9	259,0	319,3	-

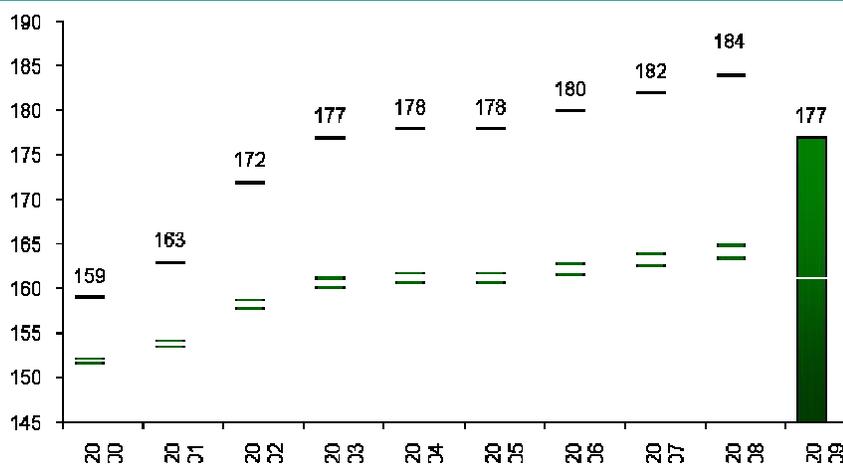
Fuente: Servicio Estatal de Estadística, Administración de Vladivostok

2. PROCESO DE SELECCIÓN DE LAS AREAS FUERA DE MOSCÚ-SAN PETESBURGO

PRIORIDAD DEL ESTUDIO

- a. Selección de 10 áreas prioritarias extra Moscú-San Petesburgo
- b. Estudio de tendencia de consumo de los productos promovidos
- c. Principales canales de abastecimiento de las zonas
- d. Estudio de precios y modalidades comerciales de las zonas
- e. Logística y abastecimiento: normas, modalidades
- f. Listado de centros de comercialización y de distribución de los productos en las áreas extra Moscú y San Petesburgo

Gráfico 10. Dinámica de ventas por menor de té en Rusia, miles de toneladas



Fuente: Servicio Estatal de Estadística

El té es un producto tradicional en Rusia que ocupa un lugar importante en la estructura de consumo de productos alimenticios.

El 96% de la población del país es consumidor de té. Desde el año 2000 el volumen de ventas en el mercado ruso de té crece a un ritmo constante.

En el año de 2008 el volumen de ventas de té al por menor en Rusia alcanzó 184 mil toneladas. En 2009 el volumen de ventas bajó el 3.8% hasta 177 mil toneladas por razones de la crisis económica mundial.

Se espera que durante los años siguientes los volúmenes de ventas de té sean gradualmente reducidos por **las siguientes razones:**

- 1. El mercado de té en Rusia está saturado.** Prácticamente toda la población de Rusia es consumidora de té. En los últimos años se observa una reducción gradual de la población de Rusia y, lógicamente, disminuye el número de consumidores de té. Por eso el aumento de las ventas debido a un crecimiento de la cantidad de los usuarios es poco probable.

2. El nivel del consumo de té puede apenas aumentarse debido a un aumento del **volumen medio de consumo por persona**. Entretanto el volumen medio de consumo de té per cápita puede gradualmente reducirse debido a un aumento del consumo de otras infusiones, particularmente el café y potencialmente la yerba mate.
3. El aumento del consumo de té en saquitos (envasado) lleva a la disminución del volumen total té per cápita.

La producción nacional de té en Rusia es insignificante. Según los datos estadísticas la misma significa menos del 1% del volumen total de materia prima utilizada en el país.

La industria local envasa el té negro importado, incluyendo el té con la adición de sabores artificiales. Según las valoraciones de expertos, el volumen total de producción de té en 2010 aumentó en comparación con 2009 solamente el 1.5%

En 2010 el volumen de ventas de té en Rusia fue **2559.5 millones de dólares**, que es **el 15.2%** más que en 2009. El crecimiento de las ventas en dólares está ligado al aumento de los precios de materia prima del té en el mercado mundial, por el crecimiento del segmento de té élite, y también por la popularidad creciente de los té especiales y no tradicionales, donde se podría ubicar a la yerba mate como infusión.

Las tendencias básicas en el mercado de té en Rusia en 2010 fueron:

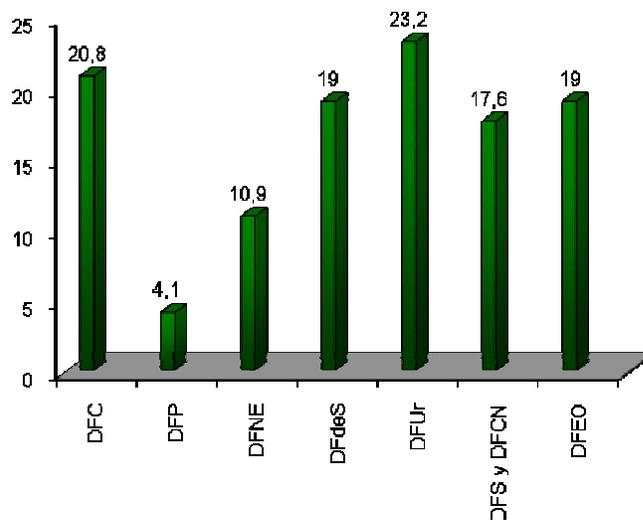
1. **Disminución del volumen de ventas (calculado en toneladas).**
2. **Aumento del precio al por menor y un aumento del volumen de ventas** en todas las regiones rusas en comparación con los índices de 2009.

En el **Distrito Federal Central** el volumen de ventas aumentó el **20.8%**, en el **Distrito Federal Noroeste** el mismo indicador tenía un aumento del **10,9%**, en los **Distritos Sureño y Caucásico Norteño** el crecimiento del volumen de ventas fue **17,6%**, en el **Distrito Privolzhsky** las ventas aumentaron el **4.1%**, en el Distrito de Urales – el **23,2%**, en los **Distritos de Siberia y de Extremo Oriente** el aumento de ventas en 2010 compuso el **19%**.

3. **Hay cambios importantes en las preferencias del consumidor que elige** las especies de té no tradicionales y té en saquitos.

4. En los últimos tiempos se agudizó la competencia entre **las marcas comerciales** de té.

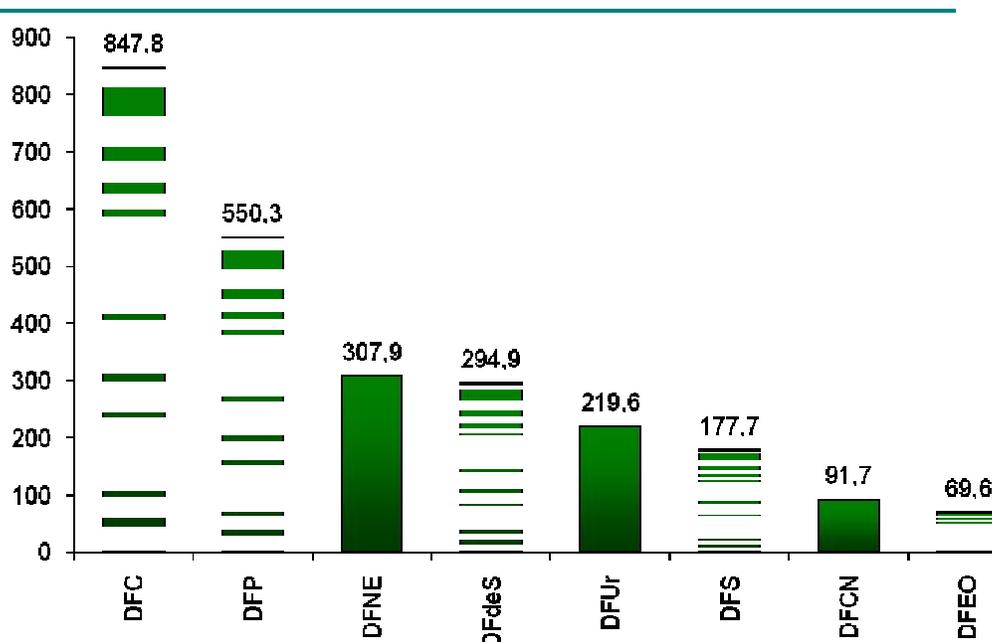
Gráfico 11. Dinámica del aumento de ventas de té en los Distritos Federales de Rusia en términos valorativos, 2009-2010, en %



Fuente: Servicio Estatal de Estadística

DFUr, DFC, DFdeS y DFEO demostraron el incremento más alto del volumen de ventas de té en 2010.

Gráfico 12. Ranking de Distritos Federales por ventas minoristas de té, 2010, millones de dólares



Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En esta sección del estudio, la selección de 10 regiones prioritarias para la expansión se realiza en base al volumen anual de ventas de té y sus derivados en los Distritos Federales y las Regiones del país.

Los mayores volúmenes de ventas de té en términos monetarios tienen lugar en **4 regiones rusas** distintas al DFC y DFNE (donde se encuentran los centros consumidores de Moscú y San Petersburgo):

Distrito Federal Privolzhsky – volumen de ventas de té en 2010 alcanzó 550,3 millones de dólares,

Distrito Federal de Siberia – volumen de ventas de té en 2010 alcanzó 294,9 millones de dólares,

Distrito Federal de Urales – volumen de ventas de té en 2010 alcanzó 219,6 millones de dólares,

Distrito Federal Sureño – volumen de ventas de té en 2010 alcanzó 177,7 millones de dólares.

Tabla 78. Ventas minoristas de té en el DFC, miles de rublos

	2009	2010
DFC	21306354	25749297
Región de Belgorod	592546	697255
Región de Bryansk	334795	443279
Región de Vladimir	272991	316020
Región de Voronezh	723764	1011695

Región de Ivanovo	401940	458845
Región de Kaluga	56016	114677
Región de Kostroma	186996	284113
Región de Kursk	279282	307280
Región de Lipetsk	392457	465618
Región de Moscú	2727651	3740547
Región de Orel	219920	283884
Región de Ryazan	298505	409567
Región de Smolensk	194632	228519
Región de Tambov	167643	227625
Región de Tver	229281	337831
Región de Tula	529699	639624
Región de Yaroslavl	510264	519067
Moscú	13187968	15263847

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 79. Ventas minoristas de té en el DFNE, miles de rublos

	2009	2010
DFNE	8428836	9351662
República Karelia	448019	493470
República Komi	672923	742763
Region de Arjanguelsk	732949	777714
Region autónoma Nenetskiy	33676	44537
Region de Vólogda	445118	509985
Region de Kaliningrad	199511	205400
Provincia de Leningrado	762423	894071
Region de Murmansk	341260	390887
Region Nizni Nóvgorod	330528	337103
Region de Pskov	491905	470368
San Petersburgo	4004200	4529901

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En el **Distrito Federal Sureño** las Regiones de Volgogrado y Krasnodar son los líderes por el volumen de ventas anuales de té y los derivados de té.

Tabla 80. Ventas minoristas de té en el DFS, miles de rublos

	2009	2010
DFS (hasta 2009)	6956159	
DFS (desde 2010)		5395649
República Adigueia	132189	164558
República Kalmukia	108355	108941

Region de Krasnodar	1678821	2052222
Region de Astrajan	278575	372982
Region de Volgogrado	1100593	1433024
Region de Rostov	1155957	1263921

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 81. Ventas minoristas de té en el DFCN, miles de rublos

	2009	2010
DFCN		2785578
República Daguestán	1330938	1524676
República Ingushetia	6844	6720
República Kabardino-Balkarskaya	88256	92287
República Karachaevo-Cherkesskaya	44401	48632
República Osetia Norte - Alania	102902	119640
República Chechenskaya	26814	29610
Región de Stavropol	901513	964012

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En el **Distrito Federal Privolzhsky** las Repúblicas Bashkortostán y Tartaristán y también las Regiones de Samara y Nizni Nóvgorod son los líderes de ventas anuales de té y sus derivados.

Tabla 82. Ventas minoristas de té en el DFP, miles de rublos

	2009	2010
DFP	16057442	16713024
República Bashkortostán	6599689	6240016
República Mari El	275421	303238
República Mordovia	115646	137654
República Tartaristán	1303562	1389857
República Udmurtia	475920	530080
República Chuvashia	459015	464733
Región de Perm	933115	1011595
Región de Kirov	354120	392934
Región de Nizni Nóvgorod	1231655	1394891
Región de Orenburg	442855	523584
Región de Penza	594953	670311
Región de Samara	1587795	1750435
Región de Saratov	1061087	1226974
Región de Ulyanovsk	622609	676721

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En el **Distrito Federal de Urales** las Regiones de Sverdlovsk y Tiumen son los líderes de ventas anuales de té y los productos de té.

Tabla 83. Ventas minoristas de té en el DFUr, miles de rublos

	2009	2010
DFUr	5412443	6668778
Región de Kurgán	389363	400519
Región de Sverdlovsk	2466465	3511266
Región de Tiumen	1723945	1837986
Región autónoma Janti-Mansiisk-Yugra	490923	519176
Región autónoma Yamalo-Nenetskiy	355206	404647
Región de Cheliábinsk	832670	919007

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En el **Distrito Federal de Siberia** las Regiones de Novosibirsk y Krasnoiarsk son los líderes de ventas anuales de té y sus derivados.

Tabla 84. Ventas minoristas de té en el DFdeS, miles de rublos

	2009	2010
DFdeS	7523869	8954904
República Altay	61693	87252
República Buryatia	545430	596559
República Tyvá	5798	7483
República Jakasia	71715	50151
Región de Altay	852786	962769
Región Zabaikalie	556562	598887
Región de Krasnoiarsk	861824	1523734
Región de Irkutsk	959309	1039717
Región de Kemerovo	1254999	1532110
Región de Novosibirsk	1580861	1705605
Región de Omsk	430153	479489
Región de Tomsk	342736	371146

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 85. Ventas minoristas de té en el DFEO, miles de rublos

	2009	2010
DFEO	1774434	2113487
República Saja (Yakutia)	661221	704280
Región de Kamchatka	167071	179113
Región de Primorie	307781	334452
Región de Jabarovsk	145576	264244

Región de Amur	110878	123820
Región de Magadan	53835	61588
Región de Sajalin	268125	381246
Región autónoma Hebrea	44596	49513
Región autónoma Chukotka	15350	15229

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 86. TOP-10 de Regiones líderes por volumen de ventas minoristas de té y los productos de té, 2008-2010, en miles de rublos

Región	Capital de la Región	2008	2009	2010	2010/2009 %
<i>Bashkortostán</i>	Ufa	4 970 946	6 599 689	6 240 016	-5,4
<i>Región de Sverdlovsk</i>	Ekaterimburgo	2 186 499	2 466 465	3 511 266	+ 42,4
<i>Región de Krasnodar</i>	Krasnodar	978 612	1 678 821	2 052 222	+22,2
<i>Región de Tiumen</i>	Tiumen	1 446 961	1 723 945	1 837 986	+6,6
<i>Región de Samara</i>	Samara	1 313 705	1 587 795	1 750 435	+10,2
<i>Región de Novosibirsk</i>	Novosibirsk	1 332 895	1 580 861	1 705 605	+7,9
<i>Región de Krasnoíarsk</i>	Krasnoíarsk	706 753	861 825	1 523 734	+76,8
<i>Región de Volgogrado</i>	Volgogrado	830 738	1 100 593	1 433 024	+30,2
<i>Región de Nizni Nóvgorod</i>	Nizni Nóvgorod	1 092 147	1 231 655	1 394 891	+13,2
<i>Tartaristán</i>	Kazán	967 604	1 303 562	1 389 857	+6,6

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Las Regiones que presentaron mayor potencialidad en función al crecimiento en volumens de venta (más del 20% 2009-2010) son:

Región de Krasnoíarsk con la ciudad central Krasnoíarsk,

Región de Sverdlovsk con la ciudad central Ekaterimburgo,

Región de Vologda con la ciudad central Vologda,

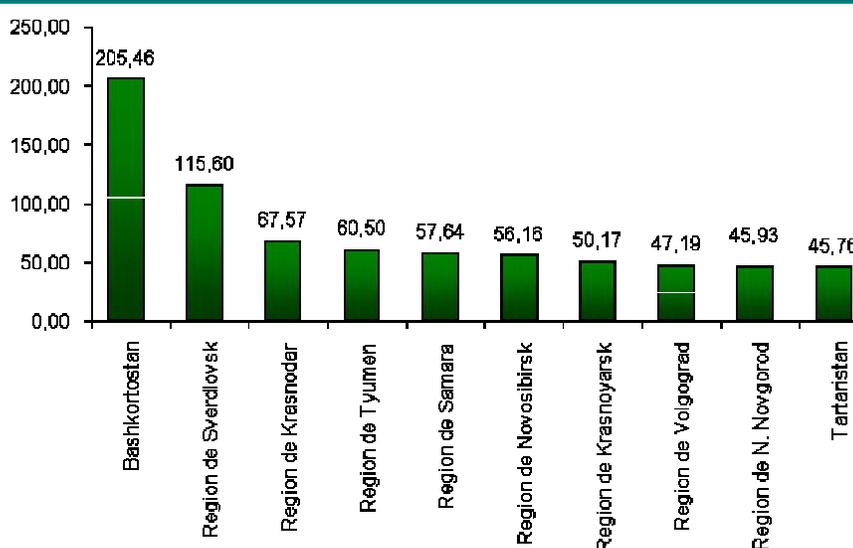
Región de Krasnodar con la ciudad central Krasnodar.

Todas las regiones de la lista TOP-10 demostraron una dinámica positiva entre los años 2008-2010, a excepción de la República Bashkortostán que demostró una pequeña desminución del volumen de ventas (-5,4%) al respecto de 2009.

Fuera de Moscú y San Petersburgo **Bashkortostán es el líder** por el volumen de ventas anuales de té y los sub productos de té. En 2010 este volumen era más de 205 millones de dólares. Entre las 10 Regiones seleccionadas **el segundo lugar ocupa la Región de Sverdlovsk** donde el volumen de ventas de té está por arriba de 115

millones de dólares. **El tercer lugar pertenece a la Región de Krasnodar** con más de 67 millones de dólares.

Gráfico 13. TOP-10 de Regiones por ventas minoristas de té, 2010, millones de dólares



Fuente: Servicio Estatal de Estadística

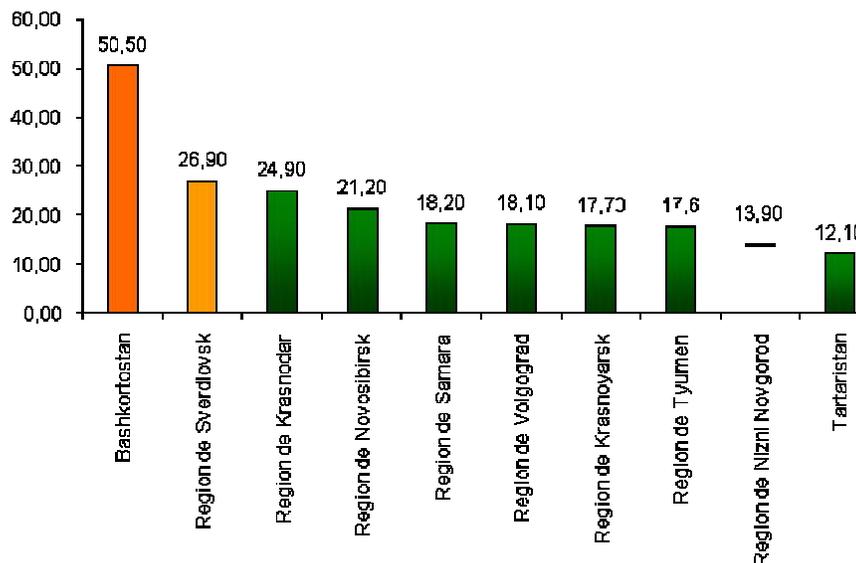
Tabla 87. TOP-10 de Regiones líderes por volumen de ventas minoristas de té y los productos de té en total y per cápita, 2010, en dólares

Región	Capital de la Región	Volumen de ventas	
		Total, Mil de \$	Per capita, \$
<i>Bashkortostán</i>	Ufa	205 466	50,5
<i>Región de Sverdlovsk</i>	Ekaterimburgo	115 616	26,9
<i>Región de Krasnodar</i>	Krasnodar	67 574	24,9
<i>Región de Tiumen</i>	Tiumen	60 520	17,6
<i>Región de Samara</i>	Samara	57 637	18,2
<i>Región de Novosibirsk</i>	Novosibirsk	56 161	21,2
<i>Región de Krasnoyarsk</i>	Krasnoyarsk	50 172	17,7
<i>Región de Volgogrado</i>	Volgogrado	47 186	18,1
<i>Región de Nizni Nóvgorod</i>	Nizni Nóvgorod	45 930	13,9
<i>Tartaristán</i>	Kazán	45 764	12,1

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Los líderes por el índice de volumen del comercio minorista de té y los productos de té per cápita son la **República Bashkortostán** y las **Regiones de Krasnodar y Sverdlovsk**. En Bashkortostán el gasto per cápita anual en consumo de infusiones es de 50,5 dólares, en la Región de Sverdlovsk – alrededor de 27 dólares por persona, en la Región de Krasnodar – alrededor de 25 dólares por persona. En el cuarto lugar en el nivel de consumo de té per cápita se encuentra la Región de Novosibirsk (21 dólares/persona), el quinto y sexto lugar están las Regiones de Samara y Volgda (18 dólares/persona).

Gráfico 14. TOP-10 de las Regiones por ventas de té per cápita, 2010, en dólares



Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Las preferencias de consumidores de té

Según la opinión de los expertos, el mercado de té en Rusia está saturado o casi saturado. Los productores intentan aumentar las ventas proponiendo el surtido de los té originales o exóticos. La mayor parte de las grandes compañías apuntan sus estrategias de desarrollo a la salida a los mercados externos.

El surtido de té que se puede encontrar en el mercado ruso es muy variado. En todas las regiones venden las especies de té diferentes, además con la presencia de marcas comerciales nuevas que ofrecen té en envases no convencionales.

En los últimos años el crecimiento de consumo de té no supera el 2-3 % por año a consecuencia del aumento del costo de la producción. La competencia entre las empresas en el mercado ruso de té es cada vez mayor. Las compañías endurecen su política de marketing y tratan de desarrollarse a expensas del avance de té ruso en los mercados de otros países.

Una característica **particular del mercado ruso de té es que importan a granel y todo se envasa en el territorio de Rusia.**

A consecuencia de la política proteccionista del estado en este sector, en la última década empezaron a funcionar las fábricas de envasado. En 1997 en lugar de la tasa única de arancel del 10 % al té importado, han introducido el sistema diferenciado de la imposición de impuestos. Los importadores de té negro y verde envasado pagaban 20%, entretanto los importadores de té a granel pagaban solo 5% de arancel.

A partir de 2007 los distribuidores rusos de té pudieron importar té a granel sin pagar impuestos. Por eso las compañías envasadoras de té modernizaron sus instalaciones y maquinarias a la altura de los estandartes contemporáneos de calidad.

El mercado ruso de té es uno de los más consolidados en el sector alimenticio.

Según los datos de la empresa consultora «Nielsen Rusia», son cuatro compañías que están controlando más de **70%** del mercado ruso de té:

“**Unilever**” (<http://www.unilever.ru>) - marcas comerciales “Lipton”, “Brook Bond”, “Beseda”

“**Mayo**” (<http://www.maycompany.ru>) - marcas comerciales “Maiski”, “Lisma», “Curtis»

“**Orimi Trade**” (<http://www.orimitrade.ru>) - marcas comerciales “Greenfield”, “TESS”, “Princesa”

“**SDC-Foods**” (<http://www.sdc-foods.ru>) – distribuidor de la marca comercial “Ahmad Tea”.

Estas compañías son propietarias de las envasadoras de té en Rusia y además tienen las mayores redes de distribución.

Durante las dos últimas décadas debido a la gran competencia disminuyó la cantidad de empresas distribuidoras de 800 (en los inicios de 1990) a unas 70 compañías en la actualidad.

Las compañías grandes envasan té de precios variables - desde los más caros hasta los más económicos.

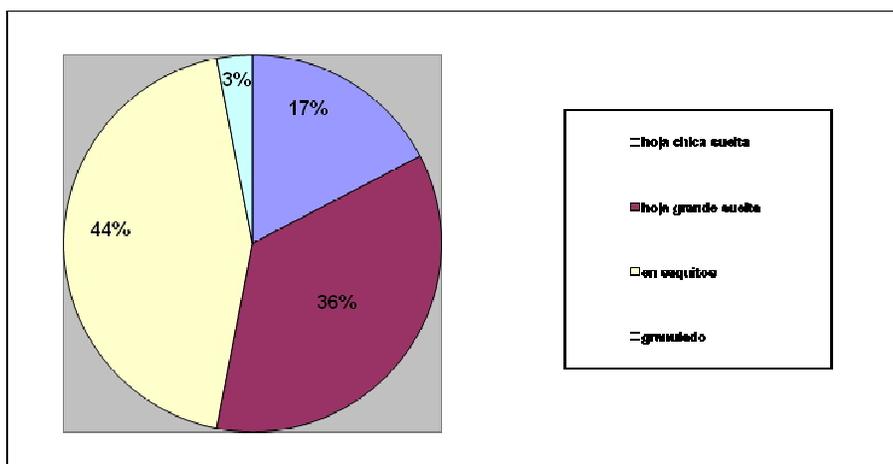
Las compañías medianas y chicas (“Te del Imperador”, “Grand”, «Onza», «Cantata de café», por ejemplo) se ubican en los segmentos de precios específicos: en el segmento más económico o, al contrario, en el segmento de los tés de elite que se venden en las boutiques especializados.

Por los volúmenes de consumo de té, Rusia ocupa el cuarto lugar en el mundo después de India, China y Turquía. En 2010 el nivel del consumo de té en Rusia fue de 1,4 kg per cápita . Por eso Rusia es el mayor importador de té, compra cada año alrededor de 190 mil toneladas de este producto. De esta cantidad alrededor de 177 mil toneladas va al consumo interno, y las toneladas restantes van a la reexportación, principalmente a los países de la CEI (Kazajistán, Ucrania, Bielorrusia, Moldavia).

A lo largo de los últimos 10 años la demanda de consumo de té en Rusia es estable. Cuantitativamente el mercado prácticamente no aumenta, el crecimiento de las ventas pasa sólo en los precios. En los últimos años las preferencias de consumo en el mercado de té de Rusia están **caracterizadas por los rasgos siguientes:**

- En lugar de consumir el té en hebras, los consumidores rusos prefieren comprar el té en saquitos para un consumo más práctico y rápido. Los datos de la compañía “Synovate Comcon” demuestran, que más del 40% de consumidores prefieren el té en saquitos.

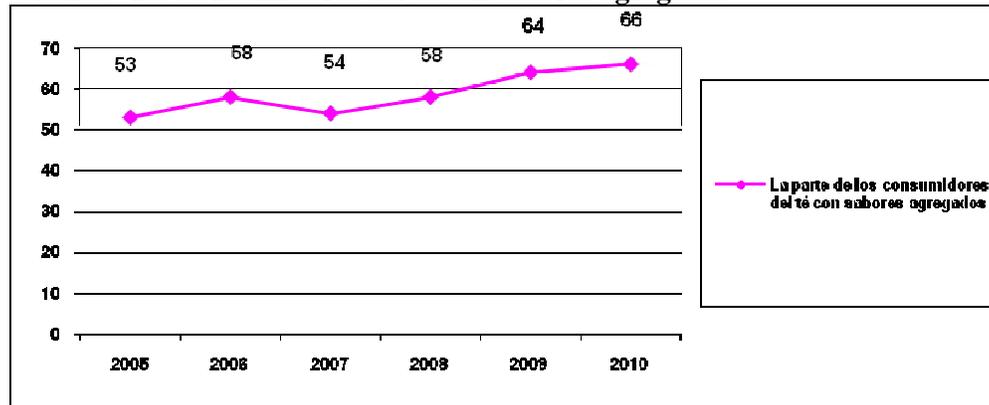
Gráfico 15. Las preferencias del consumidor ruso



- Los rusos prefieren ahora los tés con sabores adicionales, es decir de las frutas y hierbas. Conforme a la compañía consultora “Synovate Comcon” que realizó

una encuesta de 7 000 consumidores del té de edad de 16 a 65 años, la parte de los consumidores de té con las adiciones gustativas compone el 66 %. Es en este contexto que se visualiza una potencialidad importante para promocionar el consumo de yerba mate en estas zonas.

Gráfico 16. Consumidores del té con sabores agregados



- La participación del té negro en los volúmenes de consumo es del 70 %, crece la participación del té verde chino verde con el 10 %.
- Crece la popularidad de las marcas de té más caras como te blanco y pu-erh, y también de té en envases originales y costosos.
 - Para el consumidor ruso la presentación del envase de té es un criterio importante en apreciación de la calidad del producto a primera vista.
 - Los principales operadores del mercado de té hacen grandes esfuerzos para aumentar la lealtad de los consumidores a sus productos. Para la atracción de los compradores en el mercado aparecen nuevos gustos de té y nuevos (y más vistosos) tipos de envases, además se realizan campañas publicitarias. Los operadores tratan de acercar su mercadería a los mercados regionales.
 - Las ventas del té en Rusia son sujetas al factor estacional: en verano crece el consumo de los refrescos, el consumo de té baja. La demanda de tés se restablece, como regla, en el período invernal.
 - El mercado ruso del té reacciona rápidamente al cambio de la coyuntura mundial, al cambio de la situación en los países - grandes productores del té (China e India). A consecuencia del aumento de la materia prima en los mercados mundiales crecen los costos de los importadores rusos y esto se refleja en los precios al por menor.

- El comprador ruso reacciona rápidamente y con interés a las innovaciones en las presentaciones de té (el té en saquitos en forma de pirámide, en los papeles de regalo hermosos y originales, etc.).
- Según la encuesta realizada por la compañía "Mayo" que es el gran operador ruso del mercado de té, el 84% de los consumidores prefieren tomar té en casa, 11 % toman té en el puesto de trabajo, y solo 5 % toman té fuera de casa y trabajo.
- La tendencia predominante es el apego de los consumidores a una u otra marca comercial de té. Por regla general, la mayoría de los consumidores eligen entre tres marcas comerciales.
- Según "Euromonitor International", las marcas comerciales "**Princesa Guita**" (SRL "Orimi Trade" (<http://www.orimitrade.ru>), "**Ahmad Tea**" (Ahmad Tea London Ltd, <http://www.sdc-foods.ru>) y "**Lipton**" (Unilever Group, <http://www.unilever.ru>) son los líderes del mercado en 2010.
- Dos segmentos del producto – té de precio alto y el de consumo masivo (es decir, más económico) – tienen el mayor potencial del crecimiento en el mercado ruso.
- Según "Euro Monitor International", con el crecimiento moderado de las toneladas acompañado con el incremento de precios se pronostica un crecimiento de las ventas de té envasado hasta **3 mil millones de dólares** (en 2010 fue algo más de 2,5 mil millones) para el 2015.

Según las estimaciones de los expertos, en el mercado ruso de té, se prevé para estos años una modificación en la estructura comercial, previéndose nuevas fusiones y absorciones entre las grandes empresas distribuidoras.

Las empresas internacionales del sector pueden influenciar en la situación normal del mercado ruso de té. Por ejemplo, las compañías indias tienen intención de instalarse en las regiones del interior del país, con empresas propias de envasado.

En próximos cuatro años los expertos esperan la aparición en el mercado ruso de las nuevas marcas comerciales. También puede aumentarse la cantidad y la variedad de los productos ya existentes.

El desarrollo del segmento de "**private label**" (una gama de productos que lleva la marca de su distribuidor) puede convertirse en una amenaza para el segmento de las marcas económicas de té. El segmento de "private label"

contribuye al descenso de los precios medios en el mercado que conduce al incremento en la competencia de precios. Como consecuencia los grandes comercializadores de té se verán obligados a buscar una nueva forma de mantener el equilibrio entre calidad y precio.

Situación en el mercado de la República Bashkortostán y de Ufa

Tabla 88. Los productos alimenticios y no comestibles en el volumen del comercio minorista de la República Bashkortostán, el %

	2011
Los productos alimenticios	49,8
Los productos no comestibles	50,2

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Principales centros de comercialización y distribución

La infraestructura comercial de consumo de Ufa incluye mas de 4400 comercios y 1204 restaurantes, cafés y locales de comida rápida. En 2010 abrieron 144 nuevos comercios con superficie total de más de 93 mil m². Ahora mismo están en construcción 15 comercios de superficie total de 517 mil m² (entre ellos – centro comercial “Mega-Ufa (IKEA)”, complejo de depósitos “SIGMA”, centro comercial “Junio”, etc.).

REGIÓN DE VOLGOGRADO. CIUDAD DE VOLGOGRADO

Situación en el mercado de la Región de Volgogrado y de Volgogrado

Tabla 89. La correlación los productos alimenticios y no comestibles en el comercio minorista de la región de Volgogrado, el %

	2011
Los productos alimenticios	47,0
Los productos no comestibles	53,0

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Principales centros de comercialización y distribución

El mercado de consumo de la ciudad de Volgogrado y de toda la región está en pleno desarrollo. En la ciudad de Volgogrado hay 20 centros comerciales, un complejo comercial grande y 3892 comercios incluso 1384 con productos alimenticios y 2487 que comercializan los productos no comestibles.

En 2010 abrieron las puertas 199 nuevos comercios de varios formatos: desde supermercados de clase económica hasta hipermercados y centros comerciales. La cantidad total de las áreas comerciales supera 620 mil m². Para cada mil habitantes hay 600 m² de las áreas comerciales que corresponde a las normas ordinarias europeas.

REGIÓN DE KRASNODAR. KRASNODAR

Situación en el mercado de la Región de Krasnodar y de la ciudad de Krasnodar

Tabla 90. Los productos alimenticios y no comestibles en el comercio minorista de la región de Krasnodar, el %

	2011
Los productos alimenticios	48,0
Los productos no comestibles	52,0

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Principales centros de comercialización y distribución

En el mercado de consumo de la ciudad de Krasnodar están alrededor de 9 000 compañías comerciales y casi 24 000 cuentapropistas.

En el mercado de ventas al por menor de la ciudad de Krasnodar funcionan 209 empresas comerciales de tamaño mediano y grande y además hay 10 centros comerciales.

En los centros comerciales se abren las tiendas y locales de té de las cadenas especializadas federales (que funcionan por toda la Rusia) y regionales.

Región de Krasnoiarsk. Ciudad de Krasnoiarsk

la Situación en el mercado de la Región de Krasnoiarsk y de la ciudad de Krasnoiarsk

Tabla 91. Los productos alimenticios y no comestibles en el comercio minorista de la región de Krasnoiarsk, el %

	2011
Los productos alimenticios	44,0
Los productos no comestibles	56,0

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En el Mercado de la ciudad de Krasnoiarsk (una de las ciudades principales y más ricas de Siberia) funcionan 47,2 miles compañías y empresas y cerca de 32,8 miles almacenes.

La mayor parte del volumen de comercio minorista responde a los mercados pequeños, kioscos y almacenes locales (79%).

El 15% de los productos alimenticios se comercializa en las cadenas locales de supermercados, el 4% de compras se realiza en los super e hipermercados de escala nacional, y solo el 2% en las cadenas de operadores extranjeros.

REGIÓN DE NIZNI NÓVGOROD. CIUDAD DE NIZNI NÓVGOROD

Situación en el mercado de la Región de Nizni Nóvgorod y de la ciudad de Nizni Nóvgorod

Tabla 92. Los productos alimenticios y no comestibles en el comercio minorista de Nizni Nóvgorod y la región de Nizni Nóvgorod, el %

	2011
Los productos alimenticios	50,2
Los productos no comestibles	49,8

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

El mercado de consumo en Nizni Nóvgorod tiene las características positivas y está desarrollándose en forma dinámica para satisfacer las demandas de consumidores. El nivel de cantidad, variedad de mercadería y de actividad empresarial es bastante elevado. Hay una red desarrollada de los comercios y servicios.

En el mercado están presentes las principales marcas comerciales de té en hebras y en saquitos, los té importados de las marcas mundiales, también el té suelto (se trata de las clases elitistas de té, las infusiones, la **yerba mate**), que se vende en general en las boutiques y las tiendas especializadas de té del Nizni Nóvgorod.

REGIÓN DE NOVOSIBIRSK. CIUDAD DE NOVOSIBIRSK

Situación en el mercado de la Región de Novosibirsk y de la ciudad de Novosibirsk

Tabla 93. Los productos alimenticios y no comestibles en el comercio minorista de la región de Novosibirsk, el %

	2011
Los productos alimenticios	42,9
Los productos no comestibles	57,1

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Por el volumen de la ventas al por menor la ciudad de Novosibirsk ocupa el cuarto lugar en Rusia (después de Moscú, San Petersburgo y Ekaterimburgo).

En la ciudad de Novosibirsk funcionan más de 100 centros comerciales, 10 hipermercados, más de 200 supermercados de las redes minoristas.

En la ciudad de Novosibirsk el mercado del té representa el segmento desarrollado, existe una red amplia de las compañías especializadas mayoristas y distribuidoras que trabajan con el surtido grande de té.

El té de las marcas comerciales difundidas, en general del segmento valorativo medio y bajo, se vende en las tiendas especiales y en los supermercados de Novosibirsk y de su área.

Región de Samara. Ciudad de Samara

Situación en el mercado de la Región de Samara y de la ciudad de Samara

Tabla 94. Los productos alimenticios y no comestibles en el comercio minorista de la región de Samara, el %

	2011
Los productos alimenticios	53,8
Los productos no comestibles	46,2

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En la actualidad en esta región hay redes comerciales locales y las grandes cadenas nacionales. La parte básica de las compras de té y la producción de té se realiza en los supermercados regionales y nacionales.

Región de Sverdlovsk. Ciudad de Ekaterimburgo

Situación en el mercado de la Región de Sverdlovsk y de la ciudad de Ekaterimburgo

Tabla 95. La correlación los productos alimenticios y no comestibles en el volumen del comercio minorista de la región de Sverdlovsk, el %

	2011
Los productos alimenticios	48,3
Los productos no comestibles	51,7

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En Ekaterimburgo en último año se observa el crecimiento de los índices del mercado de consumo. En el mercado minorista de Ekaterimburgo trabajan 731 redes comerciales que unen 3096 tiendas, incluso en el comercio de productos de alimentación funcionan 81 redes que unen 539 empresas (o el 54 % del total de las tiendas de productos comestibles).

Últimamente en Ekaterimburgo se desarrolla dinámicamente el comercio minorista **on-line** a través del Internet, que garantiza los gastos más bajos por la gestión de las operaciones comerciales.

República de Tartaristán. Ciudad de Kazán

Situación en el mercado de la República de Tartaristán y de la ciudad de Kazán

Tabla 96. Los productos alimenticios y no comestibles en el comercio minorista de la Republica Tartaristán, el %

	2011
Los productos alimenticios	49,4
Los productos no comestibles	50,6

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

El mercado de té de Tartaristán es uno de los más dinámicos en Rusia y presenta un significativo potencial de crecimiento.

REGIÓN DE TIUMEN. CIUDAD DE TIUMEN

Situación en el mercado de la Región de Tiumen y de la ciudad de Tiumen

Tabla 97. Los productos alimenticios y no comestibles en el comercio minorista de la región de Tiumen, el %

	2011
Los productos alimenticios	53,4
Los productos no comestibles	46,6

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

En La región de Tiumen presenta un alto nivel de desarrollo el mercado de consumo basado en el volumen minorista per cápita. Tiumen ha ocupado el noveno lugar entre todas las regiones rusas en 2010.

El mayor porcentaje de las ventas de té se hace a través de las empresas comerciales de la ciudad, el té de marcas federales se comercializar en los super e hipermercados de la ciudad.

El consumidor puede adquirir las variedades elitistas de té en las boutiques especializadas, que son abiertos en los grandes centros comerciales de la ciudad.

Estudio de precios al consumidor en las regiones seleccionadas

Tabla 98. Los precios promedios de productos alimenticios en Rusia, rublos/kilo

El producto	2006	2007	2008	2009	2010
Carne vacuna	131,67	139,49	174,86	185,60	197,64
Carne de cerdo	142,0	149,02	189,42	193,66	198,35
Carne avícola	78,37	88,20	99,94	103,01	105,14
Manteca	109,71	155,10	175,54	191,68	239,55
Aceite, litro	39,41	60,26	74,32	58,06	72,60
Leche entera, litro	18,76	21,19	24,74	25,71	31,99
Queso	144,26	233,93	212,92	213,11	263,20
Azucar	22,71	21,63	23,07	33,02	40,62
Te negro	204,25	224,65	269,53	339,81	348,21

Fuente: Servicio Estatal de Estadística

Tabla 99. Los precios promedios de productos alimenticios en Volgogrado, 2011, rublos/kilo

Producto	Comercio minorista		Mercado mayorista	
	MIN	MAX	MIN	MAX
Carne vacuna	120,0	291,0	148,0	219,0
Carne de cerdo	150,0	343,0	155,0	223,0
Carne avícola	59,90	114,0	71,0	89,0
Manteca	85,0	250,0	68,0	136,0
Aceite, litro	53,90	90,0	49,0	62,0
Queso	178,0	270,70	165,0	172,0
Azucar	32,18	40,0	33,0	39,0
Te negro, en envase de 250 g	106,0	580,0	180,0	452,0

Fuente: Administración de Volgogrado

Tabla 100. Los precios promedios de productos alimenticios en Krasnodar, rublos/kilo

Producto	Comercio minorista	
	01.11.2010	01.11.2011
Carne vacuna	182,6	194,68
Carne de cerdo	199,8	227,19
Carne avícola	97,4	94,23
Manteca	176,1	190,39
Aceite, litro	47,7	56,0
Azucar	35,0	31,6
Te negro	190,9	247,64

Fuente: Administración de Krasnodar

Tabla 101. Los precios promedios de productos alimenticios en Krasnoiarsk, rublos/kilo

Producto	Comercio minorista	
	01.01.2011	01.11.2011
Carne vacuna	207,73	233,09
Carne de cerdo	210,05	217,55
Carne avícola	106,77	103,66
Manteca	241,52	254,10
Aceite, litro	76,36	80,00
Queso	281,29	276,21
Azucar	47,71	38,14
Te negro	325,91	352,15

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, organismo territorial de la Región de Krasnoiarsk

Tabla 102. Los precios promedios de productos alimenticios en la Región de Nizni Nóvgorod, rublos/kilo

Producto	Comercio minorista
	01.11.2011
Carne vacuna	246,11
Carne de cerdo	196,19
Carne avícola	90,74
Manteca	249,72
Aceite, litro	69,11
Queso	246,07
Azucar	27,56
Te negro	370,5

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, organismo territorial de la Región de Nizni Nóvgorod

Tabla 103. Los precios promedios de productos alimenticios en la Región de Novosibirsk, rublos/kilo

Producto	Comercio minorista
	01.11.2011
Carne vacuna	216,21
Carne de cerdo	193,83
Carne avícola	104,01
Manteca	302,47
Aceite, litro	81,76
Queso	258,50
Azucar	36,58
Te negro	436,08

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, organismo territorial de la Región de Novosibirsk

Tabla 104. Los precios promedios de productos alimenticios en la Región de Sverdlovsk, rublos/kilo

Producto	Comercio minorista
	01.11.2011
Carne vacuna	235,25
Carne de cerdo	185,43
Carne avícola	89,90
Manteca	284,18
Aceite, litro	80,57
Queso	233,76
Azucar	36,11
Te negro	334,54

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, organismo territorial de la Región de Sverdlovsk

Tabla 105. Los precios promedios de productos alimenticios en la República de Tartaristán, rublos/kilo

Producto	Comercio minorista
	01.11.2011
Carne vacuna	215,65
Carne avícola	94,07
Manteca	196,5
Aceite, litro	69,73
Queso	229,99
Azucar	27,84
Te negro	330,74

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, organismo territorial de la República de Tartaristán

Tabla 106. Los precios promedios de productos alimenticios en la Región de Tiúmen, rublos/kilo

Producto	Comercio minorista	
	2009	2010
Carne vacuna	207,27	223,85
Carne de cerdo	208,42	214,27
Carne avícola	130,30	138,18
Manteca	197,60	227,56
Aceite, litro	73,97	75,32
Queso	241,91	284,67
Azucar	39,55	44,38
Te negro	363,05	392,55

Fuente: Servicio Estatal de Estadística, organismo territorial de la Región de Tiúmen

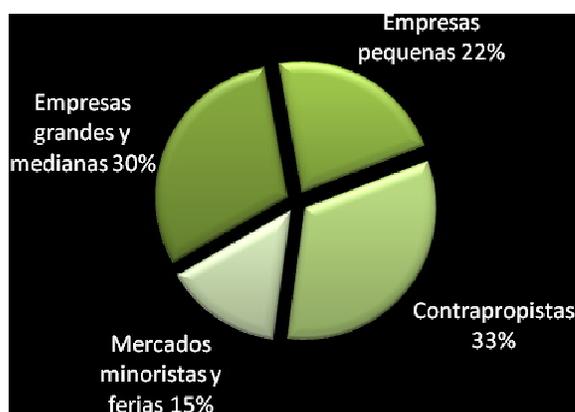
República Bashkortostán. Ciudad de Ufa

A partir del febrero de 2011 los precios de los productos de la alimentación básicos en Ufa no aumentaron y además se encontraban en leve descenso.

Entre 13 ciudades del Distrito Federal Privolzhski Ufa registra el nivel de precios más bajo de los productos básicos de alimentación.

El volumen del comercio minorista en Bashkortostán está compuesta de los cuentapropistas (el 33%) y las empresas grandes y medianas (el 30%). Las empresas pequeñas aportan el 22% y el resto cae en los mercados chicos y ferias dominicales.

Gráfico 17. Estructura y volumen del comercio minorista en Bashkortostán



Fuente: Servicio estadístico de Bashkortostán

Tabla 107. Productores de té, República Bashkortostán

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Fábrica	TEASTAN Fábrica de ensamblaje de té Se realiza la venta del producto	http://www.teastan.ru	UFA, Mendeleeva, 177 Тел.: +7 (3472) 28-75-57; 28-75-17, 28-75-76

Fuente: Medios de comunicación, *ILA-CONSULTING*

El comercio especializado de té e infusiones se realiza en Ufa y otras regiones seleccionadas a través de tres canales principales de salida (venta):

1. compañías mayoristas,
2. redes comerciales especializadas que trabajan en todo el país (llamadas redes federales),
3. redes comerciales especializadas que trabajan solamente en la región dada, en este caso en Bashkortostán (las redes regionales o locales).

Tabla 108. Comercios grandes de las ventas de té, ciudad de Ufa y Bashkortostán

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas y distribuidoras	SRL "RASHMIN", la marca comercial propia Shanti, te negó de India.	http://www.shantinet.ru	Tel. +7 (495) 781 5527 info@shantinet.ru
	«PRODUNIVERSALPLUS»	http://www.produfa.ru	Tel: +7(347) 2940913, 274-68-34 sales@produfa.ru
	«108 TEA», Todos tipos de té, entregas a restaurantes	http://108tea.ru	Tel: +7(347)2944108 mail@108tea.ru
	SRL «SYIFAT»	http://www.syifat.com	Tel: +79600652485 Fax: +7(8552)342422 syifat@mail.ru
Redes minoristas de boutiques especializadas	«PORT MOCCA»	http://www.portmocca.ru	Tel: +79174015 397
	«COSTUMBRES DE TOMAR TE»	http://www.chai-ufa.ru	Tel: +79639053470
Redes federales de tiendas de té	«ONZA»	http://tea-coffee.info/ http://www.chay.info/	Tel: +7(812)3255886

Fuente: Medios de comunicación, *ILA-CONSULTING*

En el mercado de la ciudad de Ufa funcionan los operadores comerciales regionales. Se trata de las redes minoristas de las **boutiques de té** donde se vende la mercadería a los precios altos y medios.

Logística y suministros

Las vías de comunicación ferroviaria, aérea, fluvial, automovilísticas vinculan la ciudad de Ufa a todas las regiones de Rusia y muchos países de Europa y Asia. La línea ferroviaria Samara-Ufa-Cheliabinsk es la más importante.

Cada día hasta 40 trenes directos y 61 de ruta suburbana vienen a la estación "Ufa" ferroviaria.

Las líneas fluviales unen Ufa a las ciudades de Rusia central, por los ríos – Blanco, Kama y el Volga transportan todo tipo de mercadería industrial, granos, artículos de la química petrolera.

REGIÓN DE VOLGOGRADO. CIUDAD DE VOLGOGRADO

Las tiendas minoristas especializadas no son muy habituales en Volgogrado. Como regla, las ventas de té se realizan en comercios minoristas de alimentos, en los supermercados de las redes federales y regionales.

Tabla 109. Comercios grandes de las ventas de té, Volgogrado

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas y distribuidoras	«VP-TORG», Marca comercial de té “Filipp Mayer”, te negro y verde, infusiones	http://www.vptorgvlg.vov.ru	Tel: +79033748188, +79610598237 vp-torg@mail.ru
Redes minoristas de boutiques especializadas	«Rosa de té», «Chainaya lavka»	http://chajnaya-roza.tiu.ru	Tel: +79608833838 s.h.t.2009@mail.ru

Fuente: Medios de comunicación, *ILA-CONSULTING*

Logística y suministros

La ciudad de Volgogrado es el nudo ferroviario de cinco direcciones. Las carreteras vinculan Volgogrado a tales ciudades de importancia como Moscú, Kazán, Rostov-na-Donu, Krasnodar, Voronezh, Saratov, etc.

El transporte fluvial en Volgogrado es una de las más antiguas en la región del río Volga.

La posición geográfica de Volgogrado com corredor entre "Norte-Sur" y "Danubio-Volga" tiene es muy importante para la economía de la ciudad y la región de Volgogrado.

En su mayor parte, en esta región la distribución se realiza por transporte ferroviario y terrestre.

Región de Krasnodar. Ciudad de Krasnodar

La red del comercio minorista de Krasnodar está en pleno desarrollo. Esta compuesta por 7000 comercios aproximadamente.

En Krasnodar hay una tendencia estable a la apertura de nuevas tiendas, se desarrolla activamente el sistema de los supermercados y las estructuras de redes en el comercio. Crece el número de los hipermercados por ejemplo – **METRO, Aushan.**

Tabla 110. Los productores de té en la Región de Krasnodar

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Fábrica	“Fábrica de ensamblaje de té de Dagomis”, Sochi	-	Sochi, Krasnoarmeiskya 22 Tel: +7 (8622) 929734
	SA «Matsestatea»	http://www.matsestatea.ru	Sochi, Izmailovka Tel:+7 (8622) 679989 Fax:+7(8622) 679989 sales@matsestatea.ru shop@matsestatea.ru
	Fábrica de ensamblaje de té Belorechenskaya, marca comercial «Tea Kuban»	-	Zona Belorechenskaya de la Región de Krasnodar

Fuente: Medios de comunicación, *ILA-CONSULTING*

En total en la Región de Krasnodar funcionan seis fábricas que trabajan con materia prima local y materia prima de China, Azerbaiyán y Georgia.

En 2010 en la zona Belorechenskaya de la Región de Krasnodar fue abierta una nueva fábrica de envasado de té de las marcas comerciales “Kuban-Te”, “Azerchai” y “Mariam”.

Tabla 111. Comercios grandes de las ventas de té, Krasnodar

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas y distribuidoras	“SOLFERINO”	http://www.solferino.ru	Tel: +79054082489, +79054757447 Solferino@inbox.ru
	“Intenational Assistance Krasnodar”, marca comercial de té “BETA TEA”	http://www.betatea.ru	Tel: +7(612)000-703 Krasnodarbuh@betatea.ru
	“Cafe.Te.Servicio” Distribuidor de marcas comerciales de clase “Premium”	http://www.chs-co.ru	Tel: +7(861) 224-07-12 Fax: +7 (988)460-00-12 chs23@mail.ru
	“ALEPH TRADE SUR”, sucursal	http://www.althaustea.ru	Tel: +7(861) 2747218 Fax: +7 (861) 2743049
	“Compañía rusa de té”, representante	http://www.rusteaco.ru	Tel:+7 (861) 2606570 Fax:+7 (861) 2606570 Krasnodar@rusteaco.ru
Redes minoristas de boutiques especializadas	“Bebedor de té”	www.tea.ksdar.ru	Tel: +7 (918) 3406116
Redes federales de tiendas de té	“ONZA”	http://tea-coffee.info/ http://www.chay.info/	Tel: +7(861) 253-28-97
	“Cantata de café”	http://www.cantata.ru	Tel: +7 861-273-19-25, +7 861-278-84-34

Fuente: Medios de comunicación, *ILA-CONSULTING*

Logística y suministros

La Region de Krasnodar tiene una situación geográfica y económica muy ventajosa en el Distrito Federal Sureño.

La ciudad de Krasnodar está situada sobre las arterias importantes de transporte que vinculan el centro de Rusia con los puertos de los mares Negros y de Azov, también a los balnearios de la costa del mar Negro del Cáucaso. Krasnodar es un gran centro de transporte multimodal.

REGIÓN DE KRASNOIARSK. CIUDAD DE KRASNOIARSK

En la ciudad de Krasnoiarsk funcionan más de 5000 comercios minoristas, incluyendo alrededor de 3 mil pequeños. En Krasnoiarsk para cada 1000 habitantes hay más de 700 m² de áreas comerciales. En la ciudad funcionan 10 hipermercados, más de 80 supermercados, 2 centros comerciales mayorista-minorista con área comercial de más de 8 mil m². Más del 50% de todas las empresas de la ciudad son del sector del consumo.

Tabla 112. Comercios grandes de las ventas de té, Krasnoiarsk

Tipo de instalaciones	de	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas distribuidoras	y	“GOLANA”, Brand “RIMSKIY DOM”	http://www.rimdom.com	Tel: +7(391) 2548433 Fax: +7(391) 2901545 gryzlovoleg@mail.ru
		“MIR ES”, venta mayorista de té	http://www.kraskofe.ru	Tel: +7(391) 2978262 mires@kraskofe.ru
Tiendas minoristas		“China Town”	http://teanatown.ru	Tel: +7(913) 5712826 +7(950) 4197388 teanatown@gmail.com
		“RAFAN”	http://www.rafan.ru	Tel: +7(923) 2785549 +7(391) 2822281 info@rafan.ru
		“Z-TEA” (“Avantek”)	http://ztea.tiu.ru/	Tel: +7(391) 272-53-11 info@ztea.ru
Red regional de tiendas de té		“Geografía de gustos: té, café, regalos”	http://www.rimdom.com	Tel: +7(391) 2548433 Fax: +7(391) 2901545 gryzlovoleg@mail.ru
Redes federales de tiendas de té		“ONZA”	http://tea-coffee.info/ http://www.chay.info/	Tel: +7(913)1860620
		“Guildia”	http://www.teaguild.com	Tel: +7 (913)1870089

Fuente: Medios de comunicación, ILA-CONSULTING

Logística y suministros

Krasnoiarsk es el mayor centro industrial de la Siberia Oriental. Su ubicación sobre el Río Yeniséi, importante vía de comunicación, facilita la salida vía marítima Norte y al mercado de las regiones de Siberia Central.

La ubicación geográfica de Krasnoiarsk la convierte en un estratégico centro multimodal vinculando los países de Europa con los países de Asia-Pacífico, América del Norte y Asia del Sur, Atlántico Norte y parte norteña del océano Pacífico.

La proximidad de Krasnoiarsk (en comparación con las ciudades de la parte europea de Rusia y la Siberia Occidental) a Japón, China, Corea del Sur y otros países de esta región del mundo crea la posibilidad del desarrollo activo de la cooperación económica y comercial.

Región de Nizni Nóvgorod. Ciudad de Nizni Nóvgorod

En la ciudad de Nizni Nóvgorod funcionan alrededor de 3000 comercios minoristas (32% de productos alimenticios) y 1846 pequeños almacenes. En la ciudad hay 22 ferias minoristas con 11000 puestos comerciales. Hay 12 hipermercados, 50 centros comerciales y pequeños almacenes que realizan la mayor parte de ventas minoristas representando estos últimos el 10% del volumen comercial de la ciudad.

Tabla 113. Comercios grandes de las ventas de té, Nizni Nóvgorod

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas y distribuidoras	“Compañía Rusa de Té”, representante	http://www.rusteaco.ru	Tel:+7 (831)4386621, +7 (831)4386621 NN@rusteaco.ru
	“Producto ruso”, marca comercial de té «Bodroct» representante	http://www.rusprod.ru	Tel:+7(831) 4354006
	“Chaikoff-M”	http://www.chaikoffm.nnov.ru	Tel: +79202549174 chaikoff- m@yandex.ru
Boutiques especializadas	“Casa de café Nizni Novgorod”	http://nncoffee.ru/	Tel:+7(831) 4395266 coffee.nn@yandex.ru
	“PU-ERH”	http://www.puer.su	Tel: +79200180888 mail@puer.su
Red federal de tiendas de té	“ONZA”	http://tea-coffee.info/ http://www.chay.info/	Tel: +7(904) 9037557 ounce-nn@mail.ru

Fuente: Medios de comunicación, ILA-CONSULTING

Logística y suministros

En la actualidad la administración de la ciudad presta especial atención a la infraestructura y a la construcción del sistema de los flujos de tráfico vía Nizni Nóvgorod. Por ejemplo, los flujos de las mercancías que van de China a Kazajistán, Rusia, Bielorrusia y Polonia pasan a través de la región de Povolzhie, y en particular vía Nizni Nóvgorod.

La ruta Nizni Nóvgorod se considera la principal vía de distribución entre Ekaterimburgo – Kazán – Nizni Nóvgorod – Vladímir – Vologda y hasta Finlandia. En el territorio del Nizni Nóvgorod funcionan terminales aduaneras modernos y técnicamente bien equipados (incluyen los complejos del almacenaje temporal de las mercancías).

REGIÓN DE NOVOSIBIRSK. CIUDAD DE NOVOSIBIRSK

El 91% del volumen del comercio minorista de la ciudad de Novosibirsk está formado por las empresas comerciales y cuentapropistas que actúan en la red comercial. Sin embargo los mercados minoristas continúan gozando de la preferencia de los compradores. Funcionan 91 mercados minoristas con 19,9 mil puestos comerciales.

Tabla 114. Comercios grandes de las ventas de té, Novosibirsk

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas y distribuidoras	“Compañía rusa de té”, representante	http://www.rusteaco.ru	Tel:+7 (383) 3559985, +7 (831) 3559985 Novosibirsk@rusteaco.ru
	“SIBTEA”	http://www.sibtea.ru	Tel: +7(383) 214-08-08 Fax: +7 (383) 342-03-06 sibtea@risp.ru
	“KALINA”, distribuidor	http://www.tdkalina.ru	Tel: +7(383) 3340350 kalina@tdkalina.ru
	Agrupacion “NOVA”	http://nova-zakaz.tiu.ru	Tel: +7(383)3350065 zkz6@bk.ru
	“GARAI” (SRL “GRAND”)	http://www.garai.ru	Tel: +7(383) 2929393, +7(383) 2799930 info@garai.ru
Boutiques de té	“TEA ROOM”	http://www.tearoom-rai.ru	Tel: +7(383) 213-93-40
Red minorista de boutiques especializadas	“Te. Café”, 10 boutique	http://www.sibtea.ru	Tel: +7(383) 214-08-08 Fax: +7 (383) 342-03-06 sibtea@risp.ru
Redes federales de tiendas de té	“ONZA”	http://tea-coffee.info/ http://www.chay.info/	Tel: +7(383) 2828622
	“Guildia”	http://www.teaguild.com	Tel: +7 (913)3722492
	“Cantata de café”	http://www.cantata.ru	Tel: +7 (913) 4553033, +7(913)4553132

Fuente: Medios de comunicación, *ILA-CONSULTING*

Logística y suministros

Novosibirsk es un gran nudo ferroviario. La mayor parte de las cargas que van a Novosibirsk, se realiza por transporte ferroviario. Funcionan complejos modernos para el almacenaje de las mercancías expedidas.

La infraestructura logística de Novosibirsk en la actualidad continúa desarrollándose. En el territorio de Novosibirsk tiene lugar la construcción del parque de transporte y logística.

REGIÓN DE SAMARA. CIUDAD DE SAMARA

En Samara funcionan cerca de 30 mercados minoristas, 70 centros comerciales, 680 comercios de artículos alimenticios y 1082 pabellones del comercio minorista. La cantidad total de locales comerciales de la ciudad es más de 5400. En los últimos años la principal tendencia es el desarrollo del comercio minorista en grandes centros comerciales con la apertura de las grandes cadenas. En la ciudad funcionan más de 50 centros comerciales grandes.

Tabla 115. Comercios grandes de las ventas de té, Samara

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas y distribuidoras	“ELITORIA”, Distribuidor de marca de té «Ronnefeldt», HORECA	http://www.elitoriya.ru	Tel:+7 (846) 2661538, +7 (846)263-80-70
	“ChaiPromC”	http://kadastr-kdk.ru	Tel: +7(846) 3021540, +7(846) 3022211
	Compania “Galaktica”, comercio on-line «PlanetaTea», representación en Samara	http://planetatea.ru	Tel: +7(495) 9569899
Tiendas minoristas	“Chaini Otdel”, Tiendas y comercio on-line	http://www.teadivision.ru	Tel: +79270148921 teadivision@yandex.ru
Redes minoristas de boutiques especializadas	“Plantatsia”, boutique	http://www.elitoriya.ru	Tel: +7(846) 2661538
Redes federales de tiendas de té	“Cantata de café”	http://www.cantata.ru	Tel: +7 (987) 9855373 +7(987) 9079949

Fuente: Medios de comunicación, ILA-CONSULTING

Logística y suministros

Samara está situada sobre el río Volga – el mayor río de la parte europea de Rusia. La ventaja de la ciudad es el sistema actual de transporte, que es el mayor en el Distrito Federal Privolzhsky.

A través del puerto fluvial de Samara el río Volga vincula territorios norteños y sureños de Rusia y abastece la salida a los espacios acuosos exteriores de mar a través de sistemas Volga-Don y Báltico-mar Blanco.

El aeropuerto internacional "Kurumoch" es mayor en el Distrito Federal Privolzhsky. En el aeropuerto de Samara se realizan los vuelos prácticamente en todas las direcciones: a las grandes ciudades de Rusia, a las capitales de los países de la CEI y a los países extranjeros.

REGIÓN DE SVERDLOVSK. CIUDAD DE EKATERIMBURGO

El 93,2% del comercio minorista de Ekaterimburgo abastecen las empresas de comercio y los cuentapropistas.

En 2010 la cantidad de las cadenas comerciales minoristas de la ciudad se ha reducido por la gran competencia.

Tabla 116. Comercios grandes de las ventas de té, Ekaterimburgo

Tipo de instalaciones	de	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas distribuidoras	y	“Aroma de Este”, comercio mayorista y on-line	http://apomatboctoka.pulscen.ru/	Tel:+7(343) 2070004, +7(90225) 40004
		“MERIDIAN”, distribuidor	-	Tel: +7 (343) 3472675
Red federal de tiendas de té	de	“ONZA”	http://tea-coffee.info/ http://www.chay.info/	Tel: +7(343) 3710258
		“Guildia”	http://www.teaguild.com	Tel: +7 (343)2165538 +7(343)3103822
		“Cantata de café”	http://www.cantata.ru	Tel: +7 922 238 48 49, +7 922 725 50 35
Comercio on-line		“TEA66.ru”	http://www.tea66.ru	Tel: +7 (904) 1783315
		“Chainaya Lavka”	http://tea-mall.ru	Tel: +7 (343) 2074464

Fuente: Medios de comunicación, *ILA-CONSULTING*

Logística y suministros

Ekaterimburgo es el tercer nudo de transporte de Rusia (después de Moscú y San Petersburgo). En el territorio de la ciudad se estrechan 6 autopistas federales, 7 líneas férreas principales, también se sitúa el aeropuerto internacional.

La situación geográfica ventajosa de la ciudad y la existencia de arterias de transporte que vinculan las partes europea y asiática de Rusia posicionan a Ekaterimburgo como el centro esencial de transporte multimodal.

REPÚBLICA DE TARTARISTÁN. CIUDAD DE KAZÁN

El comercio es el sector de desarrollo más dinámico de la economía de la ciudad. En Kazán funcionan más de 4500 empresas comerciales. De este número 2500 empresas son comercios minoristas.

Tabla 117. Comercios grandes de las ventas de té, Kazán

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas y distribuidoras	“Compañía rusa de té”, representante	http://www.rusteaco.ru	Tel: +7(843)2380393 +7(843)2381003 Fax: +7(843)2381003 Kazan@rusteaco.ru
	“TEANEX”, mayorista, te de China y mate	http://teanex.ru	Tel: +7 (843)2536590 info@teanex.ru
	“International Assistance-Krasnodar”, marca comercial «BETA TEA»	http://www.betatea.ru	Tel: +7 (435)703-191 Kazanbuh@betatea.ru
	“WESTLINE”, Marca comercial de té de India “Enrich”	http://enrichtea.ru	Tel: +7 (843)5703216 wltea@mail.ru
Red federal de tiendas de té	“ONZA”	http://tea-coffee.info/ http://www.chay.info/	Tel: +7(843) 2382951 2211476
	“Guildia”	http://www.teaguild.com	Tel: +7 (843)5189315
Comercio on-line	“Chao Dzhao”	http://chaoclub.ru	Tel: +7(843) 2538759

Fuente: Medios de comunicación, ILA-CONSULTING

Logística y suministros

Tartaristán es una de las regiones más económicamente desarrolladas de Rusia. La república está situada en el centro del distrito industrial grande de Rusia, en la intersección de rutas más importantes, que conectan el este y el oeste, el norte y el sur del país.

Kazán es uno de los más grandes nodos de transporte y logística de Rusia. Históricamente Kazán era uno de los primeros nudos claves de la ruta Transiberiana.

En la actualidad la ciudad es un gran centro distributivo, tiene el puerto fluvial, el aeropuerto, dos líneas férreas básicas. Las grandes compañías de transportes terrestre abastecen la entrega de la mercadería elaborada a los mercados de venta de Rusia y al extranjero.

Región de Tiumen. Ciudad de Tiumen

La cantidad de las áreas comerciales por habitante es bastante elevada y alcanza 757 m² por 1000 personas. Esta en desarrollo el sistema de Franquicias como forma eficaz de hacer negocios.

En el mercado de té de Tiumen funcionan las boutiques de la venta de té a variedades más sofisticadas a base de la franquicia.

Tabla 118. Comercios grandes de las ventas de té, Tiumen

Tipo de instalaciones	Nombre, tipo de actividad	Página-Web	Dirección, teléfono
Empresas mayoristas y distribuidoras	Compania “Galaktica”, comercio on-line «PlanetaTea», representación en Tiumen	http://planetatea.ru	Tel: +7(495) 9569899
Redes minoristas de boutiques especializadas	“Bebedor de té”	www.tea.ksdar.ru	Tel: +7(929) 2606029
Red federal de tiendas de té	“ONZA”	http://tea-coffee.info/ http://www.chay.info/	Tel: +7(3452) 694959
	“Guildia”	http://www.teaguild.com	Tel: +7 (3452)790786
Comercio on-line	“Chaukakau.ru”	http://www.chaukakau.ru	admin@chaukakau.ru
	“Zhiga-zhiga.ru”	http://zhiga-zhiga.ru	Tel: +7(9044) 939607 +7 (3452) 939607 info@zhiga-zhiga.ru

Fuente: Medios de comunicación, *ILA-CONSULTING*

Logística y suministros

Tiumen está en la Siberia Occidental sobre el río Tour, el afluente del río Tobol. Tiumen está situado sobre la intersección de 5 vías de transporte terrestre del circuito federal. Como el centro administrativo y de negocios de la región petrolera mayor del país, Tiumen es la capital no oficial "de gas y petróleo" de Rusia. En Tiumen funcionan las filiales de las grandes firmas comerciales de venta del té, con almacenes y depósitos propios y el servicio de logística desarrollado.

3- Estudio pormenorizado de las zonas extra Moscú – San Petesburgo

a- Análisis sobre grandes compañías rusas – importadoras de té y yerba mate – Características comerciales y hábitos de compra, marcas, temporalidad de la demanda, precios y preferencias

En el mercado ruso de té desarrollan su actividad más de 240 actores que son las compañías importadoras (distribuidoras, mayoristas y fabricantes) de té.

Entre los grandes **importadores líderes** de té figuran “UNILEVER RUS”, “SDC-FOODS” y “CORSAR”.

Ellos importan el producto envasado listo para la venta final de las siguientes marcas comerciales europeas: “LIPTON”, “AHMAD TEA”, “MARTIN BAUER”, “UNILEVER”, “AKBAR” que compran en los países que tienen mayor desarrollo en el diseño del packing del té.

En primer término se trata de los países de la Comunidad Europea - Gran Bretaña, Alemania, Holanda, Francia, Polonia, Hungría donde se encuentran las empresas envasadores más grandes de té en Europa. Cada mercado con características propias. Por ejemplo, desde Polonia importan té de baja calidad y precios económicos ya envasado. En Alemania y Hungría compran especialmente las infusiones de yerba mate y fruta.

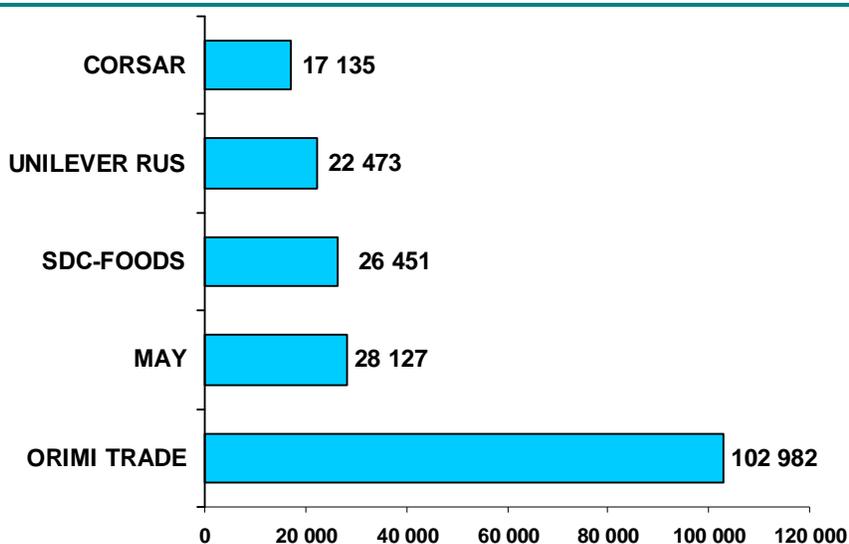
Los importadores mayoristas rusos “ORIMI TRADE”, “MAY” COMPANY”, “UNILEVER RUS” también tienen sus envasadoras propias. Por eso ellos importan la materia prima de China, India, Sri-Lanka, Argentina, etc. y distribuyen el producto final para su comercialización a todas las regiones del país.

Tabla 14. TOP-5 de importadores principales de té según valor total aduanero, 2010

Nº	Importador ruso	Países origen	Volumen anual de suministros, miles de dolares	Marca comercial	Región destino
1.	SA "ORIMI TRADE" www.orimitrade.ru	Sri-Lanka, India, Kenia, Papúa - Nueva Guinea, Vietnam, China, Indonesia, Brasil, Irán, Alemania, Argentina	102 982, 4	Sin marca comercial	San Petersburgo
2.	SA «MAY» COMPANY www.maycompany.ru	Kenia, Emiratos Árabes Unidos, Indonesia, Vietnam, China, República Sudafricana, Sri-Lanka, India, Argentina , Tanzania	28 126, 5	Sin marca comercial	Moscú
3.	SRL "SDC-FOODS" www.ahmadtea.ru	Sri-Lanka, China	26 451, 1	AHMAD TEA	Moscú
4.	SRL "UNILEVER RUS" www.unilever.ru	Polonia, Alemania, Kenia, Sri-Lanka, India, Kenya, Malawi, Indonesia, Vietnam, China, Argentina	22 472, 9	LIPTON MARTIN BAUER UNILEVER	Moscú
5.	SRL "CORSAR"	Sri-Lanka, China, Finlandia	17 134,9	GORDON AKBAR, JUNAN, JIANGSU	Moscú

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010.

Gráfico 15. TOP-5 Rating de importadores grandes de té según volumen anual de suministros, toneladas, 2010.



Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010.

Tabla 15. TOP-5 de importadores de té según peso (bruto).

Nº	Importador ruso	Países origen	Volumen anual de suministros, toneladas	Marca comercial	Región destino
1.	SA "ORIMI TRADE" www.orimitrade.ru	Sri-Lanka, India, Kenia, Papúa - Nueva Guinea, Vietnam, China, Indonesia, Brasil, Irán, Alemania, Argentina .	62 818,4	Sin marca comercial	San Petersburgo
2.	SA "MAY" COMPANY www.maycompany.ru	Kenia, Emiratos Árabes Unidos, Indonesia, Vietnam, China, República Sudafricana, Sri-Lanka, India, Argentina , Tanzania	21 117,1	Sin marca comercial	Moscú
3.	SRL "UNILEVER RUS" www.unilever.ru	Polonia, Alemania, Kenia, Sri-Lanka, India, Kenia, Malawi, Indonesia, Vietnam, China, Argentina	17 747,8	Sin marca comercial	Moscú
4.	SRL "SDC-FOODS" www.ahmadtea.ru	Sri-Lanka, China	7 535,5	AHMAD TEA	Moscú
5.	SRL "COR SAR"	Sri-Lanka, China, Finlandia	6 948,7	GORDO AKBAR, JUNAN, JIANGSU	Moscú

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010.

Importan la materia prima de los 14 países productores y proveedores de té como India, China, Sri-Lanka, Indonesia, Kenia, Vietnam, Azerbaiyán, Malawi, Turquía, Papúa – Nueva Guinea, Argentina, Tanzania, Irán, Japón.

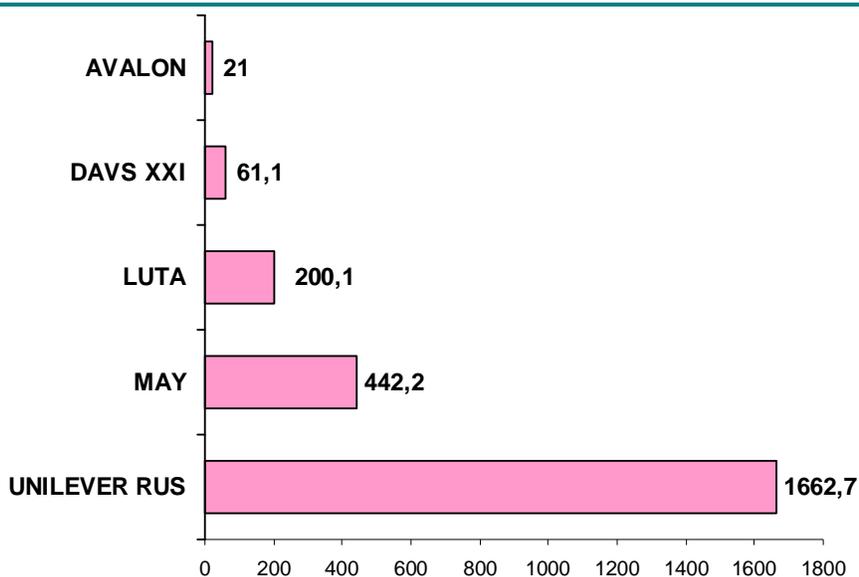
Según El Servicio Federal de Aduanas de Rusia en el año 2010 principalmente 5 grandes importadores rusos: SRL «UNILEVER RUS», SRL «COMPAÑIA DE TE "LUTA", SA «MAY» COMPANY, SRL «DAVS-XXI», SA Distribuidora «AVALON» realizaron importaciones de té negro argentino. Como regla importan te a granel fermentado de alta calidad natural sin sabores adicionales.

Tabla 16. Importadores de té desde Argentina en Rusia.

Importador	Producto	Marca comercial	Volumen anual de suministros, kilos	Región destino
SRL "UNILEVER RUS" www.unilever.ru	Té negro fermentado a granel en bolsas	LIPTON	1 662 766	Moscú
SRL "COMPAÑIA DE TE "LUTA" www.luta.ru	Té negro de alta calidad de hojas chicas fermentado natural sin sabores adicionales	FIDEICOMISO CAPELL	200 088	Región de Moscú
SA «MAY» COMPANY www.maycompany.ru	Té negro a granel	Sin marca comercial	442 192	Moscú
SRL "DAVS-XXI"	Té negro fermentado de alta calidad de hoja chica, a granel	"UNIVERSAL LOGISTIC"	61 101	Moscú
SA "AVALON GROUP» distribuidora www.avalongroup.ru	Té negro fermentado natural sin sabores adicionales, a granel	INDUSTEA BOPF	21 000	Moscú

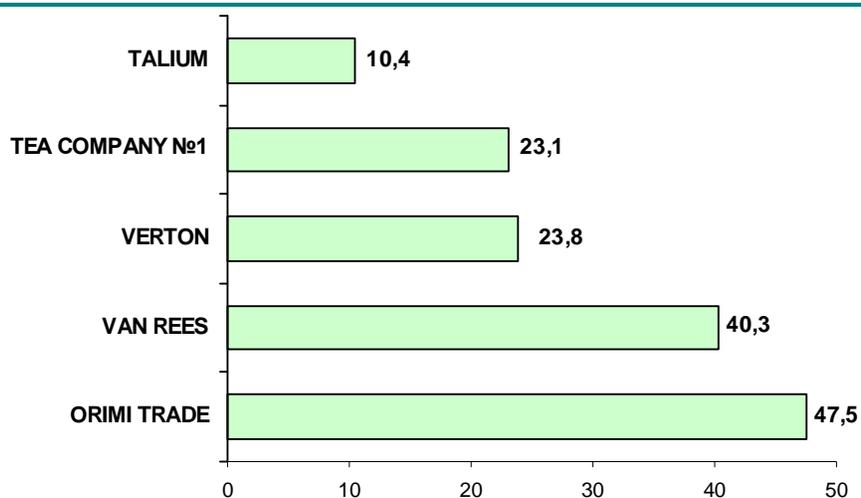
Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010.

Gráfico 16. TOP-5 Rating de importadores según volumen anual de importaciones de té desde Argentina, toneladas, 2010.



Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010.

Gráfico 17. TOP-5 Rating de importadores según volumen anual de importaciones de yerba mate desde Argentina, toneladas, 2010.



Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010.

Tabla 17. TOP-5 de importadores principales de yerba mate según valor total aduanero*.

Nº	Importador	Países origen	Marca comercial	Región destino
1.	SRL "ANTARES"	Alemania	RONNEFELDT	San Petersburgo
2.	SRL "TALIUM"	Argentina	LA HOYA, PALERMO, DON LUKAS, RIOS, ANDRESITO, AURA	Moscú
3.	SRL "ALLTRADE"	Alemania Chequia	GEBRUDER OXALIS	Moscú
4.	SRL "VAN REES"	Argentina	Sin marca comercial, en bolsas	Moscú
5.	SRL "PROFIMPORT"	Alemania	GEBRUDER WOLLENHAUPT	Moscú

* - clasificación por el valor máximo de transacciones durante el año

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010.

Tabla 18. TOP-5 de importadores principales de yerba mate según peso (bruto)*.

№	Importador	Países origen	Marca comercial	Región destino
1.	SA "TEA COMPANY №1" www.eng.teanadin.ru	Argentina	COOPERATIVA YERBATERA ANDRESITO LIMITADA	Moscú
2.	SRL "VAN REES" www.vanrees.com	Argentina	Sin marca comercial, en bolsas	Moscú
3.	SA "ORIMI TRADE" www.orimitrade.ru	Argentina, Brasil	Sin marca comercial, en bolsas	San Petersburgo
4.	SRL "TALIUM"	Argentina	LA HOYA, PALERMO, DON LUKAS, RIOS, ANDRESITO, AURA	Moscú
5.	SRL "BALTIC RESOURCE"	Argentina	AGUANTADORA	San Petersburgo

* - clasificación por el importe máximo natural de la transacción durante el año

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010

Argentina es el mayor proveedor de yerba mate a Rusia. Los productores argentinos de mate presentes en Rusia son "Establecimiento Las Marías", "Grupo Estrella", etc.

De la región de Latinoamérica en el mercado ruso de té también están presentes los productores de yerba mate brasileños.

Pero un gran porcentaje de las compras de yerba mate las realizan en Alemania y Rep. Checa, donde someten la materia prima a la elaboración adicional y al packing.

SA "ORIMI TRADE" (<http://orimitrade.ru>) es la principal empresa del sector en el mercado ruso de té, desarrolla las marcas comerciales propias de té ("Princesa Noori", "Princesa Gita", "Princesa Java", "Princesa Kandy", GREENFIELD). Estas marcas representan el 30% del consumo de té. Habitualmente la compañía compra té y yerba mate a granel. *ORIMI TRADE" es el principal importador de yerba mate de Rusia siendo Argentina y Brasil los principales proveedores. La Yerba Mate a granel se envasa en la fábrica "Nevskie porogui" propiedad de esta compañía.*

SRL “VAN REES” (<http://www.vanrees.com>) representa a la compañía mayorista internacional que distribuye el el té en el mercado ruso. Por volumen de yerba mate importado la compañía ocupa el *segundo puesto* en el mercado ruso.

“**TEA COMPANY № 1**” . es otra de las grandes empresas importadoras de yerba mate desde Argentina su proveedor es “**COOPERATIVA YERBATERA ANDRESITO LIMITADA**”, provincia de Misiones (<http://www.yerbandresito.com.ar>).

Hoy por hoy “**TEA COMPANY №1**” es el líder del mercado ruso de té en el segmento de té de alta calidad y de café en grano.

La compañía tiene 250 variedades de té negro y verde, de fruta y hierba, naturales y con aromas varios, de alta calidad, seleccionado, en envases y en hebras.

Es la proveedora de 40000 comercios minoristas y está desarrollando la marca propia comercial “**NADIN TEA**” (<http://www.eng.teanadin.ru/>).

SRL “CHAIGOROD” (<http://chaigorod.com>) importa yerba mate envasada de Argentina hace más de 5 años.

Entre las marcas comerciales que llegan en Rusia se encuentra CACHAY. La compañía se especializa en los suministros de té de alta calidad y está interesada en la ampliación de la variedad de yerba mate en distintos envases pero con el peso igual o inferior a medio kilo. En opinión de los directivos de la compañía, el mercado ruso de yerba mate es muy “reducido y específico”.

Tabla 19. Importadores de yerba mate desde Argentina.

Importador	Producto	Marca comercial	Volumen anual, kilo	Región destino
SRL "BALTIC RESOURCE"	Mate en cajitas "yerba mate aguantadora"	AGUANTADORA	8 445	San Petersburgo
SRL "VAN REES"	Mate "yerba mate fngs type", "yerba mate bop type".	Sin marca comercial, En sacos	40 328	Moscú
SRL "VERTON"	Mate en envases de polímero	ESTABLECI MIENTO KRAUS	23 808	Moscú
SA "ORIMI TRADE"	Mate molido fino (beneficiado) y yerba mate hoja picada, envasados en bolsas	Sin marca comercial, En sacos	47 500	San Petersburgo

SRL "TALIUM"	Mate envasado para venta minorista	LA HOYA, PALERMO, DON LUKAS, RIOS, ANDRESITO AURA	10 397	Moscú
SRL COMPAÑÍA "CHAIGOROD"	Mate en envases especiales con láminas de aluminio 500 gramos	CACHAY	4 900	Moscú
SA "TEA COMPANY № 1"	Mate hoja verde (yerba mate sin palo) en bolsas de polímero	COOPERATIVA YERBATERA ANDRESITO LIMITADA	23 115	Moscú

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010

Tabla 20. Importadores de yerba mate desde Alemania.

Importador	Producto	Marca comercial	Región destino
SRL "ANTARES"	Mate suelto, envasado para ventas por menor (país origen – Brasil)	RONNEFELDT	San Petersburgo
SRL "ALLTRADE"	Mate aromatizado "mate verde" empaquetado en bolsas de papel	GEBRUDER	Moscú
SRL "PROFIMPORT"	Mate aromatizado "mate verde", en bolsas de tres capas (papel-hoja de aluminio-papel)	GEBRUDER WOLLENHAUPT	Moscú
SRL "CANTATA"	Mate en envase de polímero	FLORAPHARM PFLANZLICHE NATURPRODUKTE	Moscú
SRL ТД "ЧАЙ, КОФЕ И ДРУГИЕ КОЛОНИАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ"	Mate "Marleon", envasado en cajas	MARLEON	Moscú
SRL "TEXTORG"	Mate suelto, en bolsas	GEBRUDER WOLLENHAUPT	Región de Moscú
SRL "TORGOPT"	Mate aromatizado empaquetado en bolsas de papel	KIRCHNER FISCHER	San Petersburgo
SRL "CENTRIUM"	Mate aromatizado empaquetado en bolsas de papel	KIRCHNER FISCHER & CO GMBH	San Petersburgo
SRL "INGUL"	Mate sin empaquetar, para la industria de ensamblaje de te	HALLSEN & LYON GMBH VENDA	San Petersburgo
SRL "KARAVAN"	Mate sin empaquetar, en bolsas de papel	GEBRUDER WOLLENHAUPT GMBH	Moscú
SRL "FOOD REPUBLIC"	Mate empaquetado para la venta minorista, en bolsas de aluminio, 1 kilo	GEBRUDER WOLLENHAUPT	Moscú

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010

Tabla 21. Importadores de yerba mate desde Brasil.

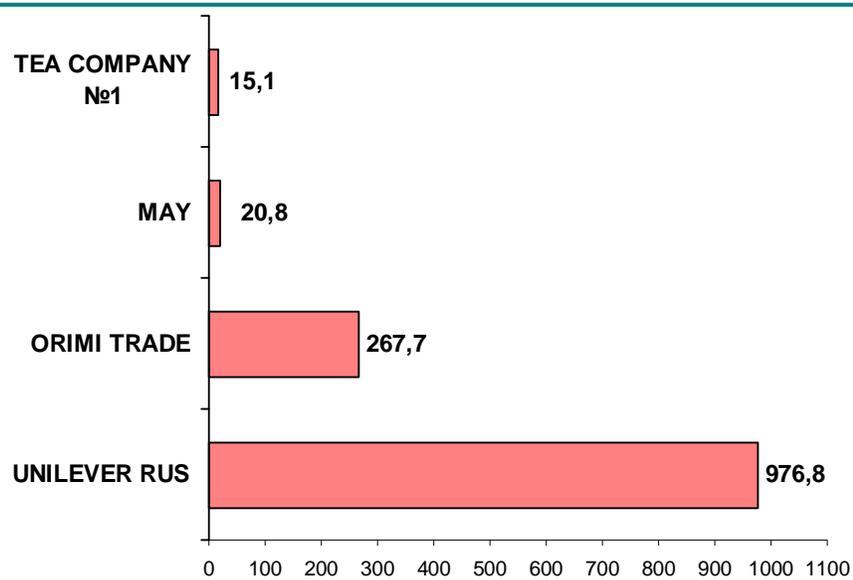
Importador	Producto	Marca comercial	Región destino
SA "ORIMI TRADE"	Mate (origen Brasil) molido fino (beneficiado) Mate (origen Brasil) molido fino (beneficiado) y yerba hoja picada	Sin marca comercial, envasado en bolsas	San Petersburgo
SA "TEA COMPANY № 1"	Mate "hoja verde"	En bolsas WORLEE NATUR PRODUKTE	San Petersburgo

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, 2010

Tabla 22. Importadores de yerba mate desde Chequia.

Importador	Producto	Marca comercial	Región destino
SRL "ALLTRADE"	Mate aromatizado, envasado en bolsas de papel	OXALIS	Moscú
SRL "PROFIMPORT"	Mate natural, envasado en bolsas de papel 3 capas	OXALIS / LORD PROUD	Moscú

Gráfico 18. Volumen anual de ventas de té en Rusia por los importadores grandes*, 2010, millones de dólares.



* - volumen de ventas de toda mercadería realizada.

Fuente: Los datos de empresas, 2010.

PERFIL DE LOS IMPORTADORES RUSOS DE TÉ Y MATE

S.R.L. «UNILEVER RUS»



Descripción breve

La compañía **UNILEVER** fue creada en Estados Unidos en la primera mitad del siglo pasado y en la actualidad es una de las empresas más importantes a nivel mundial en el rubro de los productos alimenticios de consumo masivo.

En el mercado ruso la presencia de “UNILEVER” data del 1992, año en que la compañía pasó a denominarse “UNILEVER RUS” e inició una serie de compras tendientes a tomar posición en el mercado alimenticio nacional, haciéndose de importantes marcas en distintos rubros y fábricas de alimentos.

En su cartera la compañía tiene grandes marcas propias de productos alimenticios. En particular, “UNILEVER” es uno de los grandes importadores y fabricantes de té y sus variantes y posee la envasadora en San Petersburgo. La compañía es propietaria de la mundialmente conocida marca “Lipton”. Además en el mercado ruso presenta dos marcas comerciales de té “Beseda” y “Brooke Bond”.

Marcas comerciales de té



Perfil de la empresa

Información General	
Instalación en Rusia	1992
Marca comercial	Lipton, Brook Bond, Beseda
Países origen de té envasado y a granel	Kenia, Argentina , Polonia, Alemania, India, Sri-Lanka, Indonesia, Vietnam
Cantidad del personal	6 500

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Distribución geográfica

Filiales de compañía en Rusia, 2011

Ciudad / Región	Cantidad de filiales
Barnaul	1
Kemerovo	1
San Petersburgo	1
Jabarovsk	1
Novokuznetsk	1
Nizni Novgorod	1
Region de Stavropol	1
Total en Rusia	7

Fuente: datos de la compañía

Historia del desarrollo de compañía

Acontecimientos principales en el desarrollo de compañía

Fecha	Acontecimientos principales
2006	La compañía abrió depósitos y líneas de producción nuevas de la fábrica de ensamblaje de té en San Petersburgo. Las inversiones ascendieron a 500 millones de rublos.
2007	“Unilever” empieza las compras de té certificado por “Rainforest Alliance”.
2008	“Unilever” adquirió la firma «Inmarco» que ha producido el helado. En la Región de Tula “Unilever” empieza realizar el proyecto de construcción del complejo de la producción y depósitos de los jugos, salsas, empaquetamiento de té, etc. Las inversiones deben ascender a 100 millones de rublos hasta los fines de del año 2014.
2009	“Unilever” compra la producción de jugos de la compañía “Baltimor”.
2010	En la fábrica de ensamblaje de San Petersburgo se realizó la modernización, han instalado las nuevas líneas de envases. Zona de producción ha aumentada el 60%, el 50% - el almacén. 11 millones de euros fueron invertidos en la modernización.
2011	La empresa empieza la realización del programa de exportación de té producido en el territorio de Rusia.

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Principales indicadores de la actividad de la compañía

Abanico de productos

Surtido, cantidad de marcas (Brands).	El portafolio ruso incluye 17 marcas comerciales.
Grupos principales de mercadería	<u>Alimentos:</u> mayonesa, ketchup, salsas "Calve", margarina, cremas, sopas y aderezos "Knorr", té, helado. Productos químicos, desodorantes.
Segmentos de precios de los productos	El segmento medio de precios

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

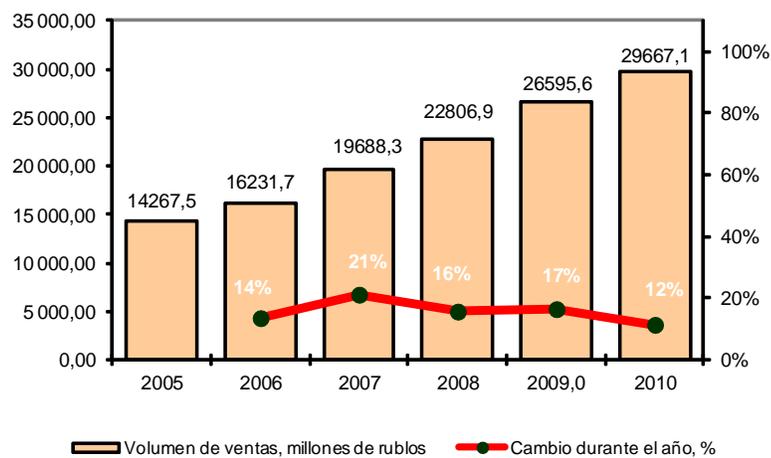
Índices financieros

Índices financieros de «UNILEVER RUS», millones de rublos

Índice	2007	2008	2009	2010
Volumen de ventas	19 688 384	22 806 885	26 595 571	29 667 133
Ganancias (pérdidas)	59 456	151 719	653 289	503 133
Recursos principales	2 884 084	3 588 599	3 661 470	3 875 085
Activos fuera de circulación	3 747 589	6 318 653	8 079 350	8 454 077

Fuente: datos de la compañía

Dinámica del volumen de ventas de «UNILEVER RUS», 2005-2010, millones de rublos



Fuente: datos de la compañía

Rumbo principal del desarrollo y los planes

Estrategia de crecimiento

La compañía “UNILEVER” es el mayor comercializador de té en el mundo y el tercero entre los comercializadores de bebidas. Desarrolla sus actividades en más de 150 países incluyendo Rusia.

El té es una bebida muy apreciada en los países del antiguo bloque del este, con Rusia encabezando la lista, que representan el mayor mercado para este producto fuera de Asia, fundamentalmente gracias a su atractivo precio de venta. El mercado de té de Rusia es muy interesante para la compañía por razones de incremento estable en términos de valores. En estas condiciones favorables los directivos de la compañía están dispuestos a invertir en el desarrollo de la producción de té en Rusia. Según sus estimaciones, las inversiones de 35 millones de euros realizadas en la construcción de la fábrica de envasado en San Petersburgo en 2002 confirma la importancia estratégica de esta dirección de sus actividades en Rusia.

En 2011 la fábrica en San Petersburgo realizó los primeros suministros de té de la marca comercial famosa “Lipton” a los mercados de Turquía, Kazajstán, Israel, Singapur, Mongolia y países de la Unión Europea en el marco de un programa amplio de exportaciones de té en estos países.

“Lipton” es el *Brand* más famoso de té en saquitos. A nivel de las distintas presentaciones de té en la comercialización, se calcula que alrededor del 15% del total de consumo mundial de té corresponde a saquitos filtrantes, siendo su tendencia de consumo marcadamente creciente. Algunas de las ventajas de este tipo de presentación son su facilidad para preparar la infusión, una mayor higiene, cantidades ajustadas para una taza de infusión, gran aceptación en las nuevas generaciones de consumidores y que es un producto con mayor valor agregado.

Países como Rusia, Polonia y Turquía experimentaron comportamientos similares, por lo que se infiere que esta presentación muestra gran potencial de desarrollo.

La fábrica matriz de “Lipton” se encuentra en Bélgica y produce únicamente té en saquitos; el 96% de la producción anual se exporta. La empresa vende sus productos a unos 25 países del mundo y fabrica más de 100 productos diferentes, como el famoso

té “Lipton Yellow Label”, té aromatizado, *blends* y muchos otros. Recientemente se ha lanzado una nueva línea de bolsitas piramidales con sabores variados de té.

Ahora la fábrica en San Petersburgo de la compañía realiza los suministros de “Lipton”.

En la actualidad a “UNILEVER RUS” pertenecen 8 grandes empresas rusas, incluido:

- la fábrica de margarina en Moscú,
- una fábrica de envasado de té, la otra de la producción de salsas y la tercera de la producción de los cosméticos, todos en San Petersburgo,
- la fábrica alimenticia y la generadora de la producción de helados en Tula,
- también las fábricas por la producción del helado en Novosibirsk y Omsk.

El volumen total de las inversiones de la compañía en la economía rusa se acerca a 1 mil millones de euro.

En su cartera la compañía tiene una gran cantidad de marcas propias muy conocidas de productos alimenticios. En particular, la mayonesa, el ketchup y las salsas “Calve”, la mayonesa “Hellmann's”, las margarinas “Rama” y “Pishka”, las cremas de queso “Crème Bonjour”, las sopas y aderezos “Knorr”, los té “Beseda”, “Brooke Bond” y “Lipton”.

Además tiene las marcas comerciales de artículos para la higiene personal y artículos químicos para la limpieza doméstica como champús y cosméticos “Dove”, champús y artículos de tocador para el cuidado de cabello y cuero cabelludo “Clear vita ABE”, “Sunsilk” y “Timotei”, desodorantes “Rexona” y “Axe”, detergentes “Domestos”, “Cif” y “Glorix”.

En la Región de Tula “Unilever” empezó la construcción del complejo productor e industrializador de jugos, salsas, empaquetamiento de té, etc.

Propietarios, accionistas

72,08% del capital tiene la compañía “Rizofoor” (Holanda)

27,92% del capital tiene la compañía “Unilever Deutschland GmbH” (Alemania)

Directivos

Director general de SRL «UNILEVER RUS» – *Kakkar Sandzhiv*

Contactos

Dirección: Moscú, 4 Lesnoi pereulok, 4.

Teléfono: +7(495) 745-75-00; 745-73-59

E-mail: Communications.Russia@unilever.com

Página Web: www.unilever.ru, www.unilever.com



S.A. «MAY» COMPANY

Descripción breve

S.A. «MAY» COMPANY fue creada en 1991. Era la primera que en forma regular realizaba los suministros de té de Ceilán e India en el mercado ruso y lanzó la marca comercial propia “Mayski chai”, es decir “Té de Mayo”.

Marcas comerciales de té



La compañía trabaja directamente con los productores mundiales de té o de materia prima (té a granel) y realiza el envasado de té en su propia fábrica, una de las primeras de esta índole en Rusia.

Perfil de la Empresa

Información general	
Creación de la empresa	1991
Marca comercial	Mayski, Lisma, CURTIS
Países origen de té envasado y a granel	China, India, Sri-Lanka, Indonesia, Vietnam, Kenia, República Sudafricana, Argentina
Cantidad del personal, personas	Más de 1000

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Distribución Geográfica

Filiales de compañía en Rusia, 2011

Ciudad / Región	Cantidad de filiales
San Petersburgo	1
Samara	1
Moscú	2
Vladivostok	1
Volgograd	1
Krasnodar	1
Novosibirsk	1
Total en Rusia	8

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Historia del desarrollo de compañía

Acontecimientos principales en el desarrollo de compañía

Fecha	Acontecimientos principales
1991	Fundación de la compañía y su salida al mercado. Comienzo de suministros de té hoja grande de Ceilán y India en Rusia.
1993	Registro de la marca comercial de té "Mayski"
1995	Salida a los mercados extranjeros
1997	Comienzo de suministros de café al Mercado ruso
1998	Comienzo de trabajo de la fábrica de ensamblaje de té en la Región de Moscú (villa Fryazino). Lanzamiento de la marca comercial nueva de té "Lisma".
2000	Promoción en el mercado ruso los nuevos Brands de té.
2003	Lanzamiento de la campaña de promoción y difusión de los productos. La compañía compra los derechos del distribuidor exclusivo de Brand "Curtis & Patridge" en Rusia y Comunidad de Estados Independientes (CEI)
2007	Abren la nueva línea en la fábrica de ensamblaje
2008	Abren nueva línea en la fábrica de ensamblaje 15 productos de la compañía recibieron las medallas del concurso "Mejor Producto"
2010	Instituto Británico de estandartes dio el certificado a la compañía rusa "May".
2011	En noviembre "MAY" lanzó la compañía de promoción de té "Mayski" por razones del cambio de imagen de Brand y el envase.

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Índices claves de la actividad de compañía

Denominación de índice	Significado de índice
Surtido, cantidad de marcas (Brands).	100 surtidos de té, 3 Brands
Grupos principales de mercadería	Té
Segmentos de precios de los productos	Bajo, medio, premium

Estrategia de marketing y abanico de productos

El surtido de té que vende la compañía “MAY” en Rusia es muy variado. Tiene más de 100 variedades de te. En 2003 la marca comercial “Mayski chai” (que significa “Te de Mayo”) cambio su nombre y actualmente es conocida como “Mayski”.

Te “Mayski” tiene 4 líneas de té: la de Ceilán, la de India, tercera de Kenia y la línea verde de CHINA. La oferta de las variedades de te es muy diversificada. Hoy el consumidor puede comprar los tés con suplementos aromáticos naturales.

La compañía tiene los planes de ofrecer nuevos diseños y formas de presentación de tés.

El Brand «Lisma» apareció en el mercado en el año 1998, año de la crisis económica en Rusia, para los consumidores de ingresos bajos. También para ellos fue lanzado otro Brand económico “Zavarkin”.

En el segmento premium la compañía trabaja con el Brand comercial inglés “Curtis & Patridge”.

El té “Curtis & Patridge” se vende en hebras y en saquitos. Esta marca ofrece tres productos diferenciados: té “Strong” tiene el gusto muy fuerte y características tonificantes, ideal para el desayuno. El té “Medium” es el té clásico con las características equilibradas, se puede consumir durante todo el día, ideal para las meriendas, y el té liviano “Light” orientado a segmentos de clientes exigentes como las mujeres, por ejemplo, tiene el color claro translucido y aroma muy delicada.

Competidores

Ciudad / Región	Competidores principales
Moscú	“Unilever”, “TEA COMPANY №1”
San Petersburgo	“ORIMI TRADE”

Fuente: datos de medios de comunicación

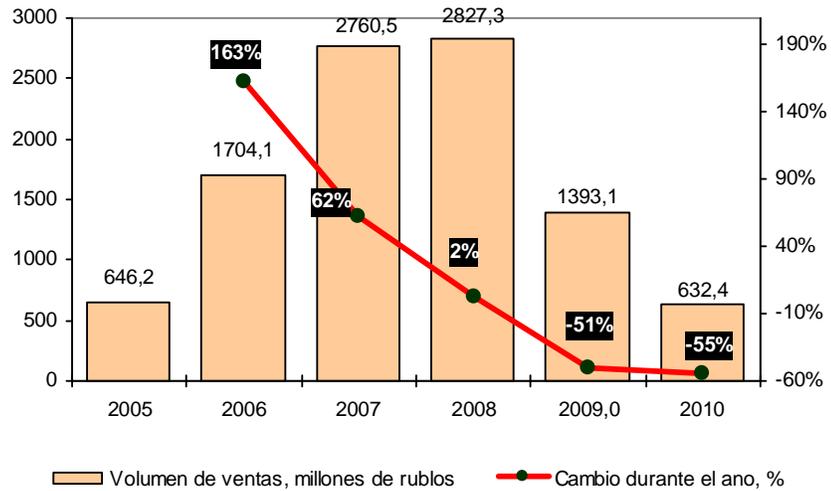
Índices financieros

Indicadores , millones de rublos

Indice	2008	2009	2010
Volumen de ventas	2 827 320	1 393 099	632 425
Ganancias (pérdidas)	3 624	1 977	1 041
Activos de circulación	401 328	139 891	54 212

Fuente: datos de la compañía

Dinámica del volumen de ventas de “MAY” COMPANY, 2005-2010, millones de rublos



Fuente: datos de la compañía

Rumbo principal del desarrollo y los planes

Estrategia de crecimiento

S.A. "MAY" COMPANY era la primera compañía en el mercado ruso que empezó a realizar los suministros de té de hoja grande de Ceilán bajo el nombre de la marca comercial propia.

En los años 90 la compañía estableció los vínculos con los productores de té y registró su propia firma exportadora fuera de Rusia "Maytea export".

La firma importa en Rusia té a granel para su fábrica de envasado donde produce 25 000 toneladas de té envasado por año.

Propietarios, accionistas

El propietario y el único accionista de S.A. "MAY" COMPANY es *Lisinenko Igor Vasilievich*

Directivos

Director General – *Lisinenko Igor Vasilievich*

Contactos

Dirección: Moscú, Proyecktiruemiy proezd, 4294 -19

Teléfono: +7 (495) 775-75-05, 775-55-15

E-mail: ecpr@maycompany.ru, icpr@maycompany.ru

Página Web: www.maycompany.ru, www.maisky.ru



Descripción breve

S.A. «TEA COMPANY №1» fue fundada en 1995. En 1996 se convirtió en representante exclusivo de la empresa de Dinamarca “Nadin Company A/S” , proveedora de té de todas las regiones del mundo.

Marca comercial de té



Información general

Inicio Actividades	1996
Marca comercial	Nadin DeLuxe, VitaliTea
Países origen de té	Alemania, China, India, Argentina

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Distribución geográfica

Filiales de compañía en Rusia, 2011

Ciudad / Región	Cantidad de filiales
San Petersburgo	1

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Historia del desarrollo de compañía

Acontecimientos principales en el desarrollo de compañía

Fecha	Acontecimientos principales
1995	Fundación de la compañía S.R.L. "TEA COMPANY № 1"
2008	La compañía era denominada como "Mejor de los mejores" en el concurso organizado por el Gobierno de Moscú.
2010	Lanzamiento de la nueva marca de té "Nadin DeLuxe" Aparición en el mercado del set de mate para regalos "MATE" de la compañía "TEA COMPANY № 1"

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Indicadores de la actividad de compañía

Abanico de productos

Cantidad de marcas	Más de 250 denominaciones de te y café
Grupos principales de mercadería	Te, café (más de 50 variados)
Marcas adicionales:	Vajilla MC Nadin para té y café
Segmentos de precios de los productos	Medio,

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Estrategia de marketing y surtidos

La marca comercial "Nadin" cuenta con más de 250 variedades seleccionadas de té y café, en el abanico hay tés y bebidas étnicas (yerba mate, rooibos), té de "plantación", té verde seleccionado, etc. En 2010 la compañía lanzó la marca propia con la yerba mate que importa de Argentina. En la actualidad apareció en el mercado la marca de té con vitaminas "VitaliTea". Todas las variedades de té propuestas por esta compañía se encuentran en el segmento medio y alto de precios.

Competidores

Ciudad / Región	Competidores principales
Moscú	"MAY" COMPANY, Unilever
San Petersburgo	ORIMI TRADE

Fuente: datos de medios de comunicación

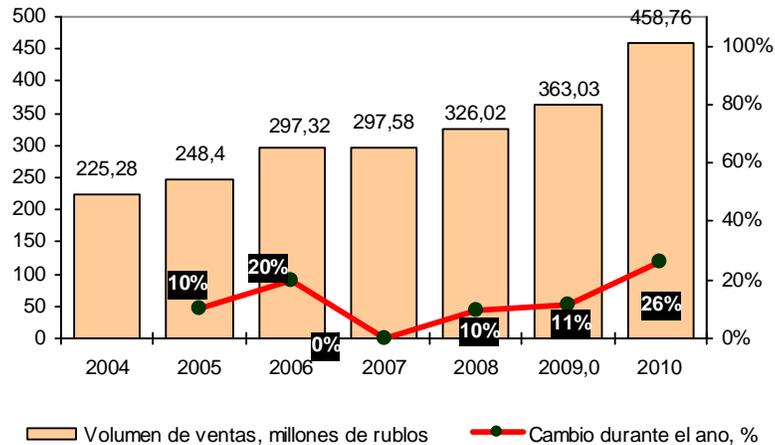
Índices financieros

Índices financieros de “TEA COMPANY”, millones de rublos

Índice	2008	2009	2010
Volumen de ventas	326 022	363 032	458 760
Ganancias (pérdidas)	24 238	30 197	43 928
Capital propio	70 167	93 254	98 139
Capital rotativo neto	62 972	66 668	88 164

Fuente: datos de la compañía

Dinámica del volumen de ventas de «TEA COMPANY», 2005-2010, millones de rublos



Fuente: datos de la compañía

Estrategias de desarrollo

S.A. “Tea Company №1” es el representante exclusivo de la compañía danesa “Nadin Company A/S” y se encuentra en el mercado hace más de 15 años, realizando el envasado de los saquitos con una gran variedad de té importados de distintos países del mundo. Todos productos de la compañía se venden en el mercado ruso bajo el nombre comercial “Nadin”. El rasgo distintivo de los té «Nadin» es la presencia de las adiciones aromáticas.

La compañía vende té en varias formas: fraccionado en hebras, envasado y por pedido especial del cliente.

En la actualidad “Tea Company №1” es líder en el mercado ruso en el segmento de los téis aromatizados y de “plantación”. El 80% de las ventas de los productos “Nadin” se realiza a través de grandes cadenas comerciales.

Directivos

Director general - *Livshitz Aleksandr Mijailovich*

Contactos

Dirección: Moscú, Rusia, calle Iskri, 31 stroenie 7

Teléfono: +7 (495) 789-64-81; (499) 189-43-71

E-mail: teacompany@teanadin.ru

Página Web: www.teanadin.ru



Descripción breve

S.R.L. «VAN REES» es uno de los representantes de la compañía mayorista internacional «VAN REES» que es uno de los principales importadores y distribuidores de té y yerba mate al mercado ruso.

Según el volumen de yerba mate importado la compañía ocupa el segundo puesto siendo Argentina su principal abastecedor.

Información general

Inicio de actividades	2004
Marca comercial	Sin marca comercial
Países origen de té y yerba mate	Vietnam, China, Sri-Lanka, Argentina

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Historia del desarrollo de compañía

Acontecimientos principales en el desarrollo de compañía

Fecha	Acontecimientos principales
2004	Abren la representación de la compañía «VAN REES» en Rusia
2010	Por el volumen de importaciones de mate la compañía sale segunda en el mercado de Rusia

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Principales indicadores de actividad

Abanico de productos

Surtidos	Por mayor, en bolsas
Grupos principales de mercadería	Té, yerba mate
Surtidos adicionales:	No hay
Segmentos de precios de los productos	medio
Países proveedores	Italia, Austria, Australia, Argentina, Hungría, Alemania, España, Nueva Zelanda, Portugal, EEUU, Francia, Chile, Sudáfrica

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Estrategia de marketing

La compañía realiza la distribución mayorista de té en el mercado ruso y países del CEI.

En el abanico de productos hay gran variedad de tés: negro, verde, bebidas étnicas de varios países yerba mate incluido, té aromatizado, té de frutas y de hierbas.

La compañía suele importar las variedades de tés sin Brands.

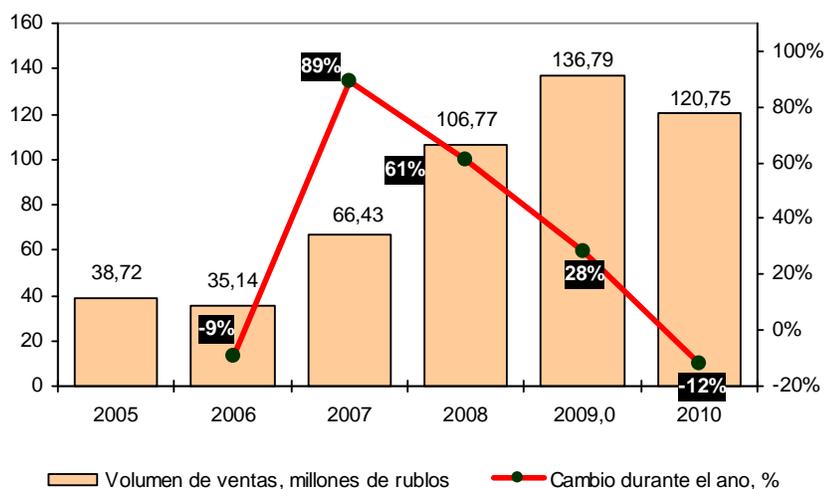
Índices financieros

Índices financieros de "VAN REES", millones de rublos

Indice	2008	2009	2010
Volumen de ventas	106 774	136 789	120 756
Ganancias (pérdidas)	-22	15 969	8 263
Capital propio	785	13 429	20 020
Activos fuera de circulación	-699	12 394	19 336

Fuente: datos de la compañía

Dinámica del volumen de ventas de «VAN REES», 2005-2010, millones de rublos



Fuente: datos de la compañía

Rumbo principal del desarrollo y los planes

SRL «VAN REES» como representante de la compañía mayorista internacional de Holanda «VAN REES», realiza la distribución de té a granel sin Brands comerciales.

Propietarios, accionistas

99,0% - VAN REES, Holanda

1,0% pertenece a empresa VAN REES CEYLON.

Directivos

Director general – *Andrey Georgievich Machavariani*

Contactos

Dirección: Room 809, Building 16/18, 2nd Tverskaya-Yamskaya Ulitsa
MOSCOW 125047 Russian Federation

Teléfono: +7 (495) 225-4504

E-mail: vrn@vanrees.ru

Página Web: www.vanrees.com

Descripción breve

S.A. "ORIMI TRADE" trabaja en el mercado ruso desde 1994, es uno de los mayores importadores y fabricantes de té en Rusia.

Desde el año 2003 la compañía coopera con la empresa de Gran Bretaña "Greenfield Tea Ltd". e introduce al mercado dos marcas comerciales con las participaciones inglesa "Greenfield" y "TESS".

Además "ORIMI TRADE" tiene las marcas comerciales de té propias.

Marcas comerciales de té



Información general

Inicio de actividades	1994
Marca comercial	"Princesa Noori", "Princesa Java", "Princesa Gita", "Princesa Kandy" TESS Greenfield
Países origen de té y yerba mate	Kenia, India, Sri-Lanka, Papúa - Nueva Guinea, Vietnam, China, Indonesia, Brasil, Iran, Argentina

Fuente: datos de la compañía, MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Historia del desarrollo de compañía

Acontecimientos principales en el desarrollo de compañía

Fecha	Acontecimientos principales
1994	Fundación de la compañía «ORIMI TRADE»
2000	Se puso en funcionamiento la fábrica de ensamblaje “Nevskie porogui”
2003	Lanzamiento de marca comercial de té “Greenfield”
2004	«ORIMI TRADE» entró en 200 más grandes empresas privadas de Rusia por la versión de “Forbs”
2005	La parte de «ORIMI TRADE» en el mercado ruso alcanzo 30%
2007	La compañía ha demostrado el mayor crecimiento en el mercado ruso de té
2008	La compañía había colocado en el mercado la marca de té “TESS”
2009	La empresa ha mejorado su posición en 13 puntos entre las 200 mayores empresas privadas en Rusia, según Forbes
2010	La marca comercial “TESS” presentó la colección de té en saquitos en forma piramidal

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Principales indicadores de actividad de compañía

Abanico de productos

Cantidad de marcas	Más de 250 denominaciones
Grupos principales de mercadería	Té, café
Surtidos adicionales:	No hay
Segmentos de precios de los productos	Bajo, medio, premium

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Estrategia de marketing

Según los estudios de marketing 30% de consumidores prefieran té de las marcas comerciales "Princesa Noori", "Princesa Kandy", "Princesa Gita", "Princesa Java".



«ORIMI TRADE» y la empresa británica “Greenfield Tea Ltd.” realizaron el proyecto conjunto de penetración en el mercado ruso de los Brands “Greenfield” (2003) y “TESS” (2008). Según los datos de la empresa, la aceptación del Brand “TESS” por parte de los consumidores supera el 23%. En el segmento premium del mercado ruso esta marca tiene el de 2,4%.

Competidores

Ciudad / Región	Competidores principales
Moscú	“MAY”, “UNILEVER RUS”, “TEA COMPANY № 1”

Fuente: datos de medios de comunicación

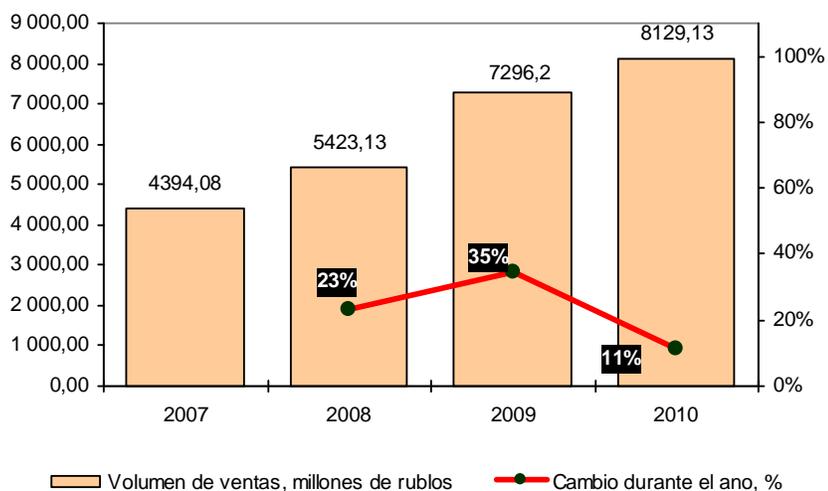
Índices financieros

Índices financieros de "ORIMI TRADE", millones de rublos

Índice	2008	2009	2010
Volumen de ventas	5 423 129	7 296 203	8 129 127
Ganancias (pérdidas)	123 559	267 655	312 571
Capital propio	215 568	329 577	479 848
Capital rotativo neto	34 045	117 626	461 861

Fuente: datos de la compañía

Dinámica del volumen de ventas de «ORIMI TRADE», 2007-2010, millones de rublos



Fuente: datos de la compañía

Rumbo principal del desarrollo y los planes

Estrategia de crecimiento

La compañía «ORIMI TRADE» fue fundada en 1994 y actualmente es una de las principales compañías importadora y envasadora de té en el mercado ruso. En el año 2000 en la región de Leningrado comenzó a operar la fábrica envasadora “Nevskie porogui” (es decir “Umbrales de Nevá”) y a partir del 2003 por su sociedad con la compañía inglesa Greenfield Tea Ltd se comenzó a producir marca comercial del té “Greenfield”.

Como la compañía posee producción propia puede controlar la calidad del té en todas las etapas de su producción.

Realiza la distribución de sus productos en todo el territorio de Rusia y en los países de la CEI. Los suministros de las materias primas de té provienen de 10 países del mundo.

Propietarios, accionistas

86% en el capital reglamentario de la empresa es propiedad de personas particulares, 14% pertenece a la empresa "YOLART.INC" (EE.UU.)

Directivos

Director General – *Kasianenko Serguey Vasilievich*

Contactos

Dirección: San Petersburgo, calle Tobolskaya, 3

Teléfono: +7 (812) 346-82-40

E-mail: mail@orimitrade.ru

Página Web: <http://orimitrade.ru>



S.R.L. «LUTA»

Descripción breve

SRL “LUTA” es el importador y envasador ruso de té en la región de Moscú. La compañía produce té y yerba mate empaquetados bajo marcas propias.

Marcas comerciales de té



Información general

Inicio de actividades	2000
Marca comercial	«Luta», «Chaecek», «Siete Hierbas»
Países origen de té y yerba mate	Argentina, China, Sri-Lanka, India, Kenia

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Distribución geográfica

Filiales de compañía en Rusia, 2011

Ciudad / Región	Cantidad de filiales
San Petersburgo	1
Total en Rusia	1

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Principales indicadores de actividad de compañía

Abanico de productos

Cantidad de marcas	Más de 200
Grupos principales de mercadería	Té y bebidas de té y yerba mate
Surtidos adicionales:	No hay
Segmentos de precios de los productos	medio

Fuente: datos de la compañía, medios de comunicación

Estrategia de marketing

La empresa utiliza materia prima de té importada y produce en Rusia té en saquitos bajo sus propias marcas “Luta”, “Chaechek” (“Tecito”), “7 trav” (“Siete hierbas”).



Marca comercial “Chaechek” (“Tecito”) fue generada especialmente para los niños. Es una infusión a base de escaramujo con varios agregados como las bayas, hierbas y hojas de las plantas.



Las infusiones de la marca “7 trav” (“Siete hierbas”) están compuestas por mezclas de varias hierbas, con un porcentaje yerba mate entre otras, en saquitos de doble capa.



Competidores

Ciudad / Región	Competidores principales
Moscú	"MAY", "UNILEVER RUS", "TEA COMPANY № 1"
San Petersburgo	"ORIMI TRADE"

Fuente: datos de medios de comunicación

Índices financieros

Índices financieros de "LUTA", millones de rublos

Índice	2008	2009	2010
Volumen de ventas	127 872	124 850	121 455
Ganancias (pérdidas)	4 774	20 336	8 632
Recursos principales	9 312	8 039	7 347
Activos fuera de circulación	9 629	8 738	7 838

Fuente: datos de la compañía

Dinámica del volumen de ventas de "LUTA", 2005-2010, millones de rublos



Fuente: datos de la compañía

Rumbo principal del desarrollo

La compañía trabaja con los principales productores de té de hoja del Ceylán, India, Kenia, China. Desde la Argentina (provincia Misiones) importa yerba mate.

El té de hibisco (llamado en Rusia carcadé) lo traen de Sudán, Egipto y Nigeria.



(El agua de Jamaica, agua de flor de Jamaica o té de hibisco es una infusión hecha de cálices (sépalos) de la rosa de Jamaica (*Hibiscus sabdariffa*). Se trata de una tisana que se toma tanto fría como caliente en todo el mundo. Tiene un sabor agrio, parecido al del arándano, añadiéndose a menudo azúcar para endulzarlo. Contiene vitamina C oligoelementos, usándose tradicionalmente como remedio suave. El agua de flor de Jamaica es popular en Jamaica, México, Centroamérica y partes de Sudamérica y el Caribe).

La compañía distribuye sus productos en las regiones de Rusia (de Kaliningrado hasta Vladivostok), en los países de la CEI (Bielorrusia, Transnistria). La venta de los productos en las regiones se realiza a través de la red desarrollada por los distribuidores.

La compañía realiza ventas mayoristas abasteciendo a gran parte de las regiones de Rusia - Noroeste, Central, Sureño, Siberia, de Lejano Oriente, en la región de Volga.

Directivos

Director General – *Rifinius Villi Fridrijovich*

Contactos

Dirección: 142718, Región de Moscú, barrio Leninski, villa Izmailovo

Teléfono: +7 (495) 970-0110

E-mail: info@luta.ru

Página Web: www.luta.ru

B- ENCUESTA A IMPORTADORES, CENTROS COMERCIALES, MAYORISTAS SOBRE IMAGEN Y CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO ARGENTINO

Dimensiones que se consideran en el estudio:

- imagen y percepción de té y yerba mate argentinos en el mercado ruso;
- preferencias de importadores rusos según el tipo de productos exportados desde Argentina;
- conocimientos sobre los productores principales de té y yerba mate argentino;
- nivel de información sobre las marcas comerciales de té y yerba mate argentino.

La encuesta consta de 17 ítems referidos a las transacciones realizadas en 2010 por los importadores rusos de té y yerba mate argentinos. El **53%** de aceptaron participar de la encuesta. Los encuestados ocupan puestos de jefes de departamentos de relaciones exteriores y de marketing de las compañías importadoras.

Los objetivos a encuestar :

- ↻ determinar qué experiencia tienen los importadores rusos de té en colaboración con socios argentinos;
- ↻ analizar qué categorías de té argentino interesan a los importadores rusos;
- ↻ estudiar qué tipo de productos los importadores rusos prefieren comprar en Argentina: té o yerba mate;
- ↻ identificar cómo importadores rusos juzgan los precios de productos argentinos;
- ↻ determinar cuáles son las marcas comerciales de té argentino que conocen los importadores rusos;
- ↻ analizar cómo aprecian la calidad de los productos argentinos en el mercado ruso;

- ⇒ revelar, que factores influyen sobre la elección de té argentino y la marca comercial;
- ⇒ revelar, que factores influyen sobre la elección de una compañía argentina como proveedora de té y yerba mate.
- ⇒ determinar el nivel de disposición de los importadores rusos para la ampliación de cooperación con los productores argentinos;
- ⇒ determinar las necesidades de los importadores rusos de té en la cooperación comercial con Argentina.

LOS RESULTADOS DE ENCUESTA

Experiencia de la cooperación de importadores rusos con los socios argentinos

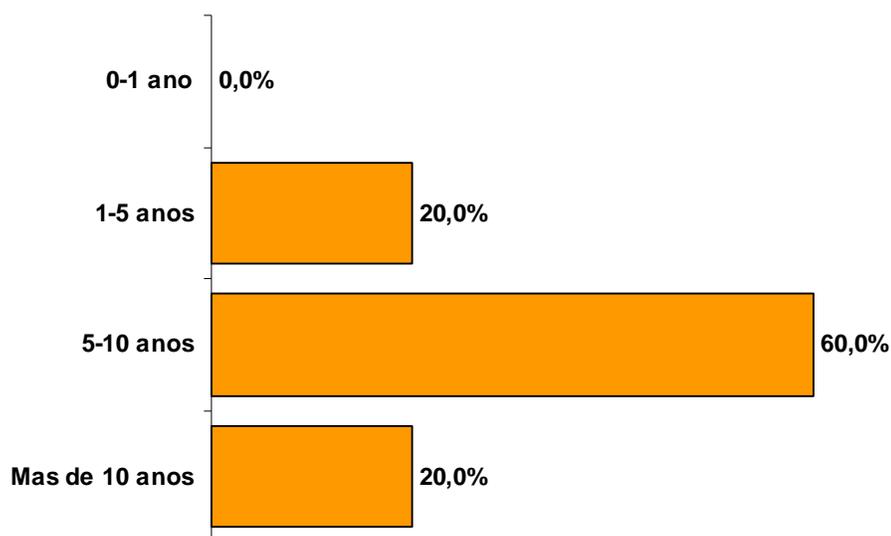
El **63%** del total de las compañías encuestadas, tiene experiencia en el comercio de té y yerba mate desde Argentina. Además, estas compañías comercian con India, China, la Sri Lanka y Kenia. El resto de los encuestados no comercian directamente con Argentina, pero si compran té en otros países: Gran Bretaña, Alemania, en China y la Sri Lanka.

Gráfico 19. Experiencia de trabajo con los socios argentinos, en % de la cantidad total de las compañías, que participaron en la encuesta



Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

Gráfico 20. Duración de cooperación con los socios argentinos, en % de la cantidad total de las compañías, que trabajan con contrapartes argentinas

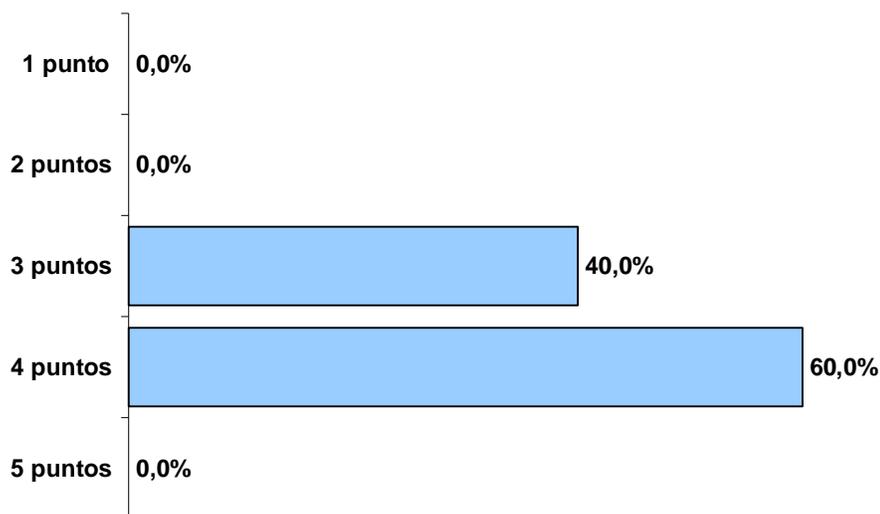


Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

El 60% de las compañías rusas importan té de Argentina desde el año 2001. El 20% lo hace desde hace más de 10 años y un porcentaje semejante importa desde hace 5 años aproximadamente.

- ***El período del lanzamiento y difusión de la producción argentina de té y yerba mate en el mercado ruso fue entre años 2001-2006.***

Gráfico 21. Estimación de calidad de cooperación por escala de 5 puntos, en % de la cantidad total de las compañías, que trabajan con contrapartes argentinas



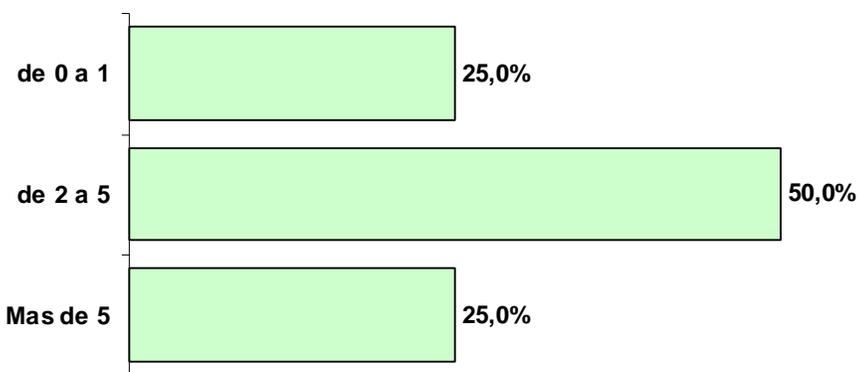
Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

Las compañías rusas estimaron la calidad del vínculo comercial con los socios argentinos en una escala del uno al 5:

- el 60 % califico en 4 puntos ("bien");
- el 40% restante califico en 3 puntos ("satisfactoriamente");

En conclusión:

- *La mayoría absoluta de las compañías importadores rusas que participaron en la encuesta (el 75 %), está interesada en los suministros regulares de té desde Argentina. Todas las compañías, que participaron en la encuesta, no están interesadas en las compras esporádicas. El 25% restante no está interesado en importar té desde Argentina.*
- **Gráfico 22. Cantidad de productores de té/yerba mate argentinos, conocidos por importadores rusos, en % de la cantidad total de las compañías, que participaron en encuesta**



Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

El 50% de los importadores rusos encuestados tiene conocimiento de 2 y hasta 5 firmas productoras de té/yerba mate argentinos.

El el 25% conoce muy bien los productores argentinos y pueden referirse a más de 5 firmas productoras.

El 25 % restante desconoce los productores argentinos de té/yerba mate.

En conclusión:

- ***En función de estos porcentajes existen muchas posibilidades de incrementar las relaciones comerciales con productores argentinos de yerba mate y té.***

Conclusión de la Encuesta

Las preferencias de importadores de té/yerba mate argentinos

La mayor parte de importadores que participaron en la encuesta (el 62,5%) está interesada en los suministros **de yerba mate**.

Yerba Mate

En Rusia hay dos grupos principales de consumidores de yerba mate. Son los **jóvenes y las mujeres**.

Entre los jóvenes de ingresos altos el mate está de moda porque está de moda tomar todas las bebidas calientes étnicas tipo té como roibos, hanibos, etc en remplazo a la infusión tradicional. El principal competidor de la yerba mate en el segmento Premium es el té negro de China, **té pu-erh** en todas sus variedades.

La otra parte de consumidores de yerba mate son **jóvenes con ingresos bajos**, por ejemplo estudiantes, pintores, actores, etc. Ellos tomen mate por dos razones. La yerba mate es una infusión económica, considerando su alto rendimiento. Poco a poco adquirieron el hábito de tomar mate y con el paso de tiempo la infusión se popularizó entre sus amigos y parientes. Empiezan con comprar yerba mate con sabores o ingredientes adicionales en envases pequeños para probar, después compran la yerba mate molida y empaquetada natural en diversos tipos de envases y presentaciones comerciales. Además, pasan muchas horas sin dormir. A la infusión de hojas de yerba mate se le atribuyen propiedades energéticas y tonificantes debidas al contenido de mateína, que estimula el sistema nervioso central y promueve la actividad mental, con la positiva particularidad de no interferir con los patrones normales del sueño. Lo eligen también por esos motivos.

Las mujeres de todas las edades eligen tomar mate para adelgazar. Según la información disponible en Rusia, la infusión brinda sensación de saciedad y posee cantidades considerables de potasio, hierro, fósforo, sodio y magnesio; también contiene diversas sustancias antioxidantes, vitaminas y carotenos que faltan cuando hacen las dietas. Otras propiedades de la yerba mate la señalan como diurético y como estimulante para reducir la fatiga, suprimir el apetito. Piensan que todo eso les ayuda a

bajar de peso. La yerba mate se la considera como planta medicinal y prefieren tomar en lugar de té.

Las mujeres prefieren yerba mate con agregados y sabores adicionales.

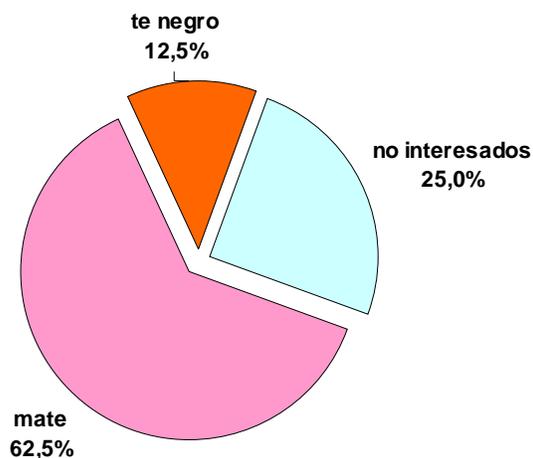
Por todas estas razones crece la demanda de yerba mate en el mercado ruso.

Té

El 12,5% de los importadores interrogados está interesado en los suministros de **té negro argentino**. Entre ellos se destacan los importadores que tienen en Rusia sus propias fábricas de envasado. Ellos prefieren el té argentino por su característica color intenso que aporta a los distintos blends y otorga una infusión especialmente translúcida. Importadores rusos compran, como regla, el té negro argentino sin marca a granel como materia prima para añadir después a las mezclas.

El té negro argentino puro envasado en varias formas no tiene gran popularidad entre los consumidores rusos. Además el té negro argentino listo para tomar tiene el precio alto y poco competitivo comparando con los precios de té negro proveniente de otros países del mundo.

Gráfico 23. Preferencias en los suministros de té y yerba mate, en % de la cantidad total de las compañías, que participaron en encuesta

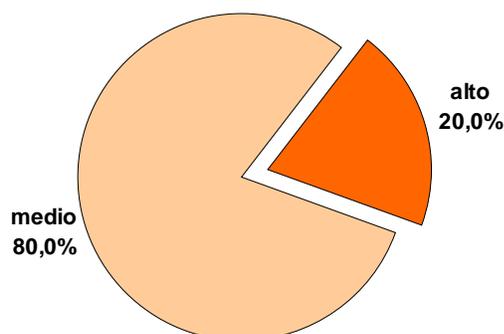


Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

Estimación de los niveles de precios de los productos argentinos

La mayor parte de las compañías que tienen la experiencia de trabajar con las firmas argentinas (el 80% de su cantidad total) califican el nivel de precios de té/yerba mate argentinos como medio. El 20% de las compañías estima el nivel de precios como alto.

Gráfico 24. Estimación de los niveles de precios, en % de la cantidad total de las compañías, que cooperan con la Argentina.



Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

Factores que influyen en la elección de los productos (té y yerba mate) y las firmas proveedoras

Hay tres factores importantes que influyen en la elección del producto. La encuesta mostró el siguiente **ranking de criterios**:

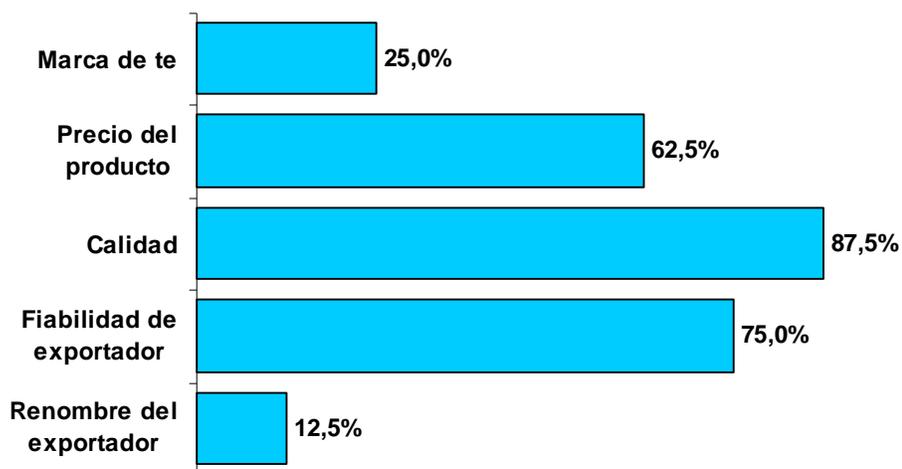
La calidad es principal criterio que influye en la elección de té/yerba mate por parte de los importadores el (87,5%.)

El segundo lugar entre los criterios ocupa **la confiabilidad del proveedor**. Este criterio tiene importancia para el 75% de los encuestados.

En el tercer puesto se encuentra **el precio** del producto. Eso vale para el 62% de los importadores que dieron a conocer su opinión.

La marca comercial del producto tanto como el renombre del exportador (productor, proveedor) tienen menos importancia para los importadores, según la encuesta. Solo el 25% y el 12,5% respectivamente indicaron estos criterios como considerables.

Gráfico 25. Criterios de elección de los productos, en % de la cantidad total de las compañías encuestadas.



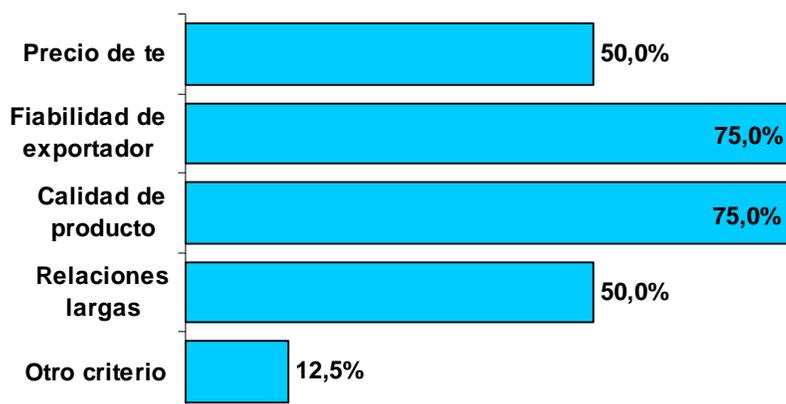
Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

Los criterios básicos en el momento de la elección de proveedor de té/yerba mate por los importadores rusos son **la fiabilidad del proveedor y la calidad** de su productos (el 75%).

El precio del producto y la duración de las relaciones comerciales tienen importancia para el 50% de los importadores.

El 12,5% eligen como criterio para tomar la decisión **la marca comercial** del producto.

Gráfico 26. Criterios de elección del proveedor del producto, en % de la cantidad total de las compañías encuestadas.



Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

En conclusión:

Hay tres factores importantes que influyen mucho en la elección del producto.

El criterio principal es la calidad de los productos.

El segundo lugar entre los criterios ocupa la fiabilidad del proveedor.

En el tercer puesto se encuentra el precio del producto.

Los criterios básicos en el momento de la elección del proveedor de té/yerba mate son la fiabilidad del proveedor y la calidad de sus productos.

El precio del producto y la duración de las relaciones comerciales tienen importancia para la mitad de los importadores.

Evaluación de las perspectivas de la oferta argentina

Al respecto de las intenciones de los importadores de ampliar la cooperación con las compañías argentinas de té, la encuesta ha revelado que el 75% de ellos están más o menos dispuestos (el 37,5% en firme) para la ampliación del mercado fuera de Moscú y San Petesburgo.

El 25% de los entrevistados han expresado no estar preparados para vincularse con nuevos proveedores del té/yerba mate de Argentina.

Basándose en esos datos, se puede sacar la conclusión que existe la perspectiva para el refuerzo y la ampliación de los suministros de té y yerba mate argentino a Rusia.

Gráfico 27. Disposición de cooperar con nuevos proveedores de té/mate argentinos, en % de la cantidad total de las compañías encuestadas.



Fuente: encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011

En conclusión:

Tres cuartos de los encuestados están dispuestos ampliar y fortalecer la cooperación con los productores argentinos de té y yerba mate. A pesar de la existencia en la actualidad del 25% de las compañías no interesadas a empezar el trabajo con las contrapartes nuevas, en el futuro próximo pueden cambiar su opinión a favor de la vinculación. Entonces hay potencial para el crecimiento del comercio bilateral.

Recomendaciones para los exportadores de Argentina

Los importadores rusos que participaron en la encuesta realizada por ILA-CONSULTING en diciembre de 2011 presentaron sus recomendaciones y sugerencias a los exportadores argentinos que tienen intención de salir al mercado ruso de té y yerba mate:

Té negro argentino puede ser utilizado para realizar las mezclas de té con el fin de bajar el precio del producto final. Pero hay que tener en cuenta que el té de Vietnam también cumple esta función en el mercado ruso.

El mercado de yerba mate en Rusia es un mercado muy específico y relativamente chico. Pero los importadores, en general, muestran interés en ampliar el abanico de ofertas (hasta no menos de 4-5 posiciones).

También hay interés en un mix de carga (contenedor) con diferentes presentaciones de yerba mate (con el contenido no más de 0,5 kg, preferiblemente de 100 y 250 gramos).

Hay dos necesidades en relación con los suministros de yerba mate – una es la ampliación de la línea de los Brands y la otra – la conformación de un contenedor común con mercadería de diferentes exportadores (productores). Hasta ahora en la práctica viene un contenedor de un solo productor.

También hay necesidad de una mayor estabilidad de los suministros porque en la actualidad son irregulares.

Negociar entre empresas argentinas y rusas mayor flexibilidad en las condiciones de pago. Las compañías rusas están interesadas en ampliar los plazos.

Los importadores mostraron la disponibilidad de realizar promoción de un nuevo Brand (marca) de té/yerba mate con gran el potencial de ventas en el mercado ruso. La cuestión es buscar y encontrar las inversiones para el lanzamiento y difusión de esta marca.

Los distribuidores rusos están interesados en representar a las empresas argentinas en forma exclusiva en caso de conseguir un apoyo financiero.

C- ESTUDIO DE COSTOS APROXIMADOS Y RECOMENDACIONES PARA LA REALIZACION DE LA CAMPAÑA DE DIFUSION DEL PRODUCTO

Particularidades de ventas de té y yerba mate argentinos en Rusia

El mercado del té negro en Rusia es consolidado y se distingue por un alto grado de la competencia. Como se expresara anteriormente, a lo largo de la última década el mercado estaba controlado por grandes importadores y fabricantes nacionales y extranjeros. El té producido por estas compañías ha recibido una amplia difusión en todo el territorio del país.

El té negro de Argentina es suministrado al mercado ruso para su uso ulterior en las fábricas rusas en la forma de blends (blending) o el mezclado del té (la mezcla de los tipos distintos de té para el logro de las características específicas gustativas en el producto final).

El té negro de Argentina es suministrado a granel (sin marca comercial) y se usa por los fabricantes rusos para producir el té reenvasado bajo propias marcas comerciales.

De esta manera funciona la compañía distribuidora "Avalon" (Avalon Group, www.avalongroup.ru), que utiliza el té negro argentino para la creación de las propias marcas de té. La única excepción de esta regla es el suministro de té negro desde la Argentina bajo el nombre de la marca global "LIPTON".

Cabe subrayar que el comercio de yerba mate es un segmento relativamente nuevo en el mercado ruso. Según la opinión de los expertos, el segmento de yerba mate se desarrolla en forma activa y tiene un gran potencial. Pero los importadores se muestran cautelosos sobre las perspectivas del mismo.

El interés de tomar mate se explica por la moda de tomar las bebidas exóticas y étnicas. El consumo está focalizado en ciertos segmentos de la población, aquellos con mayor preferencia por productos naturales y que tienen más acceso a la información sobre propiedades del producto. El competidor de la yerba mate es el té verde que se encuentra mejor posicionado en el mercado ruso.

Se manifiesta un gran interés de la población rusa hacia productos alimenticios naturales y con propiedades benéficas para la salud. Esta situación, en consecuencia, puede ser traducida en un incremento de las importaciones de yerba mate.

Hay algunos obstáculos para consolidar el hábito de tomar mate en Rusia. Uno de ellos es la falta de tradición entre los rusos. También como obstáculo puede considerarse la forma de preparación que lleva su tiempo: la necesidad de contar con accesorios adicionales como mate y bombilla (que no son baratos aquí) y que hace al producto relativamente costoso para el público con ingresos bajos y medios. Así mismo el gusto específico del producto tampoco ayuda a la difusión masiva de mate original (natural) en el mercado ruso.

La yerba mate saborizada es más aceptable y popular. Esta variedad de yerba mate se encuentra en la oferta de todas las empresas. Para su producción utilizan varios métodos. El más barato es la adición de los saborizantes sintéticos. Utilizado por las compañías envasadoras de Rusia («La compañía rusa de té», «Nadin», «Luta», etc.). El método más caro es la sublimación de las frutas naturales. Esto es el método de los productores argentinos de mate que producen la yerba mate saborizada con cáscaras de naranja, manzanilla o limón, etc.

También es popular la yerba mate con bajo contenido de polvo y picado grueso o yerba mate canchada. Se puede preparar con la tetera al estilo del té en hebras que es más habitual para el consumidor ruso.

En el mercado ruso se encuentran diferentes presentaciones de envases de yerba mate. Habitualmente se encuentra a la venta yerba mate envasada en paquetes de cuarto y medio kilogramos.

En los últimos años, los productores han comenzado a entender que las presentaciones de yerba mate deben cambiarse. En los últimos meses en el mercado ruso apareció la yerba mate en saquitos. El volumen de mate en saquitos no registra incrementos considerables pero este tipo de envase es muy cómodo para el consumidor y, según la opinión de los expertos y tiene buenas perspectivas comerciales.

El mate en polvo en formato de bolsitas filtrantes es la novedad para el mercado ruso. Los expertos pronostican un futuro interesante gracias a sus cualidades: simplicidad de

uso, practicidad, la accesibilidad, la conservación de las propiedades tonificantes y saludables del mate clásico.

Las ventas de yerba mate en el mercado ruso la realizan los importadores directos y los distribuidores de las marcas comerciales argentinas como “Johnson Trading” (distribuidor exclusivo de la empresa “Establecimiento Las Marías”), “Club Mate” (distribuidor de la marca comercial “Amanda”) y otros. Algunos importadores realizan el reenvasado en Rusia en sus fábricas (“MAY” COMPANY, “TEA COMPANY №1”, “Luta”).

IMPORTANTE: Las ventas de yerba mate se han trasladado del centro hacia las regiones de Rusia. Si bien hace 2 o 3 años Moscú era el consumidor principal de yerba mate, ahora la demanda se estabilizó. Al mismo tiempo, en las ciudades grandes de las otras regiones, tales como Nizni Nóvgorod, Ekaterimburgo, Novosibirsk, etc., se registra un incremento de las ventas. También crecen las ventas en los países cercanos – Ucrania y Kazakstán.

Si bien el 40% del consumo de yerba mate se concentra en Moscú, el 60% restante se distribuye en las otras regiones del país. Los consumidores de las regiones del Este de Rusia muestran un interés creciente hacia la yerba mate (en la región de Krasnoiarsk por ejemplo). Efectivamente en esta zona hay tradición de tomar té verde de China.

Los lugares de ventas de yerba mate en Rusia son los centros comerciales, los supermercados, los comercios especializados, los clubes de mate, comercios de té online y los kioscos.

Existe una amplia gama de precios en la venta minorista de yerba mate en el mercado ruso dependiendo de si es suelto o envasado.

Así el precio minorista de yerba mate al peso y yerba mate envasada de las compañías “TEA COMPANY №1”, “Luta”, “La compañía rusa de té” varía de 130 hasta 250 rublos por kilo (4-8 dólares).

La estrategia de los precios depende de los lugares de la venta y de la clase de consumidor de yerba mate.

Los supermercados prefieren vender yerba mate de menor precio para la gran cantidad de consumidores. Como regla, no venden los accesorios clásicos para tomar mate como calabazas y bombillas.

Los comercios especializados de té (comercios de redes de negocio de té) ofrecen desde las marcas económicas hasta la yerba mate del segmento premium. En este tipo de comercios hay todos los accesorios para preparar la infusión.

Entre las redes especializadas de té que funcionan en las grandes ciudades se destacan «Onza», «Gremio de té», «Cantata de café», etc.

Los kioscos prefieren centrarse en el consumidor estándar, sin embargo, pretenden ampliar la oferta de yerba mate a partir de nuevas variedades y accesorios.

La yerba mate no solo interesa a los distribuidores que trabajan con los mayoristas si no también los minoristas, como por ejemplo HoReCa. Otra alternativa es la difusión de la yerba mate por parte de los restaurantes que ya la incorporaron al menú porque está de moda y por su gran rendimiento.

Los pronósticos de los expertos y los operadores del mercado de té acerca del crecimiento ulterior del consumo y las ventas de yerba mate se diferencian.

El pronóstico pesimista (el de los importadores) dice que la moda a esta bebida exótica entre los consumidores rusos puede acabarse y desaparecer y desde ya las ventas caerán bruscamente.

Un pronóstico más probable del desarrollo que es optimista (el de los expertos del mercado de té), dice que el crecimiento del mercado de yerba mate en Rusia va a seguir y puede atraer a los nuevos consumidores y proveedores.

Poco a poco el producto (yerba mate) de la categoría "exótico" puede pasar la categoría "útil", ya hoy se puede observar el comienzo de este proceso.

En conclusión:

- El mercado del té negro en Rusia está consolidado y se distingue un alto grado de competencia.
- El té negro de Argentina es suministrado a granel (sin marca comercial) y se usa por los fabricantes rusos para producir té reenvasado bajo propias marcas comerciales.
- El comercio de yerba mate es el segmento relativamente nuevo del mercado ruso de infusiones.

- Según la opinión de los expertos, el segmento de yerba mate se desarrolla en forma activa y tiene un gran potencial. Hay interés de los consumidores hacia las nuevas presentaciones de yerba mate.
- Al mismo tiempo se observan algunos obstáculos en el crecimiento del hábito de tomar mate en Rusia.
- Las ventas de yerba mate en el mercado ruso las realizan los importadores directos y los distribuidores de las marcas comerciales argentinas.
- En los últimos tiempos las ventas de yerba mate se han trasladado del centro (Moscú, San Petersburgo) hacia las otras regiones de Rusia.
- Los lugares de venta de yerba mate en Rusia son los centros comerciales, los supermercados, los comercios especializados, los clubes de mate, comercios de té on-line y los kioscos.
- La gama de los precios minorista de yerba mate en el mercado ruso es amplia.
- La yerba mate interesa no sólo a los distribuidores que trabajan con las compañías al por mayor y al por menor, sino también a las empresas de HoReCa.
- Los pronósticos de los expertos y los operadores del mercado de té acerca del crecimiento ulterior del consumo y las ventas de yerba mate se diferencian. El pronóstico pesimista dice que la moda a esta bebida exótica para el consumidor ruso puede desaparecer y las ventas caerán bruscamente. Un pronóstico más probable del desarrollo que es optimista, dice que el crecimiento del mercado de yerba mate en Rusia puede atraer a nuevos consumidores y proveedores.

CAMPAÑA DE DIFUSION PUBLICITARIA – RECOMENDACIONES PARTICULARIDADES PARA TÉ Y YERBA MATE ARGENTINOS

El avance de té y yerba mate argentinos en el mercado ruso, dependen de una eficaz campaña de promoción.

La presencia en las redes distribuidoras y el desarrollo de una buena estrategia de marketing garantizan en muchos casos el éxito en el crecimiento del producto elegido, el Brand o la marca comercial.

Ejemplos de la realización de las campañas de promoción de té

La tabla 10 contiene los ejemplos de las compañías publicitarias que realizan los grandes operadores de té en el mercado ruso.

Tabla 23. Prácticas habituales en la realización de campañas publicitarias

La compañía	Brand / Marca comercial	Los elementos de publicidad
MAY COMPANY	Mayski, Lisma, CURTIS	TV publicidad Publicidad en subte Publicidad en los medios de comunicación Los folletos Publicidad en lugares de venta Merchandising Public Relations (PR)
ORIMI TRADE	TESS Greenfield Princesa Noori, Java, Gita, Kandy	TV publicidad Publicidad en el transporte público Publicidad de cartelera al aire libre (Outdoor billboard advertising) Publicidad en lugares de venta Degustaciones y sampling
CLUB MATE www.club-mate.ru	Brand comercial “ Club Mate ” Venta de franquicias Distribuidor de las marcas argentinas: Amanda, Pipori, Castiello, Aquatadora	TV publicidad Publicidad en los medios de comunicación Publicidad on-line Escuela de matero
SDC-FOODS www.ahmadtea.ru	Ahmad Tea	TV publicidad Publicidad en el transporte público Publicidad de cartelera al aire libre (Outdoor billboard advertising) Publicidad en lugares de venta Degustaciones y sampling Eventos de caridad
UNILEVER RUS www.unilever.ru	Lipton, Brook Bond, Beseda	TV publicidad Publicidad on-line Publicidad de cartelera al aire libre (Outdoor billboard advertising) Publicidad en lugares de venta Merchandising Public Relations (PR)
TEA COMPANY №1 www.teanadin.ru	Nadin	Publicidad en lugares de venta Public Relations (PR) Los folletos

Fuente: ILA-CONSULTING

Por la competencia creciente en el mercado ruso de té, los grandes operadores organizan cada vez campañas publicitarias más agresivas.

Por ejemplo, los principios rectores de la política de marketing de la compañía “MAY” son: la creación de las marcas comerciales memorables; la conservación de las

posiciones de líderes en los segmentos básicos valorativos; el mantenimiento de los altos estándares de la calidad; el estudio permanente de gustos y preferencias de los consumidores; la conformidad a los gustos de los consumidores; la formación de los gustos de los consumidores.

La compañía presta gran atención al apoyo publicitario de sus marcas en la televisión, en los medios de comunicación, en Internet, en el transporte y en las calles. El objetivo básico de la campaña publicitaria de esta empresa es afianzar la confianza en sus marcas. Para lo cual establecieron unas "líneas calientes" de acceso directo y gratuito para los consumidores de todas las ciudades de Rusia, como también crearon los sitios WEB especiales de las marcas comerciales.

A menudo, además de la publicidad estandarizada en medios de comunicación los distribuidores rusos de yerba mate usan los métodos no habituales de promoción. Por ejemplo, el "Club Mate" en el marco de una propuesta de vida saludable de la población mediante el consumo de productos naturales y de alta calidad.

Así, en la campaña publicitaria el Club ha declarado que «abastece de yerba mate a los deportistas rusos (la selección nacional del waterpolo).

Después de la realización de la campaña publicitaria, se manifestó el interés hacia la yerba mate desde gimnasios (centros de aeróbica) y los spa.

El "Club Mate" se ocupa del avance de la cultura de tomar mate en Rusia y realiza el programa especial para sus socios en diferentes regiones de la Federación de Rusia, desarrolla la cooperación en forma de franquicia.

Según las estimaciones de los expertos, en Rusia se ha formado ya "**el consumidor de mate**" exigente, que comprende la naturaleza de esta infusión y se niega poco a poco a las variedades baratas en beneficio de marcas más caras, presta atención a los rasgos particulares del gusto de la bebida.

En conclusión:

- ***Los grandes operadores de té organizan las compañías de publicidad agresivas de sus marcas comerciales. A menudo, además de la publicidad***

estandarizada en medios de comunicación los distribuidores rusos de yerba mate usan métodos no convencionales de la publicidad.

- *El interés hacia la yerba mate se manifiestan en centros que se especializan en el relax de los clientes (spa).*
- *Según las estimaciones de los expertos, en Rusia se ha formado ya la figura del “consumidor de mate”.*

Recomendaciones para la realización de las campañas de promoción y difusión del producto en las regiones seleccionadas

- La creación de la imagen positiva de té y yerba mate argentinos con la ayuda de los medios publicitarios (en los medios de comunicaciones varias, los folletos, etc.). Hay que subrayar la utilidad del producto (por ejemplo, mate) desde el punto de vista de una alimentación sana, su alta seguridad ecológica, la conformidad a los estándares internacionales de la calidad y las normas sanitarias;
- La popularización de té/yerba mate argentinos en las exposiciones regionales en Rusia, los seminarios de negocios, las conferencias y las tardes temáticas, etc.;
- La creación del estilo especial y memorable para toda la producción argentina que se vende en el territorio ruso (la marca comercial, el Brand, el logotipo, etc.);
- El establecimiento en el territorio ruso de representantes exclusivos para incrementar las ventas y la publicidad.
- Uso de canales de comunicación personal tales como: encuentro de directivos, conferencias, realización de las presentaciones, video-entrevistas,
- La participación de líderes de opinión y personajes destacados.
- Incrementar la difusión del producto en el segmento medio y alto y entre la juventud, mujeres y las personas de la edad media en general;
- La realización de las degustaciones del té argentino y yerba mate en las tiendas especializadas de té (en las regiones escogidas);
- La distribución en los lugares de ventas de las muestras gratuitas del producto (por ejemplo, los saquitos de yerba mate y té);
- La cooperación de los productores y los distribuidores de té y yerba mate argentinos con los clubs regionales del interior de Rusia

- La creación de la red distribuidora (el socio) en las regiones seleccionadas;
- Apoyo por parte de los exportadores argentinos a los socios en las regiones de la Federación de Rusia para el avance de su marca comercial.

D- Análisis sobre logística necesarias, distribución

Los canales de distribución bien organizados se han desarrollado significativamente en los últimos años, especialmente en las grandes ciudades.

El consumo se ha visto beneficiado por la aparición de negocios minoristas con capacidad para comprar a granel y con compromisos de aprovisionamiento a largo plazo. La apertura de shoppings es una característica que prevalece en Moscú y se está expandiendo a otras regiones.

Ello ha facilitado la introducción de productos en este mercado. Sin embargo, por la vastedad geográfica acceder a algunas regiones resulta aún problemático y es posible encontrarse con un sistema de distribución errático, imprevisible, improvisado y de extrema competencia. Predominan en algunas zonas los canales informales de distribución a través de kioscos y mercados abiertos. Pese a ello, con una estrategia de desarrollo del mercado a largo plazo, Rusia ofrece un gran potencial. Las oportunidades existentes han atraído a multinacionales, que han invertido capitales importantes para instalarse en el país.

El crecimiento del sector de la distribución minorista ha tenido en los últimos años una expansión promedio del 20-30% anual, incluyendo el sector de productos alimentarios y bebidas. En el año 2009 la facturación anual de la industria alimentaria superó los 240.000 millones de dólares.

Las previsiones para el período 2009-2012 estiman que las ventas en los grandes formatos de distribución (supermercados, hipermercados y cash & carry) continuarán incrementando su cuota de participación del mercado y reduciendo la fragmentación de la distribución minorista. Su estrategia se basa en el desarrollo de marcas blancas y en la oferta de grandes descuentos a amplias bases de consumidores, para competir con los canales de la economía informal.

En adición, para poder tener una idea más acabada del potencial y las perspectivas de evolución del mercado debe tenerse en cuenta:

- la existencia de una parte importante de la economía en la informalidad. Según estimaciones, entre un 40 y 45% de la misma corresponde a la economía sumergida y no se refleja en las estadísticas oficiales.
- el creciente avance del formato de distribución moderna, estimado entre el 30 y el 35% a nivel nacional, que presumiblemente continuará expandiéndose, hecho avalado por el importante crecimiento experimentado en los últimos años por las cadenas de distribución ya establecidas en el país.
- cierto grado de saturación del mercado en las regiones de Moscú y San Petersburgo, donde aparecieron los primeros supermercados e hipermercados y que según estimaciones la penetración de la distribución moderna superaría el 60%, con lo cual la capacidad de absorción de nuevos establecimientos o formatos se ve reducida.
- teniendo en cuenta lo precedente se percibe el sostenido crecimiento del mercado en las regiones, fomentado adicionalmente por la mejora producida en la situación económica del interior y por consiguiente del poder adquisitivo de la población. Así, las cadenas de distribución siguen expandiéndose, centrando sus recursos en afianzar sus posiciones en las regiones, mediante la apertura de nuevos establecimientos o bien adquiriendo cadenas de comercialización consolidadas regionalmente.
- todo ello a un fenómeno de sostenido crecimiento del mercado y la consolidación de empresas que operan en diversos sectores, con un papel destacado el sector alimenticio. Se percibe una activa política empresarial de adquisiciones y/o fusiones entre grupos como medio para seguir creciendo y para posicionarse en las regiones.

Tipos de distribución

- DISTRIBUCIÓN MAYORISTA

Mercados

Son los que dominan la economía informal y las ventas al por mayor se concentran en las periferias de los centros urbanos, en las llamadas "Yarmarka" (feria) u "Optovie rink" (mercado al por mayor). En general existen mercados especializados (ropa, agroalimentario, electrónica, autopartes, construcción, entre otros).

Comercializan un alto porcentaje de productos falsificados. En el caso de los productos alimentarios, la mayoría son de origen nacional o de los países de la Comunidad de Estados Independientes. Muchos de estos mercados están monopolizados por grupos procedentes de algunas de estas ex-repúblicas soviéticas, como Azerbaiyán o Georgia, que determinan que los productos comercializados provengan de estos países.

Cumplen un papel importante en la distribución de productos frescos de todo tipo: frutas y verduras, carne, pescado, si bien no son de interés para el exportador argentino ya que su informalidad no solo se refleja en aspectos financiero-contables sino también por la calidad de las instalaciones que no favorecen una imagen positiva.

Distribuidores especializados

Los importadores directos son los que deberían concentrar la atención del empresariado argentino, ya que son los que realizan las actividades de mayoristas al distribuir los productos importados hacia las regiones, para lo cual se requiere de depósitos con capacidad para almacenar volúmenes importantes e instalaciones para preservar los productos.

Se está produciendo una mayor especialización en este sector con el surgimiento de empresas que se dedican exclusivamente a proveer almacenaje y organizar la distribución

en las grandes ciudades y hacia las regiones.

“Cash and carry”

Formato de aparición relativamente reciente en el país, siendo inaugurado por la cadena Metro en el año 2000, que poseía ya en el año 2010, 90 establecimientos.

Actualmente operan a través de este tipo de formato las siguientes empresas: Metro, Selgros, Berado y Lenta Cash & Carry. A sus establecimientos acuden tanto otros mayoristas como detallistas. Es un segmento que ha experimentado un gran crecimiento, tanto en el tamaño de las empresas que operan en él, como en la expansión hacia las regiones.

- Distribución minorista
- Distribución tradicional

Es la forma que predominó durante el período de la Unión Soviética y que ha ido adaptándose a las nuevas necesidades de los consumidores, destacándose:

Rinki (mercados)

Es la versión de ventas al por menor de los "Optovie rinki" y habitualmente se encuentran situados en las cercanías de las principales estaciones de metro. Son mayormente parte de la economía informal y se orientan hacia el consumidor con bajo y medio poder adquisitivo. Estos mercados están organizados en torno a los productos

de alimentación, si bien pueden ofrecer otro tipo de mercancías como ropas, juguetes, artículos de droguería. Están en un proceso de modernización progresiva por la acción de las autoridades municipales.

Gastronoms

Son resabios de la Unión Soviética y están situados predominantemente en la periferia de las ciudades, con una oferta de productos alimenticios de calidad media y de amplia variedad. Con una superficie importante que puede superar los 400 m², se caracterizan por tener puestos o mostradores especializados que ofrecen una variedad de productos amplia y combinada. Numerosos Gastronoms del centro de Moscú tuvieron que adaptarse a los cambios en el sistema de distribución fueron reconvertidos en supermercados de corte occidental.

Produktis

Son pequeños establecimientos situados en un local comercial en el bajo de un edificio, similares a los almacenes de barrio argentinos. De surtido variado, con productos de calidad media dependiendo de la zona y actualmente se estima que muchos se encuentren abiertos ininterrumpidamente (24 horas del día, 7 días a la semana).

Kioscos

Los kioscos, también llamados localmente "palatki", están ubicados en los pasos subterráneos de las ciudades, mayormente en las salidas de las estaciones de subte y también en las veredas. Frecuentemente abiertos las 24 horas del día, en especial los dedicados al aprovisionamiento de comidas al paso, alcohol, tabaco y dulces, entre otros.

El papel de los kioscos en la venta al por menor, aunque cada vez menor, sigue siendo importante. Una de las opciones de compra más populares a principios de los 90, debido a la falta de accesibilidad de bienes en ese período y por las limitaciones impuestas por la legislación contra la venta ambulante.

- Distribución moderna

Con la llegada de las empresas multinacionales se inició el proceso de transformación de la comercialización al por menor que introdujo técnicas de los países más desarrollados. Las estimaciones indican que a nivel nacional el formato de distribución moderna rondaría un 35% del total del mercado de la distribución de productos

alimentarios. Si bien en los grandes centros urbanos este porcentaje superaría el 60% y las tendencias indican que se irá consolidando a medida que las cadenas de distribución se establezcan en las regiones y el poder adquisitivo de la población siga creciendo.

La apertura del primer supermercado en el año 1997 de la empresa Ramstore, de capital turco, significó un cambio radical para el consumidor que pudo acceder a una propuesta innovadora, que implicó el libre acceso a los productos, con todas las posibilidades de elección que ello conlleva y con la utilización de la superficie de venta de forma más racional.

En la actualidad la mayoría de las empresas de distribución han iniciado su expansión por las regiones y han adoptado una estrategia multiformato que prevé la apertura de distintos tipos de establecimientos: hipermercados, supermercados de tamaño mediano y pequeñas tiendas de conveniencia.

Mayoritariamente el abastecimiento de este tipo de establecimientos se realiza mediante entregas directas de los distribuidores / importadores si bien algunos pueden importar directamente para evitar la intermediación. Serán estos importadores los que hagan llegar a las grandes cadenas los productos alimentarios argentinos, aunque serán los exportadores argentinos los que tengan que desembolsar los cánones necesarios para que sus productos se sitúen en los lineales de estos establecimientos. En el año 2010 el sector tuvo una facturación de 239.000 millones de dólares, con un crecimiento del 13%, comparado con el año 2009, casi el doble del que registró la economía rusa en general. Sin embargo, el sector está fragmentado y ninguna de las cadenas supera el 4% del mercado total. Se verifica un activo proceso de adquisiciones y fusiones, fenómeno que se prevé continúe en los próximos años.

Algunos grupos líderes del sector están teniendo crecimientos de entre 30 y 40%. Con el cierre de puntos de expendio "informales" y mercados abiertos, que en el año 2009 alcanzaban al 12,8% de las ventas de alimentos, los supermercados e hipermercados se siguen posicionando. Esta tendencia se seguirá afianzando al incrementarse las inspecciones de quioscos e impartirse nuevas normativas sobre su especialización comercial y diseño.

El número total de cadenas minoristas ascendió en el año 2010 a 7.439, una relación aproximada de 19.000 personas por supermercado a nivel nacional.

Hipermercados

El rápido crecimiento de este segmento es un fenómeno reciente, de hace cuatro o cinco años, habiéndose abierto el primer hipermercado en el año 2002 por el precursor turco en el mercado, Ramstore.

Ese mismo año la cadena francesa Auchan se estableció localmente y es líder en este segmento gracias a su agresiva política de precios y de fusiones, operando 30 hipermercados en el año 2010.

El grupo ruso mejor representado en este segmento es la cadena Mosmart, con 83 tiendas en toda la Federación Rusa en el año 2010.

Dentro del segmento podría también incluirse al formato "Cash and carry" popular también para los compradores minoristas y que como figura precedentemente está representado por Metro y Lenta Cash & Carry.

En los rubros de productos para el hogar se han establecido con éxito, la cadena sueca IKEA, OBI y recientemente Leroy Merlin.

Supermercados

La principal característica de este formato en Rusia es la superioridad que muestran las cadenas rusas para establecerse con éxito y expandirse. Así, dentro de las cadenas mejor establecidas se encuentran Perekriostok, Sedmoi Kontinent, y Azbuka Vkusa, las dos últimas apuntando hacia el sector de ingresos medio altos y altos. Con capital mayoritario ruso, métodos de gestión extranjeros, ofrecen una variedad de productos importados de buena calidad.

"X5 Retail Group", es el principal conglomerado minorista con varias marcas que en el 2010 tuvo un crecimiento récord incorporando 1097 nuevos locales, incluyendo 660 con la adquisición del competidor "Kopeika", con planes para abrir 540 nuevas bocas de expendio en el corto plazo. Sus ingresos netos fueron en el 2010 de 11.200 millones de dólares.

Magnit es la cadena de supermercados con mayor cobertura geográfica, con proyectos para abrir 800 mini-mercados y 55 hipermercados. En el 2010 abrió 827 y 646 en el 2009.

Tiendas de descuento o outlets

Teniendo en cuenta que aún la mayoría de la población tiene ingresos relativamente bajos, el precio es un factor determinante para los consumidores rusos, lo cual ha popularizado el formato de descuento en el sector alimentación y outlets en el sector

textil. Pyaterochka, perteneciente al grupo X5, lidera el sector combinando estrategias de expansión vía tiendas propias y fusiones. Le sigue en influencia la cadena Magnit, siendo también importante la participación de Dixi (Diskontcenter) y Kopeyka.

Tiendas de conveniencia o Universams

Según proyecciones, las tiendas de conveniencia serán el segmento que crecerá más rápidamente. La mayoría de los grupos que operan en el sector de la alimentación tienen planes de expansión que combinan el formato de conveniencia y descuento con el de mini-mercado.

- CANAL HORECA

El segmento de la distribución dirigida al sector de la restauración y hotelería, con el exponencial crecimiento de la oferta gastronómica en los últimos años, ha posibilitado la aparición de empresas especializadas para su provisión.

Sin embargo, son pocas las empresas que se dedican en exclusiva a atender este segmento, pues aún no es suficientemente rentable, pero se trata de un sector que utiliza mayormente productos de calidad.

La forma de acceder a este segmento es a través de los distribuidores que se dedican a su aprovisionamiento, si bien haya que tener en cuenta que previamente se requiere de un trabajo previo de familiarización para los chefs y somellieus de la oferta de productos argentinos que podrían disponer.

Está creciendo la oferta de restaurantes con especialidad en carnes, incluso algunos con presentándose como argentinos, que puede ayudar a divulgar las bondades de nuestros productos.

E-Estudio sobre posibilidades y costos de manutención de depósitos con mercadería propia

ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS EXTRANJERAS EN LA FEDERACIÓN RUSA

● Gastos de registro

TABLA 4: COMPARACIÓN COSTES DE REGISTRO

COSTES DE REGISTRO (en rublos)					
			Oficina de representación	Sucursal	Filial
		Plazo de Permiso			
Tasas Estatales	Acreditación Normal	1 año	30.000	15.000	Registro-4.000
		2 años	60.000	30.000	
		3 años	75.000	45.000	
		5 años	-//-	60.000	
	Acreditación Urgente	1 año	45.000	30.000	Certificación de copias de los Estatutos- 400
		2 años	75.000	45.000	
		3 años	100.000	60.000	
		5 años	-//-	75.000	
Costes de Notaria	Autenticación de la firma del fundador		De 600 a 1200	De 600 a 1300	De 600 a 1300

Fuente: Elaboración propia en base a la legislación vigente.

● Gastos relacionados con la apertura del establecimiento mercantil

En la siguiente tabla se refleja el gasto medio derivado del asesoramiento jurídico en relación a la apertura de un establecimiento en Rusia. Cabe señalar, que los precios de mercado presentan una gran amplitud. En este sentido, es preciso valorar qué trámites incluye la gestión, ya que un precio, en principio, más caro puede resultar más rentable, dado que corresponde al servicio "llave en mano". Muchas veces, con el fin de atraer un mayor número de clientes, las empresas anuncian unos precios muy atractivos, excluyendo determinadas gestiones, tales como la apertura de la cuenta bancaria, comunicación de la apertura de la cuenta a la Hacienda, al Fondo de Pensiones y al Fondo de Seguridad Social (por otra parte, indispensables para la puesta en marcha del establecimiento) y publicando sus costes en el apartado servicios complementarios. Por lo que un precio, a priori, muy bajo, tras la suma de todos los servicios complementarios, puede resultar más alto del precio medio del mercado.

Más abajo está la lista completa de los comercios especializados de ventas de té seleccionado, del segmento de precios altos, y de los clubes de té. Estos datos pueden ser útiles para la selección de las contrapartes potenciales durante la campaña de

publicidad y de difusión de té y yerba mate argentinos en las *regiones de Rusia previamente seleccionadas* (ver el módulo 1 del estudio). La lista fue elaborada y actualizada por expertos de *ILA-CONSULTING*.

Tabla 24. Los comercios especializados en las regiones seleccionadas

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
Ufa, República Bashkortostán		
Clubes de té	Maestro de té (Мастер Чая)	Tel: +7 (347) 294-52-94 www.mastercha.ru
	Club de té de Ufa (Уфимский чайный клуб)	Tel: +7 (347) 257-32-67 Tel: +7 (917) 789-97-59 www.u.teasomelie.ru u@teasomelie.ru
Comercios de té	Mundo de té (Мир чая)	Tel: +7 (919) 619-43-72 adar-ufa@mail.ru
	Filosofía de té (Философия чая)	Tel: +7 (347) 298-55-38 tea.phylosophy@gmail.com
	Ruta de seda (Шелковый путь)	Tel: +7 (917) 786-80-85 sholkovshop@yandex.ru
	Те рага алма (Чай для души)	Tel: +7 (965) 931-64-19 gilma9999@mail.ru
	Redes de los comercios de té	Arábica (Арабика)
	Saravan-Chai (Караван-Чай)	Tel: +7(960)396-33-31
	Puerto Мосса (Порт Мокка)	Tel: +7(917) 401-53-97 www.portmocca.ru port-mocca@yandex.ru
	Tradiciones de té (Чайные традиции)	Tel: +7(964) 959-28-50 www.chai-ufa.ru
	Mundo de Espresso (Мир Эспрессо)	Tel: +7(347) 237-82-37 mirespresso-ufa@mail.ru
Volgograd, La Región de Volgograd		
Comercios de té	Puerto de oro (Золотая гавань)	Tel: +7(904) 771-62-30 www.gaivan.ucoz.ru mcsvat@gmail.com
Redes de los comercios de té	Chaikovski (Чайковский, 9 comercios)	Tel: +7 (8442) 22-59-47
Krasnodar, La Región de Krasnodar		
Comercios de té	Cielo de café (Кофейный рай)	Tel: +7 (918) 497-64-40 coffeiniy-rai@mail.ru
	Malyan Dao (МальянДао)	Tel: +7(988) 666-69-91 www.chydochai.ru
	Pu-erh bar (Пуэр-бар)	Tel: +7(918) 455-80-09 www.puer-bar.ru omtea@yandex.ru
	Bebedor de té (Чайный пьяница)	Tel: +7 (918) 340-61-16 tea-dr@yandex.ru
	Etalon (Эталон)	Tel: +7 (861) 255-58-00 etalon-tea@mail.ru

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
Redes de los comercios de té	Онза (Унция)	Tel: +7(800) 555-28-35 +7 (861) 253-28-97 www.chay.info
	Cantata de café (Кофейная кантата)	Tel: +7 (861) 278-84-34 www.cantata.ru
	Etiqueta (Этикетъ)	Tel: +7 (861) 273-60-34 www.etiket-tea.ru etiket_kr@mail.ru
	Chaikoff (Чайкофф)	Tel: +7 (861) 275-26-87 www.chaikoff.ru chaikoff@mail15.com
Krasnoiarsk, La Región de Krasnoiarsk		
Comercios de té	Caffeman (Кофеман)	Tel: +7 (391) 271-57-11 (391) 250-55-11 caffeman@mail.ru
	Almacén de Milagros (Лавка чудес)	Tel: +7(913)189-57-43 ipartemev@mail.ru
	Magia de té (Магия чая)	Tel: +7(904) 897-58-62 savvasveta@mail.ru
	Chai-Ok (ЧайОк)	Tel: +7(908) 216-63-69 kraschayok.ru sergey-8181.81@mail.ru
	Chainatown (Чайнатown)	Tel: +7(913) 571-28-26 Tel: +7(950) 419-73-88 www.teanatown.ru tenatown@gmail.com
	Jardin de té (Чайный дворик)	Tel: +7 (391) 214-05-94 mdv@kraslib.ru
Redes de los comercios de té	Онза (Унция)	Tel: +7(913) 186-06-20 www.chay.info
	Geografía de sabor (География вкуса)	Tel: +7 (391) 212-30-47 geografia_vkusa@mail.ru
	Gremio de té (Чайная гильдия)	Tel: +7 (913) 187-00-89 gildia_krsk@teaworld.ru www.teaguild.com
Nizni Nóvgorod, La Región de Nizni Nóvgorod		
Clubes de té	Casa del chamán (Дом Шамана)	Tel: +7 (831) 413-77-20 Tel: +7 (910) 391-15-43 domshamana.ru hello@domshamana.ru
	Pequeño dragon (Маленький дракон)	Tel: +7 (831) 423-99-40 info@rus-dao.ru
Comercios de té	Nueve vidas (9 жизней)	Tel: +7 (831) 428-70-90 ooo9zhizney@yandex.ru
	Lavazza	Tel: +7 (904) 791-55-04 +7(831) 432-24-83 coffeeman52@mail.ru
	Mañana animoso (Бодрое утро)	Tel: +7 (920) 255-00-11 bodroeytro@yandex.ru
Redes de los comercios de té	Онза (Унция)	Tel: +7 (800) 555-28-35 +7 (904) 903-75-57 www.chay.info ounce-nn@mail.ru

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
	Tea Room Rai (Чайный рай)	Tel: +7 (831) 257-74-98 +7 (906) 360-80-40 www.vostok-tea.ru tea@vostok-tea.ru
Novosibirsk, La Región de Novosibirsk		
Comercios de té	Tea Room Rai (Чайный рай)	Tel: +7 (383) 213-93-40 tearoom-rai@inbox.ru
	100 gramos (100 граммъ)	Tel: +7 (952) 925-15-07 +7 (953) 863-24-90 www.lavka100gramm.ru lavka100gramm@mail.ru
	5 o'clock	Tel: +7 (913) 785-80-60 five-o-clock@mail.ru
	Coffeetea	Tel: +7 (383) 310-17-70 coffeetea-nsk.ru coffeetea@ngs.ru
	Gusto de vida (Вкус жизни)	Tel: +7 (383) 380-14-04 www.spezii.ru spezii.nsk@gmail.com
	Estudio de té (Студия чая)	Tel: +7 (383) 286-04-78 www.studiotea.ru info@studiotea.ru
	Ceremonia (Церемония)	Tel: +7 (953) 888-77-86 tea-novosib@yandex.ru
	Gaviota (Чайка)	Tel: +7 (953) 868-30-07 info@chaikatea.ru
	Tea break (Чайная пауза)	Tel: +7 (952) 909-99-63 elfe@ngs.ru
	Fantasia de té (Чайная фантазия)	Tel: +7 (983) 127-00-05 www.teafantasy.ru teafantasy@mail.ru
Redes de los comercios de té	Cantata de café (Кофейная кантата)	Tel: +7 (383) 335-85-36 Tel: +7 (913) 455-30-33 www.cantata.ru novosib@cantata.ru
	Onza (Унция)	Tel: +7(383) 218-57-32 www.chay.info
	Gremio de té (Чайная гильдия)	Tel: +7 (913) 372-24-92 www.teaguild.com
	Mago de café (Кофе Маг)	Tel: +7 (383) 218-58-07 +7 (383) 218-41-68 www.coffeemag.biz manager@lavazza.nsk.ru
	Baolin (Бао Линь)	Tel: +7 (383) 291-77-51 +7 (383) 229-58-47 www.baolin.ru info@baolin.ru
Samara, La Región de Samara		
Clubes de té	Blagogor (Благо Гор)	Tel: +7 (846) 277-08-60 Tel: +7 (846) 265-32-60 www.blagogor.ru blago-gor@rambler.ru

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
	Dragón y Phoenix (Дракон и Феникс)	Tel: +7 (846) 340-10-46 www.drakon-feniks.ru nefritclub@mail.ru
Comercios de té	Hoja de té (Чайный лист)	Tel: +7 (846) 997-11-64 www.tealist.org bagrat21@mail.ru
Redes de los comercios de té	Onza (Унция)	Tel: +7(846) 332-36-23 +7 (927) 710-66-02 www.chay.info
Ekaterimburgo, La Región de Sverdlovsk		
Clubes de té	Cha-i (Ча-и)	(343) 350-46-95 www.cha-i.com cha-i@yandex.ru
Comercios de té on-line	Tea66.ru	Tel: +7 (343) 342-01-32 Tel: +7 (343) 269-33-15 Tel: +7 (904) 178-33-15 www.tea66.ru mail@tea66.ru
	Tea-hall.ru	Tel: +7 (343) 383-54-00 www.tea-hall.ru tea-hall@mail.ru
	Almacén de té (Чайная лавка)	Tel: +7(343)207-44-64 www.tea-mall.ru info@tea-mall.ru
	Bosquejos de té (Чайные этюды)	Tel: +7 (343) 361-21-90 www.u-tea.ru tea@u-tea.ru
Comercios de té	Boston tea party	Tel: +7 (904) 983-44-96 www.boston-tea.ru tea-office@e1.ru
	Tea Lounge	Tel: +7 (908) 902-82-63 www.tealounge.ru info@tealounge.ru
	Tea Rose	Tel: +7 (343) 262-48-42 tearosedec@mail.ru Tel: +7 (343) 242-66-93 www.tearose.ru t.e.a.rose@mail.ru
	Faibo (Файбо)	Tel: +7 (982) 655-22-03 +7 (982) 654-64-74 www.faibo.ru faiboinfo@mail.ru
	Ceremonia (Церемония)	Tel: +7 (912) 296-05-87 +7 (912) 232-80-28 ceremoniya@gmail.com
	Te & Café (Чай & Кофе)	Tel: +7 (343) 371-19-71 (343) 371-43-88 magazin.tea@yandex.ru
	Chaykoff (Чайкофф)	8-904-980-46-98 kofe96@gmail.com
Redes de los comercios de té	Onza (Унция)	Tel: +7 800-555-28-35 +7(343) 371-02-58 www.chay.info
	Gremio de té (Гильдия чая)	Tel: +7 (343) 310-38-22 gildia_karnaval@teaworld.ru www.teaguild.com gildia_ekat_ph@teaworld.ru

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
	Cantata de café (Кофейная Кантата)	Tel: +7 (922) 238-48-49 www.cantata.ru
	Música de té (Музыка чая)	Tel: +7 (953) 607-20-57 www.teamusic.ru info@teamusic.ru
	Te, café y otros productos coloniales (Чай, кофе и другие coloniales товары)	Tel: +7 (343) 385-02-83 www.tea-coffee.ru
	Te Café Miel (Чай Кофе Мед)	Tel: +7 (343) 278-37-53 www.teankoff.ru zakaz@teankoff.ru
Kazán, República Tartaristán		
Comercios de té on-line	Chao-Chzhzao (ЧАО-ЧЖАО)	Tel: +7 (843) 253-87-59 chaoclub.ru info@chaoclub.ru
Comercios de té	Lavazza	Tel: +7 (843) 238-82-56 (843) 290-33-45 lavazza-kazan.ru
Redes de los comercios de té	Gremio de té (Чайная Гильдия)	Tel: +7 (843) 518-93-15 gildia_kazan_tandem@teaworld.ru teaguild.com
	Chaikoff (Чайкофф)	(843) 526-90-25 8-906-118-12-22 www.chaicoff.ru 9600698888k@mail.ru
	Fanza (Фанза)	Tel: +7 (843) 516-88-71 xgulom@rambler.ru
Tiumen, La Región de Tiumen		
Clubes de té	Puerto de te (Чайная гавань)	Tel: +7 (922) 072-90-69 td7@mail.ru
Comercios de té on-line	Zhiga- Zhiga (Жига-Жига)	Tel: +7 (3452) 552-354 +7 (904) 493-96-07 info@zhiga-zhiga.ru www.zhiga-zhiga.ru
	Chaukakau (Чаукакау)	Tel: +7 (922) 472-44-84 8-922-480-36-69 sales@chaukakau.ru www.chaukakau.ru
Comercios de té	DaCha (ДаЧа)	Tel: +7 (3452) 988-698 (3452) 34-81-72 988698@mail.ru
	Jardín de China (Китайский дворик)	Tel: +7 (922) 483-49-42 kitay888@gmail.com
	Dádivas del sol (Дары солнца)	Tel: +7 (912) 391-77-99 8-912-995-18-99 olgrid55@rambler.ru
	Café-in (Кофеин)	Tel: +7 (3452) 63-33-93 (3452) 96-02-70 aromakofe@ya.ru www.sibkofe.ru
	Almacén de té (Чайная лавка)	Tel: +7 (3452) 40-62-55 (3452) 73-31-01 rustovtmn@mail.ru www.rustovgroup.ru
	Shanti (Шанти)	Tel: +7 (3452) 788-588 perepechai01@mail.ru

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
Redes de los comercios de té	Baron Blanco (Белый Барон)	Tel: +7 (3452) 53-39-72
	Onza (Унция)	Tel: +7 (909) 741-84-95 tyumen@chay.info www.chay.info
	Chaykoff (Чайкофф)	Tel: +7 (3452) 25-75-62 chaykoff07@mail.ru
	Vita Coffe	(3452) 53-33-53 (3452) 67-03-19 8-922-480-33-53 vita-kofe@mail.ru www.vitacoffee.ru

Fuente: *ILA-CONSULTING*

4- ENUMERACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE COMERCIO EXTERIOR MÁS COMUNES

A.- Aspectos principales

En actualidad una de las características principales del negocio (business) internacional es el fortalecimiento de la interdependencia. La globalización del negocio internacional se manifiesta en la actividad de las empresas multinacionales (EMN o TNCs – corporaciones transnacionales en inglés) en los mercados internacionales.

El mercado ruso no es una excepción. Cada año este mercado atrae más y más atención de las multinacionales.

En primer término, los productores extranjeros tienen que determinar el modo óptimo de su introducción al mercado ruso. En realidad existen **tres estrategias** conocidas que son las *exportaciones, la organización de las empresas conjuntas y las inversiones directas*.

En la tabla 1 están examinadas las estrategias básicas de introducción al mercado ruso que utilizan las empresas extranjeras productoras de té.

Tabla 25. Modos de introducción al mercado ruso.

Estrategia	Modo	Posibilidades	Riesgos, gastos. Contrapartes potenciales
Exportación	Indirecto	El envío y la venta de la producción por medio de los intermediarios, las compañías de transporte, los corredores de aduana.	Las inversiones y los riesgos son mínimos. Destinatarios finales del producto son los importadores rusos.
	Directo	El envío y la venta de la producción por medio de propia subdivisión (departamento) de exportación, la filial o los representantes comerciales en Rusia	Los riesgos suben. También incrementan las ganancias. Destinatarios del producto son las empresas importadoras, distribuidoras y mayoristas rusas.

Estrategia	Modo	Posibilidades	Riesgos, gastos. Contrapartes potenciales
Organización de negocio conjunto	Apertura (formación) de la representación oficial en Rusia	Las funciones de representación, la realización de las negociaciones, la búsqueda de los socios potenciales en las regiones seleccionadas de Rusia	Los riesgos suben. Los gastos de la fundación y mantenimiento de la representación aumentan.
	Fabricación por contrato con la empresa rusa	El contrato con la compañía rusa por la producción y la venta de té y mate bajo la marca comercial privada (Private Label) o la marca comercial propia (MCP)	Los riesgos suben. Destinatarios del producto son los importadores, las compañías y comercios de té, la red distribuidora.
	Creación de la empresa conjunta	La compra de la parte de acciones de una gran compañía rusa de té (o la fábrica de ensamblaje), el control de las ventas	Los riesgos suben, están vinculados a la eficiencia de la dirección, los gastos, la compensación.
Inversiones directas	Inversiones en las líneas nuevas de producción	Las inversiones en la creación de las líneas adicionales de embalaje de te/mate importados bajo la marca comercial nueva	Un alto nivel del riesgo vinculado al cambio de la coyuntura política y económica.
	Inversiones en las fábricas nuevas de envasado de té	Las inversiones en la fábrica de ensamblaje en el territorio de Rusia	

Fuente: *ILA-CONSULTING*

B.- Modalidades Comerciales y Financieras usuales

Exportaciones indirectas

El modo más fácil de ingresar al mercado ruso es exportar el té/yerba mate.

La primera incursión de la empresa extranjera en el mercado ruso empieza habitualmente por **las exportaciones indirectas**.

Este modo exige las inversiones mínimas porque el exportador no necesita armar una estructura específica de comercialización del producto y abrir nuevos comercios en Rusia. Los riesgos también son mínimos. Gracias al uso de los intermediarios internacionales, es decir los agentes comerciales y las compañías de transporte que se ocupan de la exportación y que tienen la experiencia de suministros a Rusia, la compañía exportadora novata comete, como regla, menos faltas.

Exportaciones directas

Con el paso del tiempo la compañía exportadora tiene que ampliar el surtido e incrementar los volúmenes de suministros de té/yerba mate y puede recurrir a **las exportaciones directas**, es decir realizar las exportaciones por su propia cuenta. Este modo de actuar incrementa tanto las inversiones como los riesgos pero al mismo tiempo, como regla, crecen las ganancias en forma importante.

Las exportaciones directas se realizan en varias formas:

1. La empresa exportadora puede crear un departamento especial de exportaciones con sede en su país de origen que va a controlar toda la cadena comercial;
2. La empresa puede abrir una oficina de representación de negocios en Rusia que va a ocuparse de los asuntos de despacho, venta y promoción de los productos. En este caso el exportador puede asegurarse de tener todavía más control de las operaciones comerciales y mayor presencia en el mercado ruso;
3. La empresa puede recurrir a la ayuda de los distribuidores rusos para importar sus productos. Los importadores mismos o las empresas mayoristas de té en Rusia pueden prestar servicios de distribución.

En la actualidad, la mayor parte de los exportadores extranjeros realizan las exportaciones directas a Rusia. Los importadores de té son a la vez grandes mayoristas propietarias de sus envasadoras y poseen las redes desarrolladas de depósitos y comercialización del producto.

Además, algunas empresas distribuidoras venden el té envasado de *Brands* extranjeros.

El distribuidor puede aceptar la comercialización de una sola marca (distribuidor exclusivo) y de la venta de té de distintas marcas.

En el mercado ruso actúan grandes compañías extranjeras y rusas que poseen las estructuras comerciales desarrolladas.

Por ejemplo, la empresa distribuidora rusa “AVALON” (www.avalongroup.ru) realiza los suministros de té desde 8 países del mundo y simultáneamente es propietaria de la fábrica de envasado en la Región de Moscú. Una compañía muy grande de India le ayuda con el financiamiento de la producción. También “AVALON” construye un centro de logística *Megalogix* junto con un fondo británico de inversiones.

El otro ejemplo es la actividad de la compañía rusa “Chaigorod” o “Ciudad de té” (www.chaigorod.com), que recibe té desde 5 países. Se destaca como distribuidora de muchas marcas comerciales extranjeras de té y yerba mate. Además, coopera con las empresas mayoristas y las boutiques de té en todo el territorio de Rusia.

Otra gran empresa mayorista «La compañía rusa de té» (www.rusteaco.ru) tiene un surtido de 1500 productos de té y café, vajilla, los accesorios y artículos complementarios.

La compañía se abastece de té en plantaciones y subastas de China, Ceilán e India. Los especialistas de la empresa elaboran las mezclas de té originales y preparan los blends que les propone la compañía alemana “Wollenhaupt GmbH”. En 2002 la empresa «La compañía rusa de té» ha puesto en marcha una línea de envasado de té en la Región de Moscú. A partir de 2011 los interesados pueden comprar la franquicia de la empresa bajo la marca nueva de té llamada “Chaiburg” o “Ciudad de té” (la palabra “ciudad” en este caso se escribe en alemán – burg).

La empresa «La compañía rusa de té» tiene más de 4 000 socios en 70 ciudades de Rusia.

Organización del negocio conjunto

El segundo modo de salir al mercado ruso es la actividad empresarial conjunta en forma de asociación con compañías rusas para la fabricación o la venta del producto de consumo final (té/yerba mate).

Hay algunas variantes de la organización del negocio conjunto: la creación de la representación oficial de la compañía extranjera en la Federación de Rusia; contrato de fabricación del producto final en el territorio de Rusia; la creación de una empresa mixta (conjunta) en Rusia.

Apertura (formación, creación) de la representación

Según los datos del Servicio Estatal Fiscal de la Federación de Rusia la cantidad total de las empresas extranjeras que desarrollan su actividad en el territorio ruso a través de las representaciones oficiales crece constantemente y actualmente operan cerca de 12 000 entidades.

Este fenómeno se puede explicar por el funcionamiento del régimen más privilegiado para las representaciones de las compañías extranjeras en Rusia que para las mismas empresas rusas.

En Rusia hay representaciones de las principales marcas (*brands*) extranjeras de té. Por ejemplo, la representación de “TWININGS” (www.twinings.ru) se abrió en Moscú y la producción de esta compañía se vende en los supermercados, hipermercados y las redes especiales de todo el país.

La compañía “Mabroc Teas Ltd.” (www.mabroc.ru) tiene sus representaciones en Rusia y los países de la CEI a partir del año 1995. En Rusia sus representaciones se encuentran en Moscú, San Petersburgo, Kaliningrado, Vladivostok. Esta compañía posee las plantaciones de té en India y Sri Lanka.

La empresa “MILFORD Moscú” (www.milford.ru) es el representante ruso del holding alemán “Ostfriesische Gesellschaft/Laurens Spethmann Holding”, uno de los mayores productores europeo de té envasado. La empresa realiza el envasado de té en las fábricas de Alemania, Austria, Francia, Gran Bretaña y Turquía. El té de esta empresa se vende en las grandes redes comerciales de Rusia (METRO, Auschan, y otros).

Contrato internacional de fabricación

Este contrato se utiliza cuando una empresa encarga la fabricación de sus productos a otra empresa situada en un país diferente; es decir, se trata de una subcontratación internacional. En el caso particular de Rusia, una vez que la compañía extranjera firma el contrato con una empresa rusa de fabricación de té envasado y le proporciona al fabricante todas las especificaciones e, incluso, los materiales necesarios para llevar a cabo la producción.

Asimismo durante la vigencia del contrato la empresa extranjera le cede los derechos de propiedad industrial (patentes, diseños industriales, modelos de utilidad, etc.) a la compañía rusa que los utiliza para fabricar los productos. La empresa contratada debe comercializar el producto en el territorio ruso bajo una cierta marca comercial (por ejemplo, marca comercial propia – MCP).

Por ejemplo, la empresa rusa “MAY” es la distribuidora exclusiva del *Brand* inglés “**Curtis & Patridge**” en Rusia y los países de la CEI. La empresa envasa y vende su producción bajo esta marca comercial en el mercado ruso.

“Tea Company №1” es el importador exclusivo de la compañía danesa “Nadin Company A/S”. Según el contrato firmado, “Tea Company №1” envasa el té en Rusia y vende esta producción en el mercado ruso bajo la marca comercial “**Nadin**”.

La unión de las empresas rusas «Sapsan» representa en Rusia y en los países de la CEI la marca comercial de té de Ceilán “**AKBAR**” que es propiedad de la firma “Akbar Brothers”. «Sapsan» (www.sapsantea.ru) une las empresas de producción, de transporte y distribuidoras, abarcando cerca del 9 % del mercado ruso de té.

La empresa principal de «Sapsan» es «Yakovlevskaya fábrica de envasado», construida en 2001 en la Región de Moscú. En la fábrica se realiza el envasado de té de las marcas rusas y extranjeras: AKBAR, GORDON, etc.

Aplicando esta estrategia en las regiones seleccionadas de Rusia se puede realizar la introducción de:

- ❖ La marca comercial existente (argentina, por ejemplo, o alguna otra extranjera);
- ❖ La marca comercial específica registrada en el territorio ruso de té/yerba mate argentinos;
- ❖ La marca comercial propia (MCP) para la comercialización de té/yerba mate argentinos según la demanda de una red comercial.

Empresa conjunta

Ambos socios (compañía extranjera y empresa local rusa) unen sus esfuerzos para atraer las inversiones y crear una empresa conjunta, por ejemplo, una fábrica de envasado de té.

La compañía extranjera será la copropietaria de la empresa común y participará en su gestión. En la mayoría de los casos la empresa conjunta es la consecuencia de la compra por parte de la compañía extranjera del paquete accionario una empresa rusa. La creación de una empresa común (o mixta) a menudo está vinculada a las causas económicas y políticas. Por ejemplo, la adquisición común de una fábrica de envasado en algunas regiones de la Federación de Rusia (La Región Sureña, Sochi, Krasnodar) pueden ser necesaria inversiones adicionales para la ampliación de las líneas existentes de producción.

En el caso de creación de una empresa mixta el riesgo del inversor extranjero es considerablemente más bajo que en el caso de la compra unilateral de una firma local o, incluso, la creación de la representación productiva (filial).

Por ejemplo, en 2009 la compañía de India “Tata Tea” («TATA Global Beverages Ltd») ha creado en Rusia una empresa mixta “SUNTY” con el productor ruso de té y café “Grand” (www.grandcoffee.ru). “SUNTY” fue creada con la participación del Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo.

En los principios de los años 2000 la compañía india ya emprendía tentativas de una salida independiente al mercado ruso y discutía las posibilidades de construcción de una fábrica común de la producción de café con “Grand”, sin embargo tal estrategia no tuvo éxito.

En la empresa nueva “SUNTY” el 49% de acciones pertenece a la parte rusa y otros 51% a los inversores extranjeros. La parte rusa ha entregado a la empresa conjunta las marcas comerciales, también la maquinaria, tres plazoletas de producción y el sistema de la distribución. El coste total de los activos de la empresa mixta está estimado en 60 millones de dólares.

Inversiones directas

Las compañías extranjeras a menudo salen al mercado ruso a expensas de la inversión directa, es decir, gracias a la creación en el territorio de la Federación de Rusia de la infraestructura de producción, de transporte, de almacenaje.

Si la compañía extranjera ya tiene experiencia positiva en la realización de las dos primeras estrategias de la salida al mercado ruso (exportación y negocio conjunto), la creación de una propia infraestructura productiva puede significar ventajas comparativas.

La compañía (inversor) extranjera puede bajar el precio de costo de la producción a expensas de una mano de obra más barata, la reducción de los gastos de transporte y el tránsito. La falta de tal estrategia es riesgoso vinculado a un virtual cambio de la coyuntura política y económica.

Crear una nueva compañía a partir de la inversión extranjera es una variante más costosa y que demanda mucho tiempo y mayor riesgo.

Es necesario conocer los rasgos característicos del funcionamiento de los mercados regionales en Rusia, como así también poseer una marca comercial conocida y atractiva.

Como ejemplo de las inversiones extranjeras en el mercado ruso de té sirve la actividad del consorcio internacional “**Unilever**”. La suma total de las inversiones del consorcio en la producción de té en Rusia ha superado ya 35 millones de euros. En el territorio de la región de Tula la compañía invierte en la construcción del complejo la envasado y almacenaje de té.

En 2010 el inversor de Azerbaidjan “**Azersun Holding**” abrió una fábrica de envasado en la Región de Krasnodar. Las inversiones han alcanzado 17 millones de dólares.

La recuperación de las plantaciones de té de Krasnodar presenta perspectivas muy prometedoras, y cuenta con el apoyo por parte de la administración del territorio de Krasnodar.

C- Listado de importadores rusos de té y mate

Es listado de empresas que suministran té y yerba mate al mercado ruso (según sus declaraciones aduaneras). La información que contiene la lista puede ser útil en el momento de la selección de un importador o contraparte para los suministros de té/yerba mate argentinos al mercado de la Federación de Rusia.

Tabla 26. Listado de importadores rusos de té y mate, 2010.

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "ABSOLUT-C"	198303, Rusia, San Petersburgo, Leninski proezd, 110, kor.1,lit"B", 53-n	San Petersburgo	Alemania
SRL "AVALON TRADE LOGISTIC"	142718, Región de Moscú, municipalidad Leninski, der. bulatnicovo, shosse Simferopol	Región de Moscú	Sri-Lanka
SRL " AVERSGRUP"	103055, Moscú, Ul. Lesnaya,43	Moscú	Sri-Lanka, Vietnam
SRL "AVERS PLUS "	141290, Krasnoarmeisk, Ul. Sverdlova,1	Región de Moscú	Emiratos Arabes Unidos
SRL "AGROFIRMA "CEDEC"	113556, Rusia, Moscú, Ul. Fruktovalaya, 7, Stroenie A	Moscú	China
"AKITA TRADE"	680009, Jabarovsk, Ul. Jabarovskaya, 15, Kor. 2	Región de Jabarovsk	Japon
SRL "ALMAFOOD"	115487, Rusia, Moscú, Ul. Nagatinskaya,16	Moscú	Alemania
SRL "ALPINA"	111123, Moscú, shosse Entuziastov, 56, Stroenie 9	Moscú	Vietnam, India, China
SRL "ANTARES"	192102, San Petersburgo, Ul. Salova, 45, Liter F, Pom 206	San Petersburgo	Alemania
SRL "ARIVERA"	109004, Moscú, Pereulok B. Drovyanoi, 8, Stroenie 1	Moscú	Holanda
SRL "AROMA EXTRA"	125422, Moscú, Ul. Kostiakova, 10	Moscú	Sri-Lanka
SRL "ASSTRA TRADE SERVICES"	194100, Rusia, San Petersburgo, Ul. Kantemirovskaya, 37, Ofice22a	San Petersburgo	Gran Bretana, China
SRL "ATLANTIDA"	197348, San Petersburgo, Prospekt Ispitatelei,7 Liter A	San Petersburgo	Sri-Lanka, China
SRL "AUSHAN"	141031, Región de Moscú, Mitishci, Ostashkovskoe shosse, 1	Moscú	Francia
SRL "BALTIC IMPERIAL"	236006, Kaliningrado, Moskovski Prospekt, 183	Región de Kaliningrado	Sri-Lanka
SRL "BALTIC RESURS"	199178, San Petersburgo, 11 Linia,14/39, Liter A	San Petersburgo	Alemania
SRL "BALTMYASOPRODU CT"	198095, San Petersburgo, Ul. Shpakina, 50 Ofice 402 B	San Petersburgo	Alemania
SRL "BALTOR"	191002, San Petersburgo, Vladimirski Proezd 19, Lit A, Pom.2n	San Petersburgo	Finlandia
SRL "BALTTORG"	238300, Gurievsk, Kaliningradskoe Shosse, 21a	Región de Kaliningrado	Sri-Lanka
SRL "BARTON"	198323, Rusia, San Petersburgo, Poselek Gorelovo, Ul. Zarechnaya, 2	San Petersburgo	China

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "BELLA IMPREZA"	190020, San Petersburgo, Ul. Lifyandskaya, 6 Liter A Pom. 33H	San Petersburgo	Alemania, China
SRL "BETA GUIDA"	144002, Elektrostal, Ul. Gorkogo, 37	Región de Moscú	Sri-Lanka, China, Vietnam, Kenia
SRL "BIBENDUM"	115419, Rusia, Moscú, Ul. Ordzhonokidze, 11, Stroenie 1	Moscú	Alemania, Francia
SRL "BIESSI TRADE"	115114, Moscú, Ul. Derbenevskaya, 10	Moscú	Sri-Lanka
SRL "BK SERVIS"	308000, Belgorod, Ul. Dzgoeva, 6	Región de Belgorod	Sri-Lanka, Kenia, India
SRL "BMD-INVEST"	125315, Rusia, Moscú, Ul. Casovaya, 11/3, Stroenie 1	Moscú	China
IP BOGATIREV	248033, Kaluga Ul. Salticova-Shedrina, 71 -7	Región de Kaluga	Sri-Lanka, China, Taiwán, Vietnam, Nepal, Japon, Kenia
SRL "BONSAI"	693000, Yuzhno-Sajalinsk, Ul. Sajalinskaya 113	Región de Sajalin	Japon
SRL "BRANDEX DVA"	236005, Kaliningrado, Ul. Kanskaya, 80	Región de Kaliningrado	Sri-Lanka
SRL "BRIZ"	101000, Moscú, Ul. Pokrovka, 1/13/6 Stroenie 2 Ofice 35	Moscú	Gran Bretana, Alemania
SRL "B.M.N. BUSINESS SYSTEMS"	121170, Rusia, Moscú, Prospekt Kutuzovaki, 36, Stroenie3	Moscú	Sri-Lanka, Vietnam, India, Alemania,
SRL "VAN REES" http://www.vanrees.com	125047, Moscú, 2 Tverskaya-Yamskaya, 16 Ofice 809	Moscú y otros regiones	Vietnam, China, Sri-Lanka, India, Indonesia, Argentina
SRL "VARIANT"	195248, San Petersburgo, Ul. Degtyareva, 4, Lit.A	San Petersburgo	China, Alemania
SRL "VECTOR"	123308, Moscú, Ul. 3 Joroshevskaya, D.2, Stroenie1	Moscú	Georgia
SRL "VERTON"	117342, Moscú, Ul. Vvedenskogo, 29	Moscú	Argentina
SRL "VITA IMPORT"	238313, Region de Gurievo, der. Rodniki, Ul. Mariino, 21	Región de Kaliningrado	Sri-Lanka
SRL "VNESHTORGSERVIS"	125190, Moscú, Leningradski Prospekt, 80, Kor.30a	Moscú	Alemania
SRL "VPK"	117292, Moscú, Najimovski Prospekt, 52/27	Moscú	Alemania
SRL "VTO"	198035, Ul. Gapsalskaya, 1, Lit. O	San Petersburgo	Chequia
SRL "GALEON"	690089, Vladivostok, Ul. Егофсрумылщпщ, 48-306	Región de Primorie	Japon
SRL "GALEUS"	109457, Moscú, Ul. Okskaya, 13, Ofice 307	Moscú	Alemania

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "GARANT-PLUS"	197341, Г., San Petersburgo, Proezd Kolomyazhniy, 26-38	San Petersburgo	China
SRL "GUERALT"	109544, Moscú, Ul. Rabochaya, 20a	Moscú	India, Gran Bretana
SRL "GUINAR"	105005, Moscú, Ul. Baumanskaya, 44, Stroenie1	Moscú	Sri-Lanka
SRL "GLOBALSACE"	111401, Moscú,, 1 Ul. Vladimirskaya, 33, Kop. 2	Moscú	China
IP GONCHAROV	692522, Ussuriisk, Ul. Primorskaya, 31-99	Región de Primorie	China
SRL "GREEN LINE"	125445, Rusia, Moscú, Ul. Smolnaya, 24a, Ofice 702	Moscú	Alemania
SRL "GROSS COMERCE"	199034, Rusia, San Petersburgo, 17 Linya, B.O., 4-6	San Petersburgo	EE.UU.
SRL "DAVS-XXI"	125299, Rusia, Moscú, Ul. Priorova, 4	Moscú	Argentina, China
SRL "DALNEVOSTOCHNAYA CHAINAYA COMPANIA"	690105, Vladivostok, Ul. Russkaya, 73д	Región de Primorie	Sri-Lanka
SRL "DEKART"	117218, Moscú, Ul. Novocheremushkinskaya, 23, K. 1	Moscú	Alemania, Francia
"JEY RUS"	690074, Vladivostok, Ul., Snegovaya, 15a	Región de Primorie	India
SRL "DILMA RUS"	117545, Moscú, Varshavskoe shosse, 129, Kor. 2	Moscú	Sri-Lanka
"DISTRIBUIDORA AVALON" www.avalongroup.ru	141407, Region de Moscú, Jimki, Ul. Panfilova, 19, Stroenie 1	Moscú y otros regiones	Vietnam, China, Papua – Nueva Guinea, Kenia, Sri-Lanka, Japon, Argentina
SRL "DOBRYNIA-RUS" Dobrynia-rus@yandex.ru	353560, Slavyansk na Kunabi, Maevskoe shosse, 3/4	Región de Krasnodar	India, Vietnam
SRL "DOKER"	199106, Vasileostrovski rayon, Plaza Morskoy Slavi, 1, Liter A, Pom. 6108	San Petersburgo	Sri-Lanka, Indonesia, India, Kenia
SRL "DOMSTROYCOMFORT"	197371, San Petersburgo, Prospekt Korleva, 42 Lit. A Ofice 9-H	San Petersburgo	Alemania
SRL "DONIVEIT"	125222, Moscú, Ul. General Beloborodov, 18, Pom.2	Moscú	China
SRL "AM-TRADE"	107045, Rusia, Moscú, Lukov Pereulok, 4 Ofice 8	Moscú	Austria, Sri-Lanka
SRL "JIRAFa"	117449, Rusia, Moscú, Ul. Shvernika, 17, Kor. 3	Moscú	China, Sri-Lanka
SRL "ZABTRANSCOMPANIA"	672040, Región Zabaikalie, Chita, Ul. Maguistralnaya 36-A	Читинская Región	China

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "IBT-TRADE"	190031, Ul. Efimova, 4 Liter A, Ofice 777	San Petersburgo	China, Sri-Lanka
SRL "TE DE IMPERADOR"	143430, Krasnogorskiy region, Najabino, Ul. Vokzalnaya, 7	Región de Moscú	Nepal
SRL "IMPORT SERVIS"	236040, Kaliningrad, Ul. profesora Sevastianova, 3/5	Región de Kaliningrado	Alemania
SRL "IMPTORG"	143005, Región de Moscú, Odintzovo, Transportniy proezd, 1	Región de Moscú	India
SRL "INVERKA RUS"	109386, Moscú, Ul. Sudakova, 11 -98	Moscú	Sri-Lanka
"INSOFT"	690600, Vladivostok, Ul. Snegovaya, 15a	Región de Primorie	Sri-Lanka
SRL "INTEGRAL"	199053, San Petersburgo,, 3 Liniya, 58, Lit. A, Pom. 7H	San Petersburgo	Kenia
SRL "INTERTRADESERVIS "	107150, Moscú, Ul. Boytzovaya, 22, Stroenie 3	Moscú	Sri-Lanka, India
SRL "ITN DROUPE"	115201, Moscú, 1 Kotlyakovski pereulok, 3	Moscú	Sri-Lanka
SRL "KALT SERVICE"	196600, San Petersburgo, Pushkin, Moskovskoe shosse, 11, Kor. 5	San Petersburgo	China
SRL "KAMELIA"	192012, San Petersburgo, Proezd Obujovskoi Oboroni, 271, Lit. A	San Petersburgo	Indonesia, Alemania, China, Sri-Lanka
SRL "CANTATA"	123290, Moscú, 1 Magistralniy tupik, 11, Stroenie 10	Moscú	Alemania, China
SRL "KARAVAN"	115093, Rusia, Moscú, Ul. B. Serpujovskaya, 44, Ofice 19	Moscú	Alemania, Sri-Lanka, India
SRL "KCARGO SPB"	191014, San Petersburgo Ul. Necrasova, 58-107	San Petersburgo	India, China
SRL "KASKAD"	119034, Rusia, Moscú, B. Levshinski Pereulok, 12	Moscú	Gran Bretana
SRL "KVADRO+"	420021, Kazan, Ul. Technicheskaya, 17(Liter A)	Republica Tartaristan	Azerbaián
SRL "KVARTET"	198188, San Petersburgo, Ul. Zaitzeva, 41	San Petersburgo	Alemania
"KLASSIK"	198095, San Petersburgo, Ul. Shvetzova, 12, Kor.2, Liter B	San Petersburgo	India, China,
COMPANY "MAY" www.maycompany.ru	111020, Moscú, Ujtomski Pereulok, 4, Stroenie1	Moscú y otros regiones	Indonesia, Kenia, Malawi, Vietnam, Sri-Lanka, India, Argentina
SRL "KORVET TEJKOR"	191180, San Petersburgo, Gorojovskaya, 71, Lit.A, Pom.10n	San Petersburgo	Vietnam

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "KORVET"	107023, Moscú, Ul. Buzheninova, 11	Moscú	España, Gran Bretaña
SRL "KORSAR"	105064, Moscú, Furmanni Pereulok, 10, Stroenie 1	Moscú	Sri-Lanka, China
SRL "COFE SIRENA"	125040, Rusia, Moscú, Ul. Pravdi, 26	Moscú	EE.UU., Canadá
SRL "COFE SET"	195256, San Petersburgo, Ul. Butlerova, 13, Liter A, Pom. 22n	San Petersburgo	Austria
SRL "COFENAT"	180016, Pskov, Ul. Krasnoyarskaya, 26	Región de Pskov	Italia
SRL "KSK"	344019, Rostov na Donu, Ul. 19 Linia, D.34/27, Ofice2	Región de Rostov	China
SRL "KUBAN-TEA"	352631, Belorechensk, Ul. Lenina, 66	Region de Krasnodar	Azerbaiján
SRL "LADAS"	107140, Moscú, Verjnyaya Krasnoselskaya Ul., 34	Moscú	Vietnam, India, Sri-Lanka
SRL "JIFEBRANDSNATUR ALFOODS"	115184, Moscú, Ozerkovski per., 12	Moscú	Alemania
SRL "LAKTON"	125445, Moscú, Leningradskoe shosse, 112, Kor.4	Moscú	Gran Bretaña
SRL "LIDER"	191014, Rusia, San Petersburgo, Baskov Pereulok, 19, Liter.A	San Petersburgo	Sri-Lanka, Nepal, Chequia, Kenia, China, Taiwán, Japon, Alemania
SRL "LOTOS"	191036, San Petersburgo, Nevski Proezd, 95, Liter 11a	San Petersburgo	China
SRL "LOUR"	111024, Rusia, Moscú, Aviamotornaya Ul., 50, Stroenie 1	Moscú	China
SRL "LTK IMPORT"	119049, Moscú, Ul. Zhitnaya, 14, Stroenie 1	Moscú	Alemania, Gran Bretaña
SRL "MAGDOMIR"	125315, Moscú, Leningradski Prospekt, 80 G	Moscú	China
SRL "MAGNIT"	198099, San Petersburgo, Ul. Kosinova, 17	San Petersburgo	India
SRL "MARICHI"	199178, San Petersburgo, 11 Linia, 46, Liter. A, Pom. 4-n	San Petersburgo	Sri-Lanka
SRL "MARTIN BAUER"	143444, Красногорск, Microrayon Opalija, Ul. Mira, 25	Región de Moscú	Alemania
SRL "MASTERTRADE"	101000, Moscú, Ul. Pokrovaka, 1/13/6, Stroenie 2, Ofice 35	Moscú	Francia, Alemania
"MATZESTINSKI CHAI"	354078, Sochi, celo Izmaylovka, Ul. Izmaylovskaya, 141	Región de Krasnodar	India, Vietnam
"MDF-PROM"	180020, Pskov, Ul. Izhorskogo bataliona, 24, Pom. 1004	Región de Pskov	Alemania
SRL "COMPANIA INTERREGIONAL ANTICRISIS LOGISTIC"	140004, Región de Moscú, Liybertzi, Ul. Electrofokatzii, 3	Región de Moscú	Alemania

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "MAZANIN"	125424, Moscú, Volokolamskoe shosse, 73	Moscú	Alemania, China
SRL "MALFOODS"	109017, Moscú, Staromonetni Pereulok, 9, Stroenie 1	Moscú	Gran Bretana, China
"MILFORD"	124305, Rusia, Moscú, Zelenograd, Ploschad Unosti, 4, Pom.3, kom.1-7	Moscú	Alemania
SRL "MUR COFECHELIABINSK"	454006, Chelyabinsk, Ul. Rossiyskaya, 67	Región de Cheliabinsk	Alemania
SRL "MLESNA"	117049, Moscú, Ul. Shabolovka, 2	Moscú	Sri-Lanka
SRL "MONOLIT"	420095, Kazán, Ul. Vosstania, 100, zdanie 10a	República Tartaristán	Azerbaiyán
SRL "MONOLIT"	119034, Rusia, Moscú, Komsomolski prospect, 7/3, 2-16	Moscú	Alemania
SRL "COMPANIA CHAERAZVESDE MOSCÚ "	111020, Rusia, Moscú, Ul. Borovaya, 3	Moscú	Indonesia, India
SRL "NEROIS"	105264, Moscú, Ul. 7 Parkovaya, 15 Kor. 2	Moscú	Nepal
SRL "NOVSHAD FOOSA"	105120, Moscú, Ul. Serguia Radonezhskogo, 27 Kor.1	Moscú	India, Nepal
SRL "NORDOPTIMUS"	127562, Rusia, Moscú, Altufievskoe shosse, 28	Moscú	Suecia
SRL "NORTON"	115569, Rusia, Moscú, Egotievski tupik, 4, Stroenie 1	Moscú	Alemania
SRL "ALLTRADE"	119017, Moscú, Pereulok Pizhevski, 5, Stroenie 3	Moscú	Alemania, Chequia
SRL "OM CHAI"	127521, G., Moscú, Ul. Oktiabrskaya, 56, Kor.1, kv. 30	Moscú	India
SRL "OMVERT"	141980, Dubna, Prospekt Bogoliubova, 31, Ofice 1	Región de Moscú	Alemania, China
SRL "OPT-RTK"	127015, Rusia, Moscú, Ul. B. Novodmitrievskaya, 23, Stroenie 5	Moscú	Litva
"ORIMI TRADE" www.orimitrade.ru	194044, San Petersburgo Ul. Tobolskaya, 3	San Petersburgo Moscú y otros regiones	Kenia, Sri-Lanka, India, Indonesia, Papua – Nueva Guinea, Vietnam, China, Argentina , Brasil, Iran
SRL "ORLAN"	195197, San Petersburgo, Polustrovski Proezd, 59, Liter Sch, P.13	San Petersburgo	Japon
SRL "OPNAMENT"	197046, Rusia, San Petersburgo, Ul. Kuibisheva, 34, Lit. A	San Petersburgo	Alemania
SRL "OTTAVA"	191028, San Petersburgo, Ul. Korolenko, 8, Lit.A, Kv.12-n	Moscú	China
SRL "PALLADA"	195248, San Petersburgo, Ul. Degtiareva, 4, Liter. a	San Petersburgo	Alemania

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "PAN ASIA"	111141, Moscú, Ul. Elektrodnyaya, 11	Moscú	Vietnam, India, Sri-Lanka
SRL "PANDA-CHAI"	125167, Moscú, Narishkinskaya alleya, 5 ,Stroenie 2	Moscú	China
SRL "PARITET"	236039, Kaliningrad, Ul. Olshtinskaya, 64-10a	Región de Kaliningrado	Sri-Lanka
SRL "PETROSNAB"	191123, San Petersburgo, Ul. Chaikovskogo, 50, Lit.A, Pom.1n	San Petersburgo	Vietnam
"PLASTINVEST"	109120, Moscú, Ul.Serguia Radonezhskogo, 27,Stroenie 1	Moscú	India
SRL "PODNEBESNAIA KLADOVAIA"	679000, Birobidzhan, Ul. Bryanskaya, 5	Region Autonoma de Hebreos	China
SRL "POLET"	236000, Kaliningrado, Ul.Generala Ozerova, 19-216	Región de Kaliningrado	China
SRL "PORTAL"	194295, San Petersburgo, Proezd Judozhnikov, 35,Lit.A,Pom.6n	San Petersburgo	Sri-Lanka
SRL "PRAGMA"	109052, Moscú, Ul. Nizhegorodskaya, 94, Kor.2	Moscú	Japon
REPRESENTACION "KATEI PASIFIC AIRWAYS LIMITED"	121099, Rusia, Moscú, Smolenskaya Ploschad, 3	Región de Tiumen	Hong-Kong
SRL "PRISMA"	191186, San Petersburgo, Nevski Proezd, 7-9, Liter A	San Petersburgo	Finlandia
SRL "PRIMA"	238300, Gurievsk, Ul. Zagorodnaya, 4-5	Región de Kaliningrado	Sri-Lanka
SRL "PRIMATRADE"	129626, Moscú, Ul. Staroalekseevskaya, 5, Ofice 263	Moscú	Vietnam
SRL "PROFIL"	127543, Rusia, Moscú, Ul. Korneychuka, 32	Moscú	Sri-Lanka
SRL "PROFIMPORT"	117405, Rusia, Moscú, Ul. Dorozhnaya, 60	Moscú	Alemania, Chequia, China
SRL "PROFITRADE RUS"	119017, Rusia, Moscú, Schetininski Pereulok, 12	Moscú	Alemania
SRL "PATRON"	115478, Moscú, Kashirskoe shosse, 24,Stroenie 22	Moscú	Sri-Lanka
IP RAVSHANOVA	628681, Región de Tiumen, Meguion, Ul. Sutormina, 2 Kv.168	Región de Nizni Novgorod	Uzbekistán
SRL"RAFAEL"	420108, Tatrstan, Kazan Ul. M. Gafuri, 71, Proezd 3d, №1	República Tartaristán	China
SRL "RASTORAN TECHSERVOS"	236004, Kaliningrad, Alleya Smelij, 31	Región de Kaliningrado	Alemania
SRL "REITING"	400081, Volgograd, Ul. Angarskaya,178	Región de Volgogrado	Sri-Lanka
SRL "REYA"	141070, Región de Moscú, Korolev, Ul. Gagarina, 26a	Región de Moscú	Finlandia

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "RIMTZ"	630092, Novosibirsk, Proezd Karla Marksa, 20	Región de Novosibirsk	China
SRL "ROS"	107076, Moscú, Ul. Strominka, 19, Kor. 2	Moscú	China
SRL "ROSCHAI"	194358, San Petersburgo, Proezd Prosveschenia, 36 Lit. A Pom.25-n	San Petersburgo	India
"ROSTEC-OMSK"	644024, Omsk, Ul. Lermontova, 27	Región de Omsk	Vietnam
SRL "RUNICO"	119104, Moscú, Ul. Novomariinskaya, 38 -172	Moscú	Iran
SRL "RUSIMPORT"	198035, San Petersburgo, Ul. Dvinskaya, 10, Kor. 2, Liter A, Pom.	San Petersburgo	Vietnam, China
"RCHK LOGISTIC"	121471, Moscú, Yl. Riabinovaya, 45	Moscú	Sri-Lanka
SRL "SAN TRADE"	115201, Rusia, Moscú, 1 Varshavski Proezd, 1a, Stroenie 1	Moscú	Azerbaiyán
SRL "SANDAR"	367015, Majachkala, Proezd Akushinskogo, 80a Kv.4	Republica Daguestán	Sri-Lanka
SRL "SANTI"	129110, Moscú, Пр-Кт Мира, Д.69,К.1	Moscú	India, Vietnam, Sri-Lanka
SRL "SARA LI RUS"	113824, Moscú, Derbenevskaya Nab., 7, Stroenie 17	Moscú	Holanda
SRL "SWIT LIFE.RU"	115035, Moscú, Ul. Piatnitzkaya, 2/38, Kor.3	Moscú	Alemania
SRL "SVO"	180017, Pskov, Ul.128 Strelkovoï Divizii, 6	Región de Pskov	Vietnam
SRL "CSDS-FOODS"	107140, Moscú, Ul. Krasnoprudnaya, 12/1, Stroenie 1,Office 15	Moscú	Sri-Lanka, China
SRL "SEVER-YUG"	190068, San Petersburgo, Voznesenski,57 Liter A, Pom. 16-n	Región de Astrajan	Gran Bretaña
"SEVERNYYE VOROTA"	656049, Barnaul, Ul. Merzlikina,5	Región de Altai	China
"SEVERO-ZAPADNAYA CHAINAYA COMPANIA"	194100, San Petersburgo, Lesnoi Proezd, 65 Kor. 3	San Petersburgo	Sri-Lanka, China, Vietnam
SRL "SINFU"	105082, Rusia, Moscú, Ul. B. Pochtobaya, 7, Stroenie 1	Moscú	Japón
"SIEK"	630039, Novosibirsk, Ul. Voinskaya, 133	Región de Novosibirsk	China
SRL "SLIMWORK"	109518, Rusia, Moscú, 1Graivoronovski Proezd, 5a	Moscú	China
SRL "SM BRASERS"	123290, Moscú, Ul. 2Magistralnaya, 14r, Stroenie 1	Moscú	India

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "SMALTA"	238313, Gurievski rayon, Poselok Zaozorie, Ul. Centralnaya, 4	Región de Kaliningrado	Sri-Lanka
SRL "SMK"	670031, Ulan-Ude, Bulevar Karla Marksa, 1	República Buryatia	China
SRL "SOVEREN"	344002, Rostov na Donu, B. Sadovaya, 82, Ofice 26	Región de Rostov	Sri-Lanka
SRL "SOKOL LOGISTIC"	127322, Moscú, Ul. Milashenkova, 10. Ofice 194	Moscú	Finlandia
SRL "SOSNOVKA"	191040, Rusia, San Petersburgo, Ul. Kolomenskaya 3, Lit. A, Pom. 4-n	San Petersburgo	Italia
SRL "COZVEZDIE"	194292, San Petersburgo, 5 Verjni Pereulok, 1 Liter B	San Petersburgo	Vietnam
SRL "SPETZMASH"	129110, Moscú, Orlovski Pereulok, 3	Moscú	India, China
"STOKMANN"	129085, Rusia, Moscú, Proezd Olmingskogo, 3a, Stroenie 3	Moscú	Finlandia
SRL "TAIKUN"	195213, San Petersburgo, Ul. Latishskij Strelkov, 29.	San Petersburgo	Alemania
SRL "TAISHI TRADING"	119121, Rusia, Moscú, Zemledelcheski Pereulok, 20, Stroenie A	Moscú	Japon
SRL "TALIUM"	125565, Rusia, Moscú, Konakovski Proezd, 6, Stroenie 2	Moscú	Argentina
SRL "TEACOM"	117461, Moscú, Balaklavski Prospekt, 46, kor. 1, Kv. 54	Moscú	Sri-Lanka
SRL "TERNERS"	105082, Moscú, Ul. Bakuninskaya, 71, Ofice 701	Moscú	India
"TERTZIA"	194291, San Petersburgo, Prospekt Lunacharskogo, 72 Kor. 1	San Petersburgo	Francia, Kenia, Vietnam, Kenia, China
SRL "TECHNOLINE"	191123, San Petersburgo, Ul. Furshtadskaya, 48 Liter A	San Petersburgo	China
SRL "TECHNOPOLIS"	198216, San Petersburgo, Leninski Proezd, 140	San Petersburgo	Italia
SRL "TECHTORG"	127550, Moscú, Dmitrovskoe shosse, 39, K. 1	Región de Moscú	Alemania, China
SRL "TEA PRODUCTS"	142784, Moskovskaya obl., Leninski rayon, der. Govorovo, Ul. 47 km MKAD, Stroenie 16	Moscú	Sri-Lanka, China, India
SRL "TEAPOINT"	690048, Región de Primorie, Vladivostok, Ul. Postisheva, 43, Ofice 2	Región de Primorie	China
SRL "TOVARI I USLUGUI"	129164, Rusia, Moscú, Ul. Kibalchicha, 4-6-70	Moscú	China
SRL "TORGOVY DOM" "ECOPRODUCT"	119002, Moscú, Ul. Arbat, 36/2, Stroenie 6	Moscú	Alemania

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "TORGOVY DOM" "ECOPRODUCT"	119002, Moscú, Ul. Arbat, 36/2, Stroenie 6	Moscú	Austria
SRL "TORGOVY DOM" "CONFUTZIY"	142718, Región de Moscú, Leninski rayon, pos. Izmailovo, 20	Región de Moscú	China
TORGOVY DOM "VOSTOC"	143405, Moskovskaya obl, Leninski rayon, der. Golievo, Ul. Centralnaya, 65	Moscú	India
SRL "TORGOPT"	190068, San Petersburgo, Proezd Rimskogo- -Korsakova, 11/36 Ofice 32	San Petersburgo	Alemania
SRL "TRANSALKO"	236006, Kaliningrad, Ul. Litovski Val, 38	Región de Kaliningrado	Sri-Lanka
"TRANSKOM"	142032, Moskovskaya obl, Domodedovski rayon, celo Konstantinovo, 81	Región de Moscú	Finlandia
SRL "TRANSTECHSERVIS"	368354, Gunibski rayon, celo Sogratl	Republica Daguestán	Iran
SRL "TRK"	119270, Rusia, Moscú, Luzhnetzkaya nab, 2/4, Stroenie 8	Moscú	Italia
SRL "TRAVELERS COFE"	630112, Novosibirsk, Ul. Krasina, 45	Región de Novosibirsk	Alemania, China, Taiwán
"TYAN-JEN" "ACADEMIADE CULTURA Y MEDICINA CHINA"	107023, Rusia, Moscú, Semenovski Pereulok, 6	Moscú	China
SRL "TECNOLOGIAS ALIMENTARIAS"	142204, Región de Moscú, Serpujov, Severnoe shosse, 14	Región de Moscú	India, Vietnam, China
SRL "URALIMPORT"	620026, Ekatenburg, Ul. Belinskogo, 56-502	Región de Sverdlovsk	China
SRL "UYUTNI DOM"	190103, Rusia, San Petersburgo, Ul. Tziolkovskogo, 10 Lit.D Pom-n	San Petersburgo	EE.UU.
SRL "FAVORIT"	109542, Moscú, Ryazanski Proezd, 8/1, Stroenie 3, Pom.419	Moscú	Sri-Lanka
"FACTORIA"	121096, Rusia, Moscú, Ul.2 Filevskaya, 7, Kor.6	Moscú	Sri-Lanka
SRL "FENIX"	198035, San Petersburgo, Mezhevoi kanal, 5, Lit.A, Pom.1n	Región de Leningrado	China
SRL "FILIPP"	236010, Kaliningrad, Kashtanovaya alleya, 47	Región de Kaliningrado	Alemania
SRL "FORTI"	198334, San Petersburgo, Proezd Veteranov, 140, Lit. B	San Petersburgo	Finlandia
SRL "FOXSR0T"	236013, Kaliningrad, Ul. Makarenko, 24-1	Región de Kaliningrado	China

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "FRANTORG"	125080, Rusia, Moscú, Ul. Kiprenskogo, 10	Moscú	China, Francia, Vietnam
SRL "FREGAT"	194291, San Petersburgo, Prospekt Lunacharskogo, 72, Kor.1	San Petersburgo	Alemania, Kenia Sri-Lanka
SRL "FRIKO-M"	115088, Rusia, Moscú, Ул 1 Dubrovskaya, 13	Moscú	Francia
SRL "FRUITLAND"	192236, San Petersburgo, Ul. Sofiiskaya, 8, Kor. 1, Liter B	San Petersburgo	Alemania
SRL "FOOD REPUBLIC"	129343, Rusia, Moscú, Proezd Nancena, 3, Kv. 203	Moscú	Alemania
SRL "FUDAGROUP"	192102, San Petersburgo, Ul. Salova, 31 Liter A Pom. 1-n	San Petersburgo	Alemania, China
SRL "FOODINVEST"	620075, Ekatenburg, Ul. Pervomayskaya, 60, Office 58	Región de Sverdlovsk	Alemania
SRL "TEA GARDENS OF CEILAN"	109651, Moscú, Ul. Ilovaiskaya, 10, Stroenie 1	Moscú	Sri-Lanka
SRL "CENTRIUM"	191119, San Petersburgo, Ul. Konstantina Zaslónova, 32-34,A, 4-n	San Petersburgo	Alemania, Sri-Lanka, China, India
"CIRCON"	119042, Moscú, Ul. Zhitnaya, 14, Stroenie 1	Moscú	Taiwán
SRL "CHAI"	630078, Novosibirsk, Ul. Viatavichnaya, 17	Región de Novosibirsk	China
SRL "CHAI DLYA VAS"	121096, Г., Moscú, Ul. 2 Filevskaya, 7/19, Kor.6	Moscú	Sri-Lanka
"CHAINY DOM TONUS"	107005, Rusia, Moscú, Ul. Fradrija Enguelsa, 47, Stroenie 1	Moscú	Indonesia, India, Vietnam, Malawi, Kenia, Sri-Lanka
SRL "CHAIKA"	129329, Moscú, Igarski Proezd, 2, Stroenie 1	Moscú	Vietnam
SRL "TEA COMPANY "LUTA" www.luta.ru	142718, Región de Moscú, Leninski rayon, pos. Izmailovo	Región de Moscú Moscú y otras regiones	Argentina, China
SRL ТД "CHAI, COFE I DRUGIE KOLONIALNIE TOVARI"	119590, Moscú, Ul. Dovzhenko, 12, Kor.3	Moscú	Alemania
SRL "CHAINO-COFEINY DOM GOLUBOVSKOY"	236000, Kaliningrad, Ul. Kosmonavta Leonova, 11-17	Región de Kaliningrado	Alemania
SRL "CHAITORG"	125222, Rusia, Moscú, Volotzkoi Pereulok, 7	Moscú	China, Alemania
SRL "CHAI-UPAK"	140125, Moskovskaya obl, Ramenski rayon, der. Ostrovtsi, Ul. Podmoskovnaya, 15	Región de Moscú	India

Nombre	Dirección	Región destino	País origen
SRL "CHAI-EXPORT"	190031, San Petersburgo, Ul. Efimova, 3-A, Ofice 15	San Petersburgo	Sri-Lanka
SRL "CHAIGOROD" www.chaigorod.com	111020, Moscú, Ul. Borovaya, 3, Stroenie 22	Moscú y otros regiones	Argentina, China, India, Sri-Lanka, Kenia
"TEA COMPANY № 1" www.teanadin.ru	129344, Moscú, Ul. Iskri, 31, Stroenie 7	Moscú y otros regiones	China, India, Brasil, Japon, Argentina, Kenia
"CHATIME"	197136, San Petersburgo, Ul. Plutalova, 20 Pom. 2n	San Petersburgo (Ciudad)	Taiwán
IP CHECHITOV	307450, Kurskaya obl, Glushkovski rayon, Glushkovo, Ul. Nabazhnaya, 214	Región de Kursk	Argentina
SRL "SHTRAUS"	143080, Región de Moscú, Odintzovski rayon, Pos. VNISSOK, 32	Moscú	Alemania
SRL "ADWARDSTRADEGR OUP"	191036, Rusia, San Petersburgo, Ul. 8 Sovetskaya, 9-13, Kv. 37	San Petersburgo	Sri-Lanka
"EDIAR"	121019, Moscú, Ul. Novi Arbat, 5, 2 etazh, Pom. 1	Moscú	Francia
SRL "SINA"	670031, Ulan-Ude, Ul. Shirokij-Polyanskogo, 23	Republica Buryatia	China
SRL "A AND D RUS"	121357, Moscú, Ul. Vereiskaya, 17	Moscú	Japon
SRL "EXPRESSIMPORT"	180004, Rusia, Pskov, Ul. Srednyaya, 16	Región de Pskov	Alemania
SRL "ELANKO"	367026, Majachkala, Proezd Shamilya, 42a, Kv. 6	Republica Daguestan	Iran
SRL "ELITORG"	236004, Kaliningrad, Ul. Yablochnaya, 14	Región de Kaliningrado	Polonia, Sri-Lanka
SRL "ELKO GREEN"	109377, Moscú, 4-Novokuzminskaya, 12	Moscú	Gran Bretaña, EE.UU., China
SRL "EMORI"	121471, Rusia, Moscú, Ul. Riabinovaya, 47, Stroenie 5	Moscú	Japon
SRL "AGENCIA DE ENERGIA"	191036, San Petersburgo Ligoovski Proezd, 33-35 Lit. A, Etazh 3, Pom. 24n, K. № 3, Ofice	San Petersburgo	EE.UU.
SRL "ULIUS MAIN RUSSLAND"	109544, Rusia, Moscú, Nizni Mezhdunarodni Pereulok, 10, Stroenie 1	Moscú	Austria, Alemania
SRL "UNILEVER RUS" www.unilever.ru	125047, Moscú, 4 Lesnoi Pereulok, 4	Moscú y otros regiones	Polonia, Alemania, Kenia, Argentina, India, Indonesia, Malawi, Vietnam, Austria

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de Rusia, *ILA-CONSULTING*

- Nota:** 1) color celeste – empresas que trabajan con Argentina;
2) color amarillo – empresas que importan té a las regiones previamente seleccionadas.

El análisis de la tabla 2 muestra que son 12 importadores que compran té/yerba mate en Argentina. Otros 14 importadores regionales suministran té a las regiones previamente seleccionadas fuera de Moscú y San Petersburgo (ver el modulo 1 del estudio).

En conclusión:

Existe un grupo de empresas rusas que trabajan con exportadores argentinos.

Son 12 empresas en total: 11 de escala nacional y 1 regional (de la región de Kursk).

Los grandes importadores de escala nacional reciben la mercadería en el centro y después la distribuyen en las regiones del interior.

De 11 empresas de escala nacional nueve tienen su sede en Moscú, 1 – en la región de Moscú, 1 – en San Petersburgo.

Son las siguientes empresas:

Moscú:

1. SRL "VAN REES"
2. SRL "VERTON"
3. SRL "DAVS-XXI"
4. "DISTRIBUIDORA AVALON"
5. COMPANY "MAY"
6. SRL "TALIUM"
7. SRL "CHAIGOROD"
8. "TEA COMPANY № 1"
9. SRL "UNILEVER RUS"

San-Petersburgo:

1. "ORIMI TRADE"

Región de Moscú:

1. SRL «TEA COMPANY "LUTA"

Región de Kursk

1. IP CHECHITOV (Cuentapropista)

Las compañías SRL "VAN REES", COMPANY "MAY", "TEA COMPANY № 1", SRL "UNILEVER RUS", SRL «TEA COMPANY "LUTA", "ORIMI TRADE" son importadores de escala federal que tienen envasado y red distribuidora propias.

Las compañías SRL "VERTON", SRL "DAVS-XXI" SRL, "TALIUM", SRL "CHAIGOROD" y "DISTRIBUIDORA AVALON" son los importadores y distribuidores que representan en el territorio ruso las marcas comerciales extranjeras. Ellas operan en las regiones donde tienen varios socios comerciales regionales.

En las regiones de Rusia previamente seleccionadas (ver Modulo 1) operan los importadores grandes mencionados y 14 empresas regionales que pueden servir de importadores directos de té/mate argentinos.

Esas empresas son las siguientes:

Región de Krasnodar

1. SRL "DOBRYNIA-RUS"
2. SRL "KUBAN-TEA"
3. "MATZESTINSKI CHAI"

Región de Novosibirsk

1. SRL "RIMTZ"
2. "SIEK"
3. SRL "CHAI"
4. SRL "TRAVELERS COFE"

Región de Sverdlovsk

1. SRL "URALIMPORT"
2. SRL "FOODINVEST"

República Tartaristán

1. SRL "RAFAEL"
2. SRL "MONOLIT"

Región de Tiumen

1. REPRESENTACION "KATEI PASIFIC AIRWAYS LIMITED"

Región de Nizni Nóvgorod

1. IP RAVSHANOVA (Cuentapropista)

Región de Volgogrado

1. SRL "REITING"

IMPORTANTE:

Es decir, hasta ahora ni una sola empresa rusa importa té/yerba mate argentinos directamente en las regiones seleccionadas. Eso deja grandes posibilidades para la organización del negocio correspondiente.

5- ENUMERACIÓN DE PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO DE EXPORTACIONES COMBINANDO NUEVAS ALTERNATIVAS

A.- Políticas de introducción de marcas propias

Los resultados de las investigaciones muestran que el mercado ruso combina las características de mercados desarrollados y los en vía de desarrollo.

Los índices de la madurez del mercado son el crecimiento de nivel de los ingresos de consumidores y la aparición rápida de las innovaciones.

La principal característica del mercado Rusia es su el potencial de crecimiento.

Las perspectivas del crecimiento del mercado se alienta por el gran porcentaje de juventud entre los consumidores: hasta el 40% tienen menos de 30 años, mientras que en países centroeuropeos este porcentaje alcanza sólo el 27 %.

La introducción de nuevas marcas comerciales presenta buenas posibilidades en el público joven para los próximos 10 años, porque es lógico esperar el aumento gradual del volumen de la demanda y el crecimiento del bienestar de este grupo de los compradores en el futuro.

Un éxito considerable en el mercado ruso consiguen las marcas que desarrollan activamente la distribución. Entre los productores el crecimiento más grande de las ventas consiguen aquellas compañías incrementan su distribución detrás más allá de los límites geográficos de Moscú y San Petersburgo.

Los canales básicos de la distribución de té son las redes regionales comerciales – supermercados, hipermercados, tiendas especializadas de té.

Durante el desarrollo de una marca comercial es necesario tener definido si es **marca de fábrica o marca (brand) comercial**.

Conforme a la legislación rusa¹, **la marca de fábrica** es la designación, capaz de distinguir las mercancías y los servicios de unas personas físicas o jurídicas de las mercancías y los servicios homogéneos de otras personas físicas o jurídicas.

En calidad de las marcas de fábrica pueden ser registradas otras designaciones verbales, figurativas, plásticas, volumétricas u otras. La marca de fábrica registrada, según orden establecido, se convierte en un activo protegido por ley.

Bajo **la marca (brand) comercial** sobreentiende la marca de fábrica y aquella **imagen específica**, que el consumidor distingue gracias a las calidades específicas del producto. Una marca comercial no puede posteriormente convertirse en un **brand**.

El brand es una noción más amplia y de gran capacidad, no es el sinónimo de la marca comercial.

En el concepto de brand entran:

- La mercancía misma o el servicio con todas sus características;
- El conjunto de las características, esperanzas y asociaciones percibidas por el usuario y atribuidas por ello a la mercancía (brand-image);
- La información al consumidor;
- La promesa de ventajas dada por el autor de la marca a los consumidores, es decir, aquel sentido que imponen los autores (la falta bastante difundida consiste en lo que los fundadores de la marca creen que su percepción y la percepción del público son iguales; en la práctica a menudo no lo son).

¹ La ley #3520-1/23.09.2002 de la Federación Rusa “ Sobre las marcas de fábrica, los signos del servicio y los nombres de los lugares de origen de la mercancía”

En el mercado ruso de té están presentes los brands globales y nacionales. Son las marcas comerciales más promocionadas y ampliamente conocidas, como LIPTON, TWININGS, MILFORD.

En los últimos años las marcas nacionales de té tales como “Beseda”, “Maisky” creaban sus brands.

Para su promoción aplicaron la estrategia de la creación y la introducción al mercado de una marca comercial con el fin de formar una preferencia de los consumidores a largo plazo (llamada el “**branding**”).

La introducción al mercado de una nueva **marca comercial (MC)** es, en realidad, la elaboración de una nueva mercancía para cierto segmento del mercado, cierto auditorio de consumo, unas redes de tiendas comerciales escogidas, etc.

Un nuevo producto debe ser equilibrado por cuatro parámetros (**4 P - product, place, price, promotion**), es decir, *producto, lugar, precio, promoción*. La mercancía debe tener las propiedades de consumo correspondientes a un cierto segmento valorativo.

La introducción de mercancía bajo una nueva marca comercial debe cumplirse por los especialistas en esta esfera (con la atracción de los *managers* de la calidad, vendedores experimentados, publicistas, diseñadores, etc.).

Todos ellos son responsables por la introducción de MC, deben saber bien los documentos normativos, reglamentos, el GOST ruso (el sistema estatal de estándares).

El proceso de la introducción de una nueva marca comercial sobreentiende la composición del contrato y el conjunto de los documentos (llamado “la hoja de producción”), en que se fija detalladamente el lugar de producción, los índices fisicoquímicos del producto, el diseño de la etiqueta, los colores, etc.

En caso del surgimiento de problemas en la realización de la mercancía un buen contrato permite imponer una multa por las infracciones, retirar la mercancía de la

venta, etc. Hablando de los plazos temporales de la introducción de una nueva marca comercial al mercado vale subrayar que es un proceso relativamente largo.

En Rusia el lanzamiento de nueva mercancía lleva más de 1 año. (Para comparar: la norma de lanzamiento de una nueva MC en Francia es de 6 meses).

El registro de la marca de fábrica o la marca comercial (MC) es el procedimiento de la recepción del certificado que da el permiso exclusivo a su uso, incluso la transmisión completa o parcial de los derechos comerciales.

La protección jurídica de la marca de fábrica (o la marca comercial) se confirma por la ley de la Federación de Rusia.

Antes de comenzar el procedimiento, es necesario determinar precisamente la esfera de la actividad de la marca de fábrica en el momento actual y la actividad planeada para el futuro, es decir, fijar que tipo de mercancías hay que registrar.

Solamente una persona jurídica o un empresario individual (cuentapropista) pueden recibir el derecho al registro de una marca de fábrica.

El registro de la marca de fábrica compone aproximadamente un año y tres meses.

En Rusia es posible la realización **del registro acelerado de la marca de fábrica (el registro acelerado de la marca comercial)**, que lleva unos siete meses.

Tal registro es posible a condición de la presentación de una solicitud al registro internacional según el Acuerdo de Madrid, y solamente en este caso el departamento de patentes de Rusia permite la prueba pericial acelerada y la entrega correspondiente del certificado.

Los gastos por los trámites del registro de una marca comercial en la Federación de Rusia pueden ser cerca de 1500 dólares o superar 3 000 dólares. Eso depende del modo del registro – regular o internacional (acelerado).

En la tabla 3 figuran las firmas (las oficinas de patentes acreditadas) que se ocupan de los trámites de registro de MC en Rusia.

Tabla. 27. Firmas registradoras de las marcas comerciales en la Federación de Rusia

Firma	Página Web	Contactos
RUSPATENT	http://www.rupto.ru	Tel:+7 (499) 240 60 15, 531 63 53 rospatent@rupto.ru
ROS-PATENT	http://www.ros-patent.ru	Tel: +7 (495) 972 75 57 zakaz@ros-patent.ru
GLOBAL PATENT GROUP (GPG)	http://www.patent-rus.ru	Tel:+7 (495) 782 02 47, 782 33 85
RUSSIAN PATENT	http://www.russianpatent.info	Tel:+7 (499) 248 28 47 248 28 26 info@russianpatent.info
GRUPO PREVISE	http://www.pvcg.ru	Tel: +7 (495) 221-19-96 info@pvcg.ru
NUEVA MARCA COMERCIAL (Novosibirsk)	http://trademark.alliberia.com	Tel: +7 (383) 218 49 11 trademark@sibmail.ru
VEZALITY	http://www.vezality.ru	Tel: +7 (495) 417 11 80 +7 (495) 771 22 69 expert@vezality.ru
GORODISSKY & PARTNERS	http://www.gorodissky.com	Tel: +7 (495) 937 61 16 +7 (495) 937 61 09 pat@gorodissky.ru

Fuente: *ILA-CONSULTING*

Cabe subrayar que los productos de la industria de té en el territorio de la Federación de Rusia se someten a la certificación obligatoria.

Por la ley "Sobre la defensa de los derechos de los consumidores" está introducida la certificación obligatoria de la producción nacional e importada que es comprobada también a la seguridad ecológica.

La certificación de la mercancía importada se realiza en el Sistema de la certificación – el GOST R (ГОСТ Р).

Por ley está establecido que **el certificado de la conformidad** presentada junto con la declaración de carga aduanera en los órganos aduaneros sirve como el permiso de la importación de la mercancía al territorio de Rusia.

El certificado debe ser entregado por el órgano ruso especial, que puede reconocer también el certificado extranjero.

Por falta del original de certificado se permite presentar una copia confirmada por el notario o por el órgano, que ha emitido el certificado o, también, por un consulado de Federación de Rusia.

Los principios básicos de la certificación de la producción importada están vinculados a la práctica internacional, las reglas y las recomendaciones elaboradas por las organizaciones comerciales internacionales.

Esto garantiza uniformidad de las reglas y los procedimientos del Sistema ruso de la certificación (el GOST R) para las mercancías nacionales e importadas.

En caso de existencia de los acuerdos bilaterales concluidos con los órganos de certificación extranjeros sobre el reconocimiento mutuo de los certificados de la conformidad y las actas de las pruebas, la mercancía acompañada por certificados, emitidos por tales órganos, están autorizadas para importación en Rusia.

En la tabla 4 figuran las firmas que se ocupan de la certificación de productos en el territorio de la Federación de Rusia.

Tabla. 28. Firmas que realizan la certificación de productos en la Federación de Rusia

Firma	Página Web	Contactos
ROSTANDART	http://rostandart.ru/nashi_uslugi/	Tel:+7 (495) 734 99 56, info@rostandart.ru
ROSPROMTEST	http://www.rospromptest.ru	Tel: +7 (495) 771 05 86
PRO CERTIFICATION	http://www.pro-certification.ru	Tel: +7 (495) 721 84 52 +7 (926) 522 36 04 info@pro-certification.ru
EUROTEST	http://www.eurotest.ru	Tel: +7 (495) 660 52 28 mail@eurotest.ru eurotest@eurotest.ru
CERTIFICATE SERVICE	http://www.c-sm.ru/	Tel: +7 (495) 226 10 08 info@c-sm.ru

Fuente: ILA-CONSULTING

Para recibir un certificado de conformidad exportadores de té/yerba mate deben tener **los siguientes documentos:**

- El contrato comercial de suministro de la mercancía a la Federación de Rusia; *invoice* (la guía, la factura, el recibo) y los documentos de transporte, que formaliza el remitente de la carga;
- El certificado sanitario, formalizado por el Servicio estatal de vigilancia sanitaria epidémica de la Federación de Rusia;
- El certificado de calidad de la empresa (firma) fabricante;
- El certificado de seguridad emitido por el órgano autorizado del país exportador;

- El certificado de origen emitido por la Cámara de Comercio e Industria del país exportador;
- El certificado fitosanitario del órgano de la inspección de cuarentena para la producción del cultivo de plantas de Ministerio de la producción agrícola;
- El acta de las pruebas de un laboratorio acreditado de prueba;
- La demanda para la certificación en el Sistema de la certificación (el GOST R).

La necesidad **de la certificación de las mercancías importadas** en Rusia está vinculada a la defensa de los intereses de consumidores y el mercado ruso en el campo de la seguridad de los productos, y además con el aumento considerable de la comercialización en el interior de Rusia de mercaderías importadas en relación a las ventas totales.

La práctica ha mostrado que una de las faltas del proceso de la certificación de los productos importados es que los proveedores extranjeros no siempre disponen de información necesaria sobre requisitos de certificación y regulaciones aduaneras de Rusia.

Con frecuencia las partidas de mercancías no tienen el certificado de la conformidad, o se acompañan por un certificado emitido por algún órgano extranjero no reconocido en el Sistema de la certificación (el GOST R).

Según las reglas habituales en Rusia, en estos casos el proveedor extranjero tiene derecho de dirigirse a uno de los órganos de la certificación y realizar las pruebas de las muestras de la mercancía en un laboratorio, fijado por este órgano, o pasar el procedimiento de reconocimiento del certificado extranjero.

B- Políticas y evolución de precios

Todas las marcas comerciales de té presentes en el mercado ruso, se dividen en tres segmentos básicos: económico, medio y alto (Premium).

Tabla. 29. Distribución de las marcas comerciales de té² por los segmentos valorativos

Segmento valorativo	Compañía	Marca de té
Económico (0,8 -2 dólares por 100 gramos)	“ORIMI TRADE” www.orimitrade.ru	“Princesa – Kandy, Gita, Java”
	“Fabrica de té de Moscú” www.moschay.ru	«Elefante de oro», «El mismo», «te con elefante»
	“Producto ruso” www.rusprod.ru	«Bodrost»
	“MAY” COMPANY www.maycompany.ru	«Lisma» http://lisma.ru CURTIS
	UNILEVER RUS www.unilever.ru	«Beseda» www.besedatea.ru
	“Distribuidora “AVALON” http://avalongroup.ru	«Vaso de oro» www.zolchasha.ru
	“Te de Imperador”	“Te de Imperador” http://imperialtea.ru
Medio (2-4 dólares por 100 gramos)	“ORIMI TRADE” www.orimitrade.ru	«Princesa Noori» Greenfield
	“MAY COMPANY” www.maycompany.ru	«Maisky» http://www.maisky.ru
	UNILEVER RUS www.unilever.ru	Brooke Bond Lipton

² Té empacado de 100 gramos. La distribución por los precios minoristas en las redes comerciales de la Federación Rusa.

Segmento valorativo	Compañía	Marca de té
	«SDC-FOODS» http://www.sdc-foods.ru	Ahmad Tea http://ahmadtea.ru
	“Fabrica de te de Moscú” www.moschay.ru	«Nikitin»
	DOUWE EGBERTS www.de.nl	PICKWICK www1.pickwicktea.com
	GROUP “SAPSAN” http://moscowtea.ru	AKBAR, GORDON
	Riston www.ristontea.com	Riston www.riston.ru
	“Милфорд” Moscú http://www.milford.ru	MILFORD
Premium (de 4 y más dólares por 100 gramos)	Ronnefeldt Hausbrandt http://ronnefeldt-shop.ru	Ronnefeldt
	MLESNA http://mlesnatea.ru	Mlesna
	R Twining & Co Ltd www.twining.ru	TWININGS
	"Newbi Tibi"	Newby
	GRUPO TARPAN http://www.tarpantea.ru	MAITRE de The http://www.maitredethe.ru

Fuente: Medios de comunicacion, *ILA-CONSULTING*

Muchos operadores del mercado ruso de té presentan las marcas comerciales en varios segmentos valorativos al mismo tiempo. Por ejemplo, la compañía “MAY” produce té del segmento económico (MC “Lisma”, MC “CURTIS”) y té del segmento

medio (MC "Maisky"). La misma estrategia es propia de las grandes compañías: "ORIMI TRADE", "UNILEVER RUS" y otros.

En el segmento Premium se encuentran, como regla, las marcas comerciales inglesas. Este tipo de mercadería se importa envasadas para la venta minorista.

En el segmento Premium del mercado ruso de té realizan la promoción masiva de la MC francés "Maitre de The" (exportador "T.F.A. Tehnologies Francaises Alimentaires"). El distribuidor de esta marca comercial en el mercado ruso es el grupo de las compañías "TARPAN".

En el surtido de los té de marca "Maitre de The" apareció la nueva colección de mate cocido en saquitos, que el consumidor ruso percibe con interés.

Los expertos recomiendan elegir los segmentos valorativos medio y premium para introducir la nueva marca comercial al mercado ruso.

Hay que notar, sin embargo, que el segmento medio en Rusia es bastante más competitivo que otros, porque aquí se observa la gran concentración de los *brands* de té fuertes (mundialmente reconocidos) y ya promocionados en el mercado local.

Pero, teniendo en cuenta que los precios de compra de té y yerba mate están estimados como medios (conforme a los datos de la encuesta realizada entre los importadores), la introducción y el posicionamiento de la marca comercial (MC) al mercado ruso dentro del segmento medio parecen más probables. Es decir, la situación es bastante contradictoria y complicada.

Tabla. 30. Nivel de precios de compra de té/yerba mate en la Argentina

Destinatario	Remitente	Nombre de mercancía/ código de Aduana rusa	Precio USD/kilo
ORIMI TRADE	INDUSTI S.A.	Yerba mate finamente molida, triturada (En bolsas de 50 kg c/u.) Código 0903000000	1,45
TEA COMPANY №1	Cooperativa Yerbatera Andresito	Yerba mate verde (en bolsas de 50 kg c/u.) Código 0903000000	1,57
MAY COMPANY	Fideicomiso Industea	Te negro (en bolsas de 40 o 50 kg c/u.) Código 0902400000	1,1 – 1,57
AVALON GROUP	Indastea S.A.	Te negro fermentado Código 0902400000	1,36
VAN REES	Casa Fuentes S.A.	Yerba Mate (en bolsas de 50 kg c/u.) Código 0903000000	1,12-1,14
VERTON	Establecimiento Las Marias	Yerba mate en envases para la venta minorista Código 0903000000	1,67
LUTA	Capell Fideicomiso	Te negro (en bolsas de 55 o 60 kg c/u.) Código 0902400000	0,9 – 1,35
UNILEVER RUS	Don Basilio	Te negro (en bolsas de 45 - 60 kg c/u.) Código 0902400000	1,38-1,56
CHAYGOROD COMPANY	CACHAY	Yerba mate, envase – 0.50 kg Código 0903000000	1,65

Fuente: Servicio Estatal de Aduanas de la FR, *ILA-CONSULTING*

C.- Publicidad

Durante **el proceso de difusión** de la marca comercial (MC) es necesario tomar en consideración los rasgos específicos de las transacciones comerciales en la región seleccionada, las particularidades de realización de las campañas publicitarias y las promociones en el mercado regional concreto y en el segmento valorativo escogido.

Tal trabajo se realiza junto con los distribuidores regionales. Un significado especial tiene la realización de las acciones regionales publicitarias y las presentaciones del

producto en las regiones escogidas. en el análisis de las preferencias de los consumidores.

D- Posibilidades de acuerdos estratégicos con socios rusos

Para un modo más atractivo y práctico de la introducción de productores y exportadores de té/yerba mate argentinos al mercado ruso, según la investigación de mercado, se propone una estrategia comercial que básicamente considere los siguientes elementos (etapas):

- La creación de la representación oficial en el territorio de la Federación de Rusia de un grupo de exportadores argentinos de té y yerba mate;
- La búsqueda de los socios locales y el establecimiento de los contactos con los distribuidores de té en las regiones escogidas;
- La concreción de un acuerdo estratégico con una compañía rusa para la introducción de la mercancía final preparada con té o yerba mate argentinos (en forma de **Private Label**, o en forma de la marca comercial propia (**MCP**) para una red comercial);
- La elaboración y el registro de la marca comercial privada (**Private Label**)³, orientada especialmente hacia el mercado ruso, es decir, que responde a las necesidades específicos del comprador ruso;
- El “Branding”, acompañamiento profesional de la introducción de **Private Label** al mercado (la publicidad, el posicionamiento y otros).

En la tabla 7 figuran las posibilidades y ventajas de los acuerdos estratégicos con las compañías rusas de té.

³ En caso de que sea aprobada la estrategia de la creación de Private Label

Tabla. 31. Ventajas de los acuerdos estratégicos

Tipo de acuerdo	Posibilidades / Ventajas
Producción por contrato (de Private Label)	Empaquetamiento de té/mate bajo la marca comercial privada (Private Label) sin gastos de creación de línea propia de producción
	Empaquetamiento de té/mate bajo la marca comercial privada (Private Label) se realiza en la base de una fábrica de ensamblaje ya existente
Producción y introducción de mercadería bajo la marca comercial propia (MCP) para las redes comerciales	La mercadería es suministrada y empacada por encargo de una cierta red comercial y con su logotipo
	No hay gastos por la elaboración y la promoción de la marca comercial
	Se aumentan los volúmenes totales de las ventas
	Crece el número de los consumidores constantes gracias al precio relativamente bajo y una alta calidad de los productos.

Fuente: *ILA-CONSULTING*

E- Estudio sobre introducción de productos elaborados y/o semielaborados

Fabricación por contrato es la comercialización de la mercadería envasada bajo la marca privada (Private Label) sin generar gastos de producción local.

La producción por contrato permite a los dueños de las marcas comerciales nacionales y extranjeras realizar la fase final de producción o sea el envasado en Rusia.

Tal producción no exige grandes inversiones en maquinaria moderna costosa, en los depósitos de materia prima y los materiales de consumo.

La marca comercial propia (MCP) es uno de los modos eficaces de aumentar las ventas y retener al comprador para las redes minoristas, permitiendo un ahorro en publicidad. Las grandes redes comerciales federales y regionales son las principales encargadas de la distribución la mercadería con MCP.

Las fábricas de envasado son los ejecutores del pedido. Las fábricas tienen los enlaces con los importadores de té, disponen de la maquinaria de envasado moderno, los laboratorios y los complejos de almacenaje.

Los servicios de empaquetamiento de té bajo las marcas comerciales privadas (Private Label) y las marcas comerciales propias (MCP) prestan las fabricas que tienen la maquinaria moderna, los depósitos y la experiencia necesaria de trabajo en el mercado.

En la tabla 8 figuran las compañías que ofrecen los servicios de embalaje (empaquetamiento) en sus propias fábricas por contrato previo (Private Label), y prestan los servicios de envasado embalaje de té/yerba mate a pedido de las redes comerciales (La marca comercial propia - MCP).

Tabla. 32. Compañías que prestan servicios de envasado de té

Nombre	Página Web	Contactos
VITACHAI	http://vitachai.ru	Tel:+7 (499) 161-91-46 vitachai@rambler.ru
GRUPO SAPSAN	¡Error! Referencia de hinervínculo no válida.	Tel: +7 (495) 710-73-74
Fábrica de ensamblaje de Gafa (TEASTAN) República Bashkortostán	http://www.teastan.ru	Tel: +7 (3472) 28-75-57; 28-75-17, 28-75-76
Fábrica de ensamblaje de Moscú	http://moschay.ru	Tel: +7 (495) 918 24 67, +7 (495) 918 24 68
MEGAN 2000	http://www.biotea.ru	Tel: +7 (495) 991 53 58 +7 (495) 222 99 42
CONTE PAC	http://www.copac.ru	Tel: +7 (495) 741 58 23 +7 (495) 470 91 63 mail@copac.ru
Compañía de té unida	http://www.rustea.com	Tel: +7 (495) 786 99 05 rustea@rustea.com
Té de Imperador	http://imperialtea.ru	Tel: +7 (495) 744 06 55 • info@imperialtea.ru

Fuente: ILA-CONSULTING

En caso de elegir la estrategia de elaboración e introducción de té/yerba mate bajo la MCP, los expertos rusos recomiendan seguir en el segmento medio del mercado.

Los especialistas aconsejan orientarse al nivel de los precios que establece el productor de la marca nacional principal.

Los expertos rusos recomiendan hacer un nuevo producto de la misma calidad que los productores del brand líder pero con un precio algo más bajo. En este caso el nuevo producto puede servir como alternativa al brand conocido y atraer a los consumidores.

Según las estimaciones de los especialistas extranjeros, el mercado de MCP en Rusia todavía no está formado completamente, pero se desarrolla bastante rápido.

La mayoría de las redes comerciales en la Federación de Rusia pretende ofrecer al comprador mercadería de calidad a un menor precio. Por ejemplo el porcentaje de MCP en la red comercial Auchan representa alrededor del 12%, y el resto de las mercaderías abarca entre el 30-50 %.

En las ventas de té/yerba mate Private Label y MCP para las redes comerciales, es necesario tener en cuenta los riesgos, que surgen del aumento del precio de la materia prima importada.

En 2011 la compañía "ORIMI TRADE" se ha encontrado con las dificultades por la expedición de té de las marcas comerciales "Princesa Noori", "Princesa Gita", "Princesa Kandy", "Princesa Java" en los comercios de la empresa "X5 Retail Group".

A menudo surgen conflictos entre los productores y las redes comerciales por el cambio de las condiciones del contrato: tasas de interés por el pago de las bonificaciones y los premios y otros.

F.- Costo de mantenimiento de depósitos ver punto 3.E

6. ANALISIS DE LA COMPETENCIA ACTUAL

A. PAISES COMPETIDORES

A partir de la formación de la *Unión Aduanera de la Comunidad Económica Eurasiática* (EurAsEC o CEEA) fue establecida la Nomenclatura de productos de la actividad económica exterior unificada de la Unión Aduanera de las Repúblicas Belorus, Kazakstán y Federación de Rusia - NP de la Unión Aduanera. NP FR sirvió de base para esta nomenclatura. En Rusia dicha nomenclatura funciona a partir de 01.01.2010.

Todos los té y yerba mate importados de otros países están clasificados de acuerdo con la nomenclatura establecida.

Argentina está en la lista de los 103 países que pueden utilizar el sistema de las preferencias arancelarias de la Unión Aduanera de la Comunidad Económica Eurasiática (EurAsEC o CEEA).

Los té y yerba mate que son el objeto de este estudio – té negro, té verde y yerba mate (otro nombre de mate es el té paraguayo) importados en el territorio de los países miembros de EurAsEC o CEEA están bajo el régimen de las preferencias arancelarias mencionadas.

En la tabla 1 se puede ver la clasificación de té/yerba mate por códigos arancelarios genéricos (los codigos 0902 y 0903) y las tasas de impuesto de importación vigentes en el territorio de los países miembros de EurAsEC o CEEA.

Tabla 33. Clasificación de té/mate (por códigos arancelarios de NP)

Código de NP	Descripción del producto	Tasa de impuesto de importación (en % de valor aduanera, en \$ o en €*).
0902	Té, incluso aromatizado:	-
0902 10 000	- Té verde (sin fermentar), en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg:	-
0902 10 000 1	- - en saquitos	20%, pero no menos de 0,8 euros 1 kg
0902 10 000 9	- - otro	20%, pero no menos de 0,4 euros 1 kg
0902 20 000 0	- Té verde (sin fermentar) presentado de otra forma	0
0902 30 000	- Té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, presentados en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg:	-

Código de NP	Descripción del producto	Tasa de impuesto de importación (en % de valor aduanera, en \$ o en €)*.
0902 30 000 1	- - en saquitos	20%, pero no menos de 0,8 euros 1 kg
0902 30 000 9	- - otro	20%, pero no menos de 0,4 euros 1 kg
0902 40 000 0	- Té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, presentados en otra forma	0
0903 00 000 0	- Mate/té paraguayo	5%

* - tasa de impuesto de importación según el régimen de las preferencias arancelarias

Fuente: Decisión # 18 del Consejo Interestatal de EurAsEC de 27.11.2009,
Decisión # 130 de la Comisión de la Unión Aduanera de 27.11.2009.

Al té y la yerba mate importados en Rusia se aplican **los aranceles aduaneros combinados**. Por ejemplo, a "té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, presentados en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg, incluso aromatizado en saquitos" (NP 0902 30 000), otorgan las preferencias arancelarias aplicables para terceros países. En este caso se aplican un derecho de importación del 20%, pero no menos de 0,8 euros 1 kg. Y el impuesto a valor agregado (I.V.A.) del 18%.

La importación de yerba mate/té paraguayo" (NP 0903) tiene un derecho de importación de 5 % e,I.V.A. del 18 %.

A partir del ingreso esperado para el año 2012 a la OMC, **en el mercado ruso habrá cambios en los derechos de importación** incluso a la importación de té y yerba mate. Se supone que después de la entrada a la OMC, hasta el año 2015 Rusia deberá bajar los derechos a la importación del té.

Así, té verde y té negro en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg los derechos de importación rondarán el 20%, pero **no menos de 0,5 euros** por 1 kg. Hasta el año 2016 habrá un descenso ulterior de los derechos de importación de té. Sin embargo, según los expertos de la Asociación rusa "Roschaikofe", el mercado nacional sentirá estos cambios no tan pronto.

Los expertos estiman que después de la incorporación definitiva de Rusia en la OMC, no llegarán al mercado nuevas compañías desalentadas por la gran competencia. Según los expertos, los derechos aduaneros al terminar el período de transición a la OMC serían:

- para té verde, en saquitos, puede ser establecida la tasa en dimensión del 12%, pero no menos de 0,34 euros por 1 kg.
- para té negro, en saquitos – del 12,5%, pero no menos de 0,5 euros por 1 kg.
- para té negro, empaquetado – del 12,5%, pero no menos de 0,25 euro por 1 kg.

El análisis del volumen total de las importaciones de té en 2010 en Rusia muestra que el 89,5% del volumen total ocupa el té negro fermentado y té parcialmente fermentado (NP 0902 30 000 y 0902 40 000). El volumen anual de adquisiciones alcanza a 168 394,8 toneladas.

Tabla 34. Volumen de suministros de té y mate importados (por códigos de NP), 2010.

Código NP	Descripción	Valor aduanero total, rublos.	Peso bruto, kg
0902	Té, incluso aromatizado:	14 524 124 642	188 117 100
0902 10 000	- Té verde (sin fermentar), en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg:	1 994 200 789	3 797 817
0902 10 000 1	- - en saquitos*	981 993 987	841 384
0902 10 000 9	- - otro **	1 012 206 802	2 956 433
0902 20 000 0	- Té verde (sin fermentar) presentado de otra forma ***	1 007 904 809	15 924 444
0902 30 000	- Té negro (fermentado) y te parcialmente fermentado, en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg:	4 090 733 595	29 057 588
0902 30 000 1	- - en saquitos*	1 992 956 180	8 674 716
0902 30 000 9	- - otro **	2 097 777 415	20 382 872
0902 40 000 0	- Té negro (fermentado) y te parcialmente fermentado presentados de otra forma***	7 431 285 449	139 337 251
0903			
0903 00 000 0	- Mate	110 493 385	238 209

* Té empaquetado, en saquitos.

** Té en hojas sueltas en envases para la venta minorista

*** Té en bolsas sin empaquetar

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, 2010.

Del total de té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado (NP 0902 40 0000) importado, el (74,1%) es té negro a granel, por un valor de 247,7 millones de dólares). (Ver Gráfico1.)

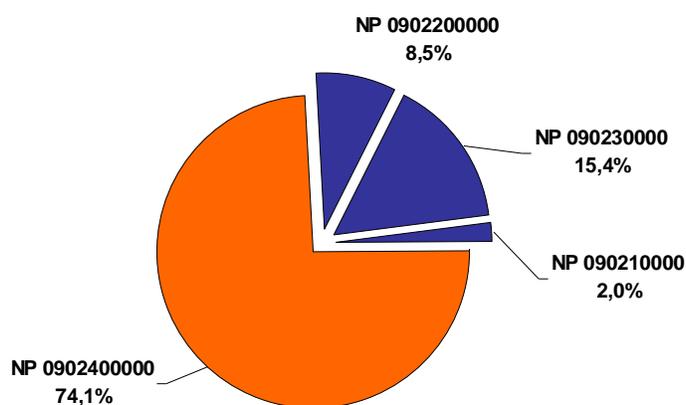
Las razones de esta situación son las siguientes. **El arancel aduanero de té negro a granel es cero**, el nivel de precios es más bajo en esta partida (NP 0902). Y es importado en general por las grandes compañías envasadoras instaladas en Rusia.

Té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg (NP 0902 30 000) representa el 15,4% del total importado de té negro, y por un valor de 136, 3 millones de dólares.

El **8,5%** corresponde al té verde (sin fermentar), presentado de otra forma, en bolsas (NP 0902 20 000 0) por un valor de 33,59 millones de dólares.

- el **2,0%** corresponde al té verde (sin fermentar), en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg (NP 0902 10 000).

Gráfico 28. Estructura de importaciones de té (NP 0902), en % del volumen total de suministros en kg.



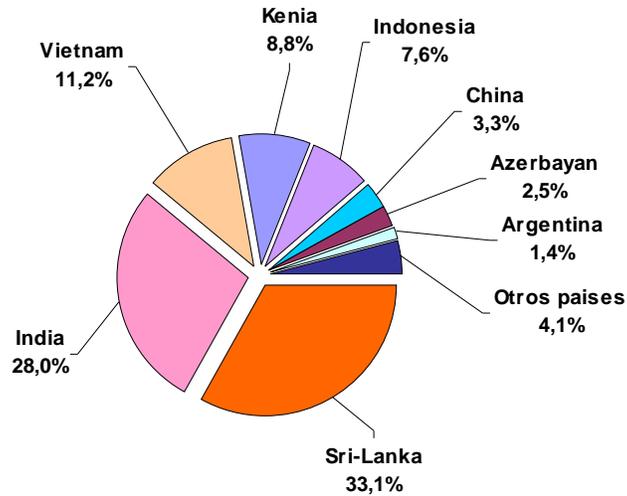
Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, te negro y te verde.

Los proveedores principales de té negro en Rusia son 5 países:

Sri-Lanka (33,1%), **India** (28%), **Vietnam** (11,2%), **Kenia** (8,8%) e **Indonesia** (7,6%).

Argentina **1,4%** del volumen total de importaciones de té negro (ver Gráfico 2).

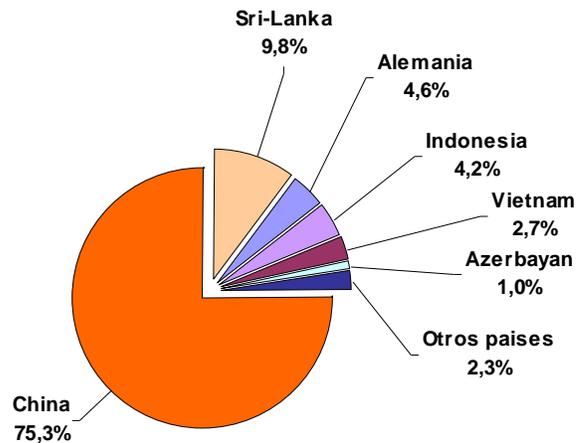
Gráfico 29. Países-suministradores de té negro a Rusia, en % del volumen de suministros en kg.



Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

El líder indiscutible en los suministros de té verde a Rusia es **China** (más del 75%). (Ver Gráfico3). El segundo lugar ocupa **Sri-Lanka** (9,8%). **Alemania** tiene tercer puesto con el té verde aromatizado.

Gráfico 30. Países-suministradores de té verde a Rusia, en % del volumen en kg.

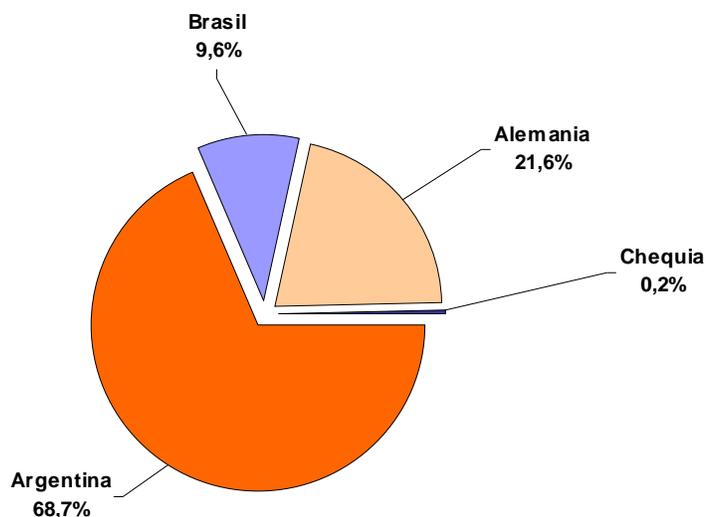


Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

El líder de las ventas de yerba mate al mercado ruso es **Argentina**, de donde proviene el 68,5% del volumen total de suministros. (Ver Gráfico 4).

El segundo lugar ocupa **Alemania** (21,6%), que trae yerba mate saborizada y envasada, **Brasil** ocupa el tercer puesto por los volúmenes de suministros de yerba mate en el mercado ruso (9,6%).

Gráfico 31. Países-suministradores de mate a Rusia, en % del volumen de suministros en kg



Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

B-C PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y TEMPORALIDADES

Té (0902)

En la partida 090210 000 se encuentra “té verde sin fermentar, en saquitos (la subpartida 0902 10 000 1) y té verde sin fermentar, sin empaquetar (la subpartida 0902 10 000 9) en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg”.

China y Sri Lanka, lideran el origen de las importaciones de té verde; de cada uno de estos países proviene más de 1600 toneladas anuales. (Ver Gráfico 5)

Té verde en saquitos (empaquetado) proviene principalmente de **Sri Lanka** (más de 400 toneladas, por 12 millones de dólares anuales), de **China** (más de 130 toneladas, por 3 millones de dólares anuales) y **Alemania** (110 toneladas y por 3,5 millones de dólares).

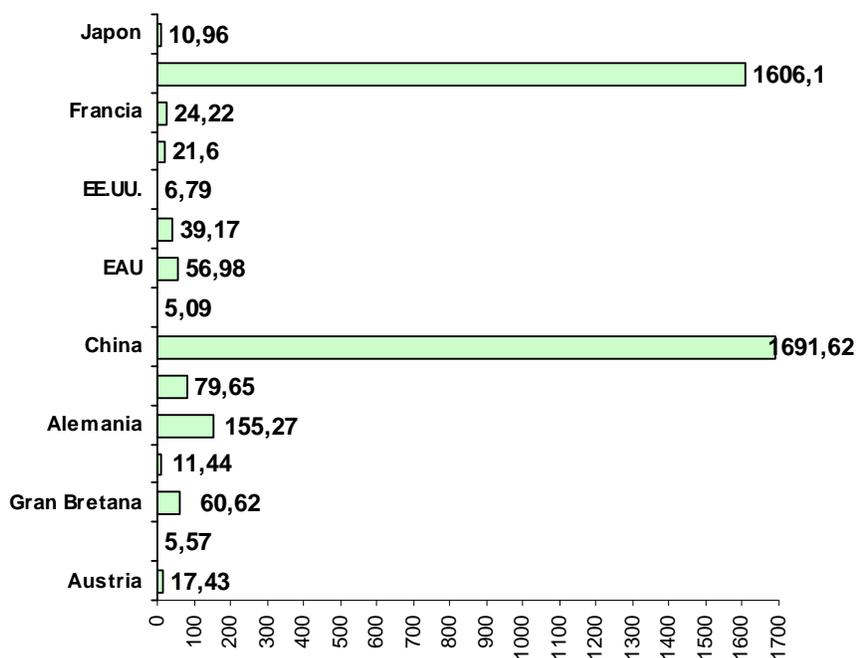
Té verde empaquetado para la venta minorista con un peso neto hasta 3 kg, proviene de los mismos países:

- ✓ de **China** (1557 toneladas por 7,5 millones de dólares anuales),
- ✓ de **Sri Lanka** (1197 toneladas por 14 millones de dólares anuales).

También se importa Té verde sin fermentar (la partida 0902200000 de NP) a granel para la venta en hojas sueltas al peso (el té elitista y caro) o para envasado posterior en el territorio ruso (los surtidos de té barato).

Té verde (NP 090210000)

Gráfico 32. Importaciones de té verde en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg (NP 090210000), en toneladas.



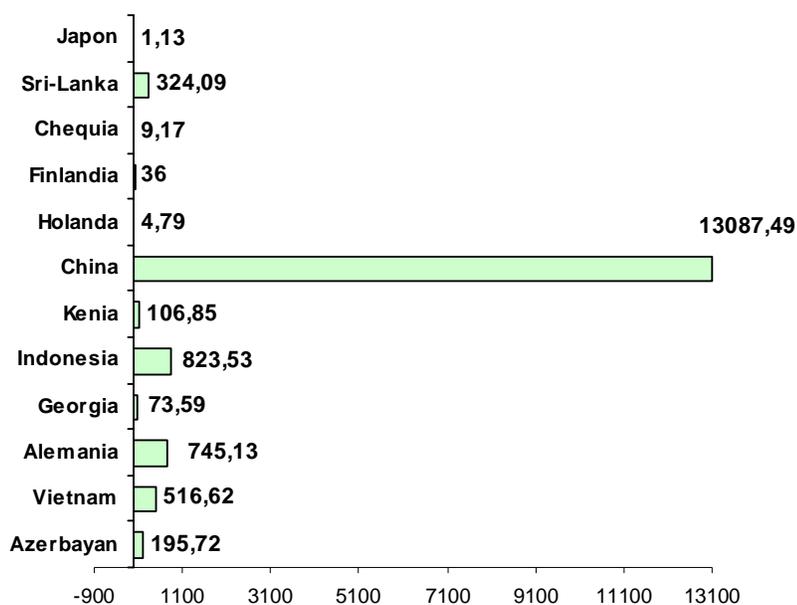
Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR.

El té verde a granel proveniente de **China** alcanza las 13 mil toneladas por 17 millones de dólares). (Ver Gráfico 6).

Entre otros países-proveedores se destacan **Indonesia** con más de 820 toneladas anuales, **Alemania** 745 toneladas y **Vietnam** 517 toneladas.

Té verde, otro (NP 0902200000)

Gráfico 33. Importaciones de té verde sin fermentar, presentado de otra forma (NP 0902200000), en toneladas.



Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR.

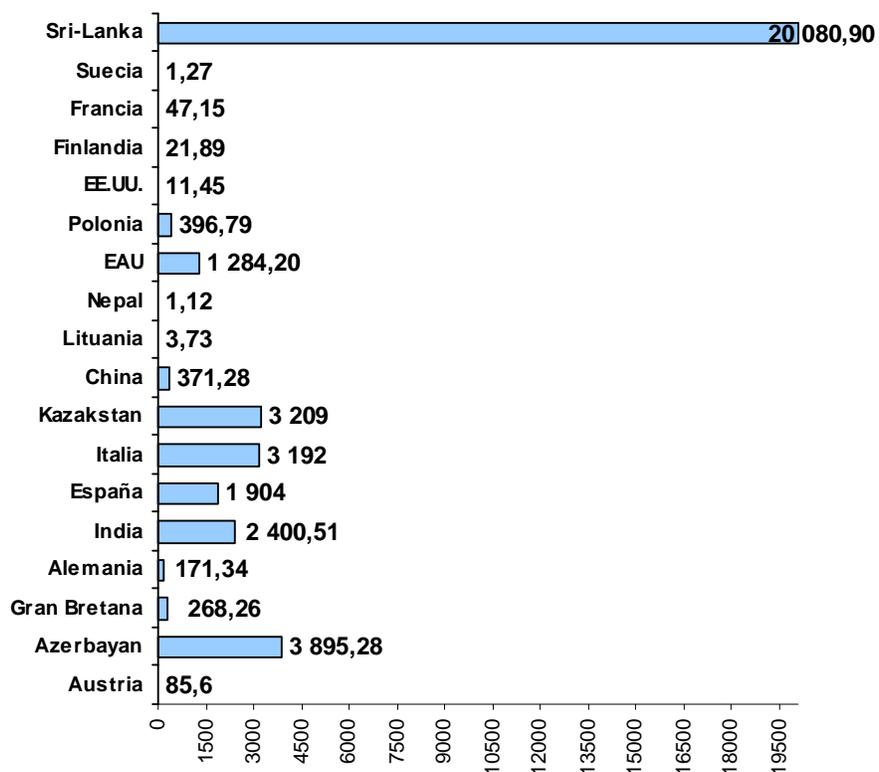
Té negro

Clasificadas en la partida 090230 000 de NP son té negro fermentado y parcialmente fermentado, en saquitos (NP 0902 30 000 1) y té negro fermentado y parcialmente fermentado (NP 0902 30 000 9), en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg para la venta minorista.

Lidera el ranking de países proveedores de té negro de esta partida **Sri Lanka**. Con 20.080 toneladas qpor 66 millones de dólares.

Té negro (NP 090230000)

Gráfico 34. Importaciones de té negro en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg (NP 090230000), en toneladas.



Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR.

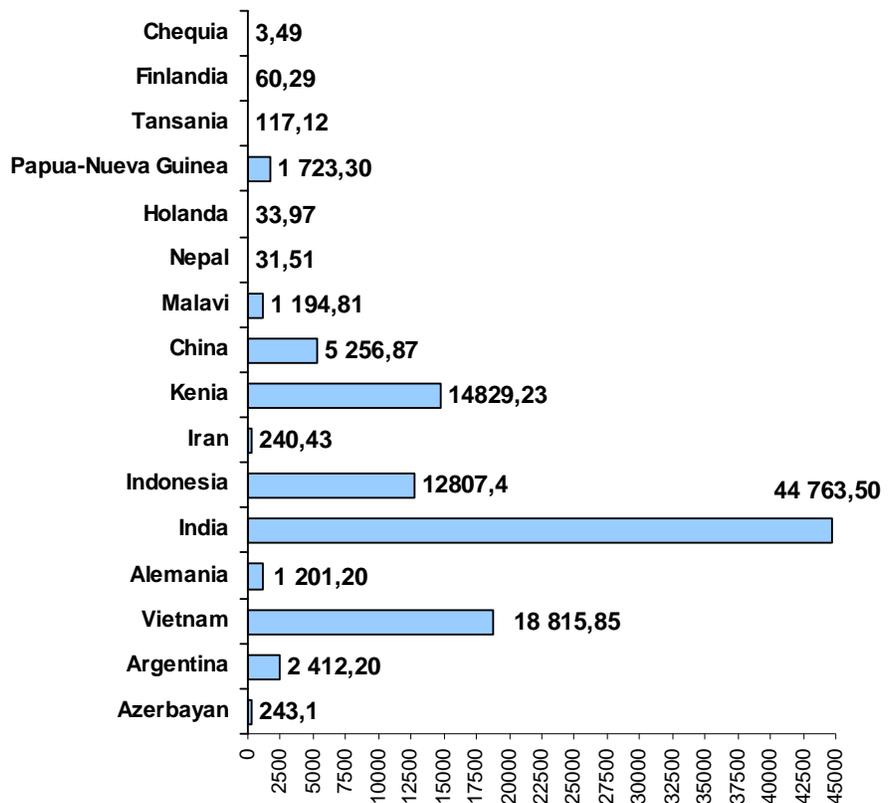
Té negro en envases inmediatos con un contenido inferior o igual a 3 kg para la venta minorista proviene de **Sri Lanka** (con volumen anual de 15 332 toneladas), **Azerbaiyán** (3 000,7 toneladas), **Emiratos Árabes Unidos** (783,4 toneladas), **India** (626,4 toneladas).

Té negro a granel para su envasado posterior en la FR o para la venta al peso (NP 0902400000) proviene de **India** que es el principal proveedor en volumen (44 764 toneladas anuales por 76,7 millones de dólares).

El volumen anual a granel para mezcla y envasado en Rusia provienen de: Vietnam (18 815 toneladas por 18,5 millones de dólares), Kenia (14 829 toneladas/ 20,6 millones dólares) e Indonesia (12 807 toneladas/16,7 millones de dólares).

Té negro, presentado en otra forma (NP 0902400000)

Gráfico 35. Importaciones de té negro, presentado en otra forma (NP 0902400000), en toneladas.

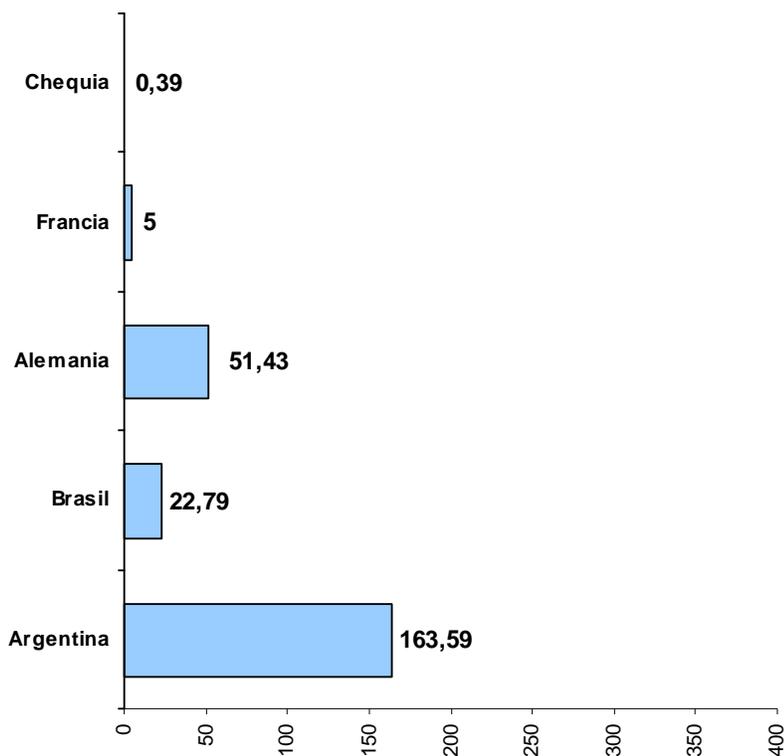


Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR.

Yerba Mate o té paraguayo (NP 0903000000)

Argentina es el líder por volúmenes de suministros de yerba mate en el mercado ruso. El volumen anual supera 160 toneladas por valor de 2,9 millones de rublos o 96,4 miles de dólares. **Alemania** tiene el segundo puesto con sus productos de té aromatizados y mezclados (usando la materia prima de té de los países latinoamericanos). El volumen de suministros alcanza 51,4 toneladas por el costo de 105,2 millones de rublos (o 3,5 millones de dólares). **Brasil** es significativamente inferior a la Argentina por los suministros de mate. Desde Brasil Rusia recibe solo alrededor de 23 toneladas de mate con el costo de 1,6 millones de rublos o 52 miles de dólares.

Gráfico 36. Importaciones de mate por país origen (NP 0903000000), en toneladas.



Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR.

D- PRECIOS

Los factores determinantes para la formación del precio de té son:

- el coste de las materias primas
- el país-productor
- la marca comercial
- el tipo y la dimensión del embalaje para el consumidor final, es decir los materiales, usados para packing.

La marca comercial tiene fundamental importancia para la formación de precio de té, así como el uso de los logos de las variedades de té de los países-productores (por ejemplo, la presencia del león cingalés sobre los embalajes de las ciertas clases del té de la Sri Lanka).

El país-productor influye en la formación de precio del té, porque en los países de Europa el coste del trabajo y de la entrega de las materias primas es significativo más

alto que en los países que producen las materias primas de té. En lo que refiere a las subpartidas 0902 10 000 9 y 0902 30 000 9 de NP (té verde sin fermentar o té negro fermentado y té parcialmente fermentado, en envases con el contenido hasta 3 kg), **el tipo y la presentación del envase para el consumidor final influye mucho al valor aduanero del producto.**

Tomando en cuenta las prácticas mundiales del comercio de té es posible distinguir los siguientes tipos básicos de té que se diferencian por el precio del envase:

- ✓ Té en envases blandos;
- ✓ Té envasado en cajas de carton;
- ✓ Té envasado en latas.

El costo de té envasado en latas es mayor en comparación al té envasado en cajas de cartón o té en envases blandos. En el precio influye también la dimensión del envase. El té sin empaquetar viene a Rusia en los envases de 50, 100, 200,250, 500 gramos y 1 kg.

En lo que refiere a las subpartidas 0902 10 000 1 и 0902 30 000 1 de NP (té verde sin fermentar o té negro fermentado y té parcialmente fermentado, en saquitos), debe tenerse en cuenta los costos de fabricación de envase y embalaje.

El embalaje del té en saquitos exige la utilización maquinaria de alta tecnología y materiales (papel filtro) usados más caros, por lo que el precio final es mas alto.

De acuerdo al tipo de saquito se distinguen los siguientes tipos de té:

- saquitos de una y de dos cámaras;
- saquitos sin hilo y la etiqueta y saquitos con el hilo y la etiqueta;
- saquitos sellados por el sujetador, y saquitos, sellados por el modo térmico;
- saquitos en sobre (envolvente) o sin él.

Además debe tomarse en consideración lo siguiente:

- saquito de dos cámaras es más caro, que de una, ya que es necesario más papel;
- saquito sin hilo y la etiqueta es más barato, que él con el hilo y la etiqueta;
- saquito en el sobre exterior es más caro, que él sin sobre.

Para embalaje del té en saquitos se usa, como regla, papel filtrante. Sin embargo algunos productores mundiales que trabajan en el segmento elitista, usan para la fabricación de los saquitos las telas especiales que lleva al aumento del costo de producción.

El sobre exterior es fabricado de papel. Para el segmento elitista usan sobres de película metalizada o papel aluminio. Esto lleva al aumento del costo del té hecho en estos paquetes. La cantidad de saquitos por caja también influye en el costo final de la mercancía.

Para el análisis de la competencia actual en este trabajo se consideran los precios medios y los precios (mínimo-máximo) de té y mate (según los códigos de NP) dependiendo del país de origen de las mercancías (en dólares EE.UU.). En la tabla siguiente se toman como referencia los valores conforme a las condiciones del suministro franco-frontera de la Federación (DAF).

Tabla 35. Precios de té verde (sin fermentar), en envases inmediatos con un peso inferior o igual a 3 kg (NP 090210000)

País de origen	Precio promedio USD/ kg	Dispersión de precios (mín -max) USD/ kg
Azerbaián	3,61	2,5 – 4,35
Gran Bretaña	13,43	5,54 - 47,3
Vietnam	15,42	3,3 - 27,7
Alemania	16,65	4,5-50,8
India	9,32	4,4-40,35
España	8,63	8,6
Italia	18,45	3,6 – 77,3
Canada	22,14	22,14
China	10,44	2,8 – 378,9
Lituania	21,7	21,6 – 21,8
Nepal	11,92	11,92
Holanda	26,17	23,9 – 26,3
Emiratos Arabes Unidos	4,5	3,1-5,1
Polonia	8,33	5,1-25,7
EE.UU.	13,39	5,8 – 31,0
Hong-Kong	50,0	50,0
Taiwán	39,13	4,8 – 60,0
Uzbekistán	3,36	3,36
Finlandia	16,12	1,86 – 53,6
Francia	24,66	4,5 – 64,1
Chequia	7,2	7,2
Suecia	18,34	17,1 – 18,9
Sri-Lanka	5,48	2,5 – 16,5
Japón	27,73	4,2 – 79,6

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, 2010.

Los precios medios de té verde en saquitos (NP 090210000) varían en los límites de 3,6 – 39,4 dólares por 1 kg. Los té de precios mínimos (2-3 dólares por 1 kg) provienen de Azerbaiyán, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam, China, Sri Lanka, Finlandia.

Los precios máximos de té verde en saquitos o embalajes de regalo (64-379 dólares por 1 kg) provienen de China, Japón, Italia y Francia.

Tabla 36. Precios de té verde (sin fermentar) presentado de otra forma (NP 0902200000)

País de origen	Precio promedio USD/ kg	Diapasón de precios (mín. –máx.) USD/ kg
Azerbaiyán	0,9	0,87-0,92
Vietnam	1,6	0,96 – 10,3
Alemania	6,89	2,52 – 28,3
Georgia	1,23	1,23
Indonesia	2,6	1,62 – 12,28
Kenia	5,98	2,95 – 23,61
China	3,26	1,03 – 35,03
Nepal	13,11	13,11
Holanda	4,86	4,48 – 5,27
Taiwán	31,72	2,2 – 104,75
Finlandia	9,87	1,29 – 29,72
Chequia	5,36	4,25 – 8,9
Sri-Lanka	4,84	1,35 – 12,03
Japón	27,02	8,02 – 77,29

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, 2010.

Té verde sin fermentar, presentado de otra forma (NP 0902200000) viene a Rusia en bolsas (cajas) de varios pesos (de 25, 32, 45-55 kg). Precios promedios del producto son desde 0,9 hasta 32 dólares por 1 kg. La banda de precios mínimos se encuentra en los límites de 0,8 hasta 8 dólares por 1 kg, la banda de los precios máximos se encuentra en los límites de 0,9 hasta 104,8 dólares por 1 kg (depende del país de origen de la mercancía). Sobre el precio de la mercancía influye también el grado de la aromatización del té verde. En esta categoría el de mayor precio proviene de **Japón y Taiwán**. El de menor precio de **Azerbaiyán y Georgia**.

Tabla 37. Precios de té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, en envases inmediatos con un peso no superior a 3 kg, en saquitos (NP 0902300001)

País de origen	Precio promedio USD/ kg	Diapasón de precios (mín –max) USD/ kg
Austria	34,45	11,67 – 98,65
Azerbaiyán	2,03	1,04 – 4,03
Bélgica	26,33	22,64 – 46,34
Gran Bretaña	21,44	5,55 – 68,8
Hungría	30,09	30,09
Alemania	25,20	2,33 – 142,12
Grecia	43,60	43,6
India	6,84	3,04 – 48,5
Italia	28,74	3,39 -129,4
China	11,11	5,2 – 50,0
Lituania	18,69	10,0 – 21,6
Holanda	14,64	3,8 – 23,71
Emiratos Arabes Unidos	5,21	5,1 – 7,3
Polonia	8,09	3,84 – 25,66
EE.UU.	14,24	5,55 – 25,78
Taiwán	10,53	9,95 – 11,1
Finlandia	33,56	23,3 – 53,3
Francia	28,08	6,83 – 84,26
Chequia	7,75	7,75
Sri-Lanka	6,46	3,00 – 48,5
Rep.Sudafricana	30,35	16,08 -48,05
Japón	6,47	6,47

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, 2010.

Precios promedio de té negro en saquitos (NP 0902300001) varían de 2,03 hasta 43,6 dólares por 1 kg.

Los niveles de precios mínimos se encuentran en los límites de 1,04 hasta 23,3 dólares por 1 kg, los precios máximos se encuentra en los límites de 4,03 hasta 142,12 dólares por 1 kg (depende del país de origen de la mercancía).

Los productos más caros proviene en su mayoría de los países europeos (**Alemania, Italia, Francia**).

Tabla 38. Precios de té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, en envases inmediatos con un peso inferior o igual a 3 kg, sin empaquetar (NP 0902300009)

País de origen	Precio promedio USD/ kg	Diapasón de precios (mín –máx.) USD/ kg
Austria	16,16	6,75 – 39,68
Azerbaiján	2,08	1,67 – 3,8
Armenia	22,86	22,86
Gran Bretaña	14,69	4,95 – 32,76
Alemania	16,91	3,27 -130,07
India	6,84	2,96 – 40,97
Irán	1,78	1,78
España	9,11	8,82 – 9,7
Italia	13,28	6,55 – 20,1
Kazakstan	7,17	7,17
China	9,00	3,27 – 103,85
Nepal	5,65	5,65
Holanda	25,97	24,53 – 27,37
Emiratos Arabes Unidos	3,30	3,30
EE.UU.	9,56	6,37 -11,92
Taiwán	23,08	4,5 – 41,66
Finlandia	12,90	2,32 – 28,57
Francia	18,87	5,58 – 46,61
Suecia	16,21	13,61 – 18,02
Sri-Lanka	4,95	3,08 – 33,25

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, 2010.

Los precios promedios de té negro, en envases hasta 3 kg para la venta minorista (NP 0902300009) varían en los límites de 1,78 – 25,9 dólares por 1 kg.

En esta categoría el té relativamente barato proviene de **Azerbaiján, Irán, Emiratos Árabes Unidos, India, Sri Lanka.**

Los niveles de precios máximos oscilan de 18 hasta 130 dólares por 1 kg en el segmento Premium provenientes de países de Europa - **Austria, Alemania, Gran Bretaña, Francia.**

Tabla 39. Precios de té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, en bolsas (NP 0902400000)

País de origen	Precio promedio USD/ kg	Diapasón de precios (mín –máx) USD/ kg
Azerbaiyán	3,61	3,46 – 4,58
Argentina	1,36	0,89 – 1,81
Vietnam	1,64	1,08 – 11,0
Alemania	6,34	2,49 – 28,33
India	2,64	1,04 – 14,3
Indonesia	2,25	1,53 – 3,25
Irán	1,58	0,84 – 2,03
Kenia	3,13	2,02 – 17,46
China	3,82	0,95 – 29,0
Malawi	2,24	1,94 – 3,01
Nepal	10,25	2,22 – 16,5
Holanda	5,69	5,4 – 5,85
Papua-Nueva Guinea	1,75	1,67 – 1,85
Taiwán	22,42	4,5 – 37,92
Tanzania	2,34	2,32 – 2,42
Finlandia	5,67	1,8 – 17,9
Chequia	7,35	5,12 – 9,32
Sri-Lanka	4,39	1,35 – 10,94

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, 2010.

Té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, presentados en otra forma (NP 0902400000) representa en general las materias primas de té para mezcla y envasado en el territorio de FR. La mercancía de esta categoría es suministrada en bolsas (sacos) de 40 kg, 45 kg, 50-75 kg.

Los precios se mueven entre 0,8 hasta 2 dólares por 1 kg, y aumentan con la aromatización. Por ejemplo el té negro argentino se usa principalmente para mezcla, su precio promedio por 1 kg es 1,36 dólares, y la banda de los precios por 1 kg se mueve en los límites de 0,89-1,81 dólares. En esta misma categoría compite en el mercado ruso el té negro en las bolsas (sacos) proveniente de Vietnam con un precio promedio más elevado que el de Argentina (1,64 dólares por 1 kilo) y varía entre 1,08 – 11,0 por 1 kg. **Irán** compite en este segmento con un precio medio de 1,58 dólares por 1 kg y entre 0,84-2,03 dólares por 1 kg.

Yerba Mate

Tabla 40. Precios de mate (té paraguayo) (NP 0903000000)

País de origen	Precio promedio USD/ kg	Diapasón de precios (mín –máx) USD/ kg
Argentina	3,69	1,12 – 36,35
Brasil	1,98	1,67 – 2,4
Alemania	2,44	1,35 – 7,36
Francia	7,19	7,19
Chequia	4,83	2,1 – 5,74

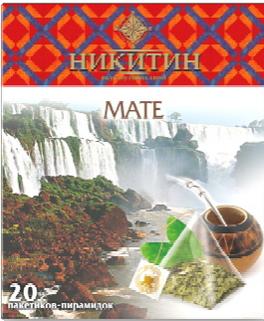
Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, 2010.

Como se indicara más arriba, **Argentina es el principal proveedor de yerba mate al mercado ruso con un** precio promedio de 3,69 dólares por 1 kg. Además el precio mínimo por 1 kg se encuentra a nivel de 1,12 dólares que es más bajo que el precio de la yerba proveniente de otros países latinoamericanos (Brasil).

Los exportadores argentinos deben tener en cuenta que la principal competencia en el interior del mercado ruso es la yerba mate importada a granel y envasada en el mercado. Esto se explica porque la yerba mate envasada en Rusia bajo las marcas conocidas comerciales rusas es más barata que la importada en paquetes desde Argentina.

El mercado ruso de yerba mate se hace cada año más competitivo, puesto que la mayoría de los grandes operadores rusos ya han incluido a la yerba mate en sus surtidos. (Ver Tabla 9).

Tabla 41. Muestras de yerba mate en saquitos empaquetado en Rusia

Brend / Marca comercial		
ORIMI TRADE, Marcas comerciales de mate: Greenfield, Princesa «Yava»		
		
TEA COMPANY №1, www.teanadin.ru Marca comercial: Nadin		
		
NIKITIN TEA, http://nikitintea.ru		
		
Compañía «SanatTea»		

Brend / Marca comercial



FORSMAN TEA



Fuente: datos de compañías, ILA-CONSULTING

E- LOGISTICA

Puestos aduaneros (P/A)

En el territorio de Rusia funcionan **102 puestos del control aduanero**, que permiten el ingreso formal de la mercadería importada.

La cantidad más grande de tales puestos (38) se sitúa en el Distrito Federal Central, en tales regiones como Moscú, la Región de Moscú, Belgorod, Kaluga, Tver.

En el Distrito Federal Noroeste están situados 28 puestos aduaneros. Funcionan en San Petersburgo, las regiones de Kaliningrado, de Pskov, de Múrmansk.

En el Distrito Federal Sureño hay 6 puestos aduaneros (p/a), situados en el territorio de Krasnodar (Astrakán, Novorossiisk, Sochi).

En el Distrito Federal de la región del Volga (Privolzhski) 5 puestos aduaneros se sitúan en dos regiones: en la República Tartaristán y la región de Sarátov.

En los Urales 6 puestos aduaneros funcionan en Ekaterimburgo, Chelíabinsk, Magnitogorsk, Nizhnevartovsk. 8 puestos aduaneros funcionan en cada uno de los Distritos Federales de Siberia y de Oriente Extremo.

El flujo máximo de las importaciones de “té y yerba mate” anualmente pasan a través de dos puestos aduaneros - p/a Turuhanni y p/a Lesnoi port, situados en San Petersburgo. En 2010 a través de estos dos puestos ingresaron respectivamente 81 439,1 toneladas y 59 902,9 té y yerba mate”.

Tabla 42. Direcciones de puestos aduaneros en Rusia

Código del lugar de despacho.	Lugar de despacho. Nombre de aduana	Dirección
Distrito Federal Central		
10005022	OTO y TK №1	141400 REGIÓN DE MOSCU, HIMKI, SHEREMETIEVO
10110120	p/a de Lobnya	141730 REGIÓN DE MOSCU, LOBNIA, UL. GAGARINA,9
10110080	p/a Serguev Posad	141300 REGIÓN DE MOSCU, SERGUEV POSAD, MOSKOVSKOE SHOSSE,48A
10005023	OTO y TK №2	141400 REGIÓN DE MOSCU, HIMKI, SHEREMETIEVO
10125130	p/a Zavodskoi	141400 REGIÓN DE MOSCU, HIMKI, VASHUTINSKOE SHOSSE, VLAD.46
10125210	Odintzovski p/a	143000 REGIÓN DE MOSCU, ODINTZOVO-2, PROMZONA OESTE
10110050	p/a Podlipki	141013 REGIÓN DE MOSCU, MITISCHI, UGOLNAYA, 4
10125200	Mozhaiski p/a	143200 REGIÓN DE MOSCU, MOZHAISK, UL.MIRA, 8
10125160	p/a Molzhaninovskde Aduana de Zelenogrado	141580 REGIÓN DE MOSCU, SOLNECHNOGORSKI RAYON, DEREVNIA CHASHNIKOVO, "SHERRIZON"
10110090	p/a Schelkovski	141100 REGIÓN DE MOSCU, SCHELKOVO, UL. BUROVAYA, 3
10125180	Akulovski p/a	143000 REGION DE MOSCU, ODINTZOVSKI RAYON, SELO AKULOVO, UL. NOVAYA,137
10125122	OTO y TK N2 Esipovski p/a	141595 MO, SOLNECHNOGORSKI RAYON, PESHKOVSKI SELSKI OKRUG, DEREVNIA ESIPOVO
10125120	p/a Esipovski	141441,MO, SOLNECHNOGORSKI RAYON, LUNEVSKOE, DEREVNIA ELINO,34 KM LENINGRADSKOGO SHOSSE,STROENIE 20,21
10126081	OTO y TK p/a Elektrostalski	144007 REGIÓN DE MOSCU, ELECTROSTAL, UL.MIRA, 25Г
10126020	p/a Zhukovski	140180 REGIÓN DE MOSCU, Г. ZHUKOVSKI, UL. LUCH, 20
10126010	p/a Voskresenski	140200 REGIÓN DE MOSCU, VOSKRESENSK, UL. MOSCOVSKAYA, 34
10110030	p/a Dolgoprudnenski	141720 REGION DE MOSCU, DOLGOPRUDNI, POS. SHEREMETIEVSKI, UL. UZHAYAYA, 1

Código del lugar de despacho.	Lugar de despacho. Nombre de aduana	Dirección
10005021	OTO y TK (mercancía de los representantes extranjeros)	141400 REGIÓN DE MOSCU, HIMKI, SHEREMETIEVO
10126050	p/a Orehovo-Zuevski	142600 REGIÓN DE MOSCU, OREHOVO-ZUEVO, UL. EGORIEVSKAYA, 4
10125090	OTO y TK p/a Solnechnogorski	141600 REGION DE MOSCU, KLIN, UL.LENINGRADSKAYA, 66
10126030	p/a Kolomenski	140412 REGIÓN DE MOSCU, KOLOMNA, PROEzd AVTOMOBILISTOV, 8
10101030	p/a Vostochni	308013 BELGOROD, UL.K.ZASLONOVA, 90
10113020	p/a Viazemski	215119 REGION DE SMOLENSK, VIAZMA, UL. ELEVATORNAYA, 12
10009020	Alabinski p/a	143345 REGIÓN DE MOSCU, NAROFOMINSKI RAYON, POS. SELIATINO
10106010	p/a "Kaluga-1"	248903 Г.КАЛУГА, MOSCOVSKI OKRUG., SELO ROSBA, PARK "ROSBA"
10129026	OTO y TK №6 Ferroviario de Moscu p/a	115054 MOSCU, UL. DUBININSKAYA, 63, STR.9
10002010	p/a Aeropuerto Domodedovo	103225 MOSCU, AEROPUERTO DOMODEDOVO
10125022	OTO y TK K № 2 Zelenogradski p/a	124460 MOSCU, ZELENOGRAD, PROEzd 4806, 4, STR.6
10125020	p/a Zelenogradski	124460 MOSCU, ZELENOGRAD, 3 ZAPADNY PROEzd, 8, STR. 6,7
10113083	OTO y TK №3	214022 REGION DE SMOLENSK,SMOLENSKI RAYON, POS. KATIN, ARZ, 1A
10113100	p/a Stabninski	214550, REGION DE SMOLENSK, SMOLENSKI RAYON, DER. STABNA, UL.ZAOZERNAYA, 35
10115062	OTO y TK №2 p/a Tverskoi	170040 TVER, BOROHINO POLE, 17 (21 VETKA)
10115020	p/a Zapadnodvinski	172610 REGION DE TVER, ZAPADNAYA DVINA, UL.LENINA, 3A
10108030	p/a Kurski	307831 REGION DE KURSK, SUDZHANSKI RAYON, ZAOLESHENSKI SELSOVET
10102120	p/a Suzemski	242190 REGION DE BRIANSK, PGT SUZEMKA, UL.INTERNACIONAL, 44
10101120	p/a Central	308594 REGION DE BELGOROD, RAYON DE BELGOROD, 705 KM MOSCU-SIMFEROPOL, MAPP "NEHOTEEVKA"
10125240	P/a Kubinka	143022 REGION DE MOSCU, ODINTZOVSKI RAYON, POS. LETNI OTDIH, ZVENIGORODSKOE SHOSSE, 3, STR.1

Código del lugar de despacho.	Lugar de despacho. Nombre de aduana	Dirección
10125250	Shahovskoi p/a	143700 REGIÓN DE MOSCU, POS. SHAHOVSKAYA, VOLOCHANOVSKOE SHOSSE, 12
Distrito Federal Noroeste		
10216022	OTO y TK №2 p/a Kronshtadski	197760 SAN PETERSBURGO, KRONSHAD, KRONSHADSKOE SHOSSE, 33, LIT. B
10216020	p/a Kronshtadski	189610 SAN PETERSBURGO, KRONSHAD,"REGION DE MORSKOI PORTOVI KOMPLEX",LIT. A
10210050	p/a Kirovski	198320 SAN PETERSBURGO, KRASNOE SELO, UL. SVOBODI, 57 Д
10216110	p/a Lesnoi port	198099 SAN PETERSBURGO, VOLNI OSTROV, 1, LIT. B
10210130	p/a Shusharski	196626 SAN PETERSBURGO, POS. SHUSHARI, PL.PAROVOZNI MUZEI, Д.1
10216100	p/a Turuhanni	198035 SAN PETERSBURGO, 3 RAYON MORSKOGO PORTA, LIT. P
10226200	p/a Bagrationovski	238420 REGION DE KALININGRADO, BAGRATIONOVSK, UL.KOMMUNALNAYA, 4
10226050	Moskovski p/a	236003 REGION DE KALININGRADO, KALININGRADO, UL.DZERZHINSKOGO, 248
10226170	P/a Baltiisk, puerto	238520 REGION DE KALININGRADO, BALTIISK, MORSKOY BULEVAR, 4
10226180	P/a Puerto Kaliningrad de Hazov	236003 REGION DE KALININGRADO, KALININGRADO,, UL.PORTOVAYA, 66
10226020	Kaliningradski	REGION DE KALININGRADO, KALININGRADO, UL.TURUHANSKAYA, 1Б
10226030	p/a Kaliningradski sur-oeste	236005 REGION DE KALININGRADO, KALININGRADO, UL.TRANSPORTNAYA, 17 A
10216130	p/a Pushkinski	196626 SAN PETERSBURGO, POS. SHUSHARI, MOSKOVSKOE SHOSSE, 54
10210140	p/a Viborgski	194362 SAN PETERSBURGO, POS. PARGOLOVO, GORSKOE SHOSSE, 4A
10210090	p/a "Sur-Oeste"	198323 SAN PETERSBURGO, VOLHONSKOE SHOSSE, 111
10210100	p/a "Sureno"	SAN PETERSBURGO
10216120	p/a Gavan	198035 SAN PETERSBURGO, UL.GAPSALSKAYA, 4, LIT. A
10218060	OTO y TK N1	188480 REGION DE LENINGRADO, KINGUISEPP, PROMZONA, 3 PROEVD

Código del lugar de despacho.	Lugar de despacho. Nombre de aduana	Dirección
10210020	p/a Gatchinski	188356 REGION DE LENINGRADO, GATCHINSKI RAYON,45 KM A/Д С.-П.-ПСКОВ,PROMZONA "ТОФРЯНОЕ-1",УЧ.4
10206040	p/a Torfianovka	188900 REGION DE LENINGRADO, VIBORFSKI RAYON, POS.TORFIANOVKA
10206010	p/a Svetogorsk	188961 REGION DE LENINGRADO, VIBORFSKI RAYON, Г. SVETOGORSK, UL.VOKZALNAYA, 4
10210180	Piskarevski p/a	195273 SAN PETERSBURGO, PISKAREVSKI PR., 150, KOR.2, LIT.A
10207090	p/a APP Salla	184050 REGION DE MURMANSK, KANDALASHSKI RAYON, P/A SALLA
10207080	p/a Borisoglebski	184420 REGION DE MURMANSK, A/DOROGA M-18 MURMANSK-KIRKINES, 233 KM
10225050	p/a Ovinkovski	182286 REGION DE PSKOV, SEBEZHSKI RAYON, DEDINSKAYA VOLOST, DER. OVINKI
10209080	p/a Pechorski	181500 REGION DE PSKOV, PECHORI, UL. VOKZALNAYA, 10 B
10209090	p/a Pskovski	180014 REGION DE PSKOV, PSKOV, ZONALNOE SHOSSE, 26
10225030	p/a Sebezhski	182250 REGION DE PSKOV, SEBEZH, UL.PERVOMAYSKAYA, 63A
Distrito Federal Sureño		
10317090	p/a Oeste de Novorossiysk	353901 REGION DE KRASNODAR, NOVOROSSIISK, UL.PORTOVAYA, 6
10309040	p/a "Promzona"	50059 KRASNODAR, UL.URALSKAYA, 128
10318020	p/a Adler	354375 REGION DE KRASNODAR, SOCHI, ADLERSKI RAYON, POS. VESELOE, UL.UROZHAINAYA,216KM A/D
10309020	p/a Belorechenski	352600 REGION DE KRASNODAR, BELORECHENSK, UL.PROMISHLENNAYA, 56
10311020	p/a Astrahanski	414040 ASTRAHAN, UL.ADMIRALTEISKAYA, 53, LITER "A"
10317110	p/a Sureste de Novorossiysk	353902 REGION DE KRASNODAR, NOVOROSSIISK, SUHUMIISKOE SHOSSE, 17 A
Distrito Federal Caucásico Norteno		
10316060	Kabardino-Balkarski p/a	360004 KABARDINO-BALKARSKAYA RESPUBLIKA, NALCHIK, UL.NOGMOVA, 73

Código del lugar de despacho.	Lugar de despacho. Nombre de aduana	Dirección
10307050	p/a Vladikavkazski	362042 PESREPUBLIKA SEVERNAYA OSETIA-ALANIA, VLADIKAVKAZ, UL.IRISTONSKAYA, 84
10302070	p/a Mahachkalinski	367010 PESREPUBLIKA DAGUESTAN, MAHACHKALA, UL.AHMEDHANA SULTANA, 30
Distrito Federal Privolzhsky (de Volga)		
10404053	OTO y TK № 2 Kazan p/a	420030 RESPUBLIKA TATARSTAN, KAZAN, ST.LAGERNAYA, UL.BOEVAYA
10209094	OTO y TK № 2 Pskov p/a	420030, RESPUBLIKA TATARSTAN KAZAN, ST.LAGERNAYA, UL.BOEVAYA
10404010	p/a "Aeropuerto Kazan"	420017 RESPUBLIKA TATARSTAN, LAISHEVSKI RAYON, AEROPORT "KAZAN"
10413070	p/a Saratovski	410012 SARATOV, UL. BELOGLINSKAYA, 117
10413010	p/a Enguelski	413116 SARATOVSKAYA OBL., ENGELS, PR-T STROITELEI, 26
Distrito Federal de Urales		
10508010	p/a Aeropuerto Koltzovo	620910 SVERDLOVSKAYA OBL., EKATENBURG, PL.BAHCHIVANDZHI, 4
10504010	p/a Baladinski	454133 CHELIABINSKAYA OBL., CHELIABINSK, AEROPORT, ZDANIE VOKZALA
10502070	p/a Verh-Icetski	620075 SVERDLOVSKAYA OBL., EKATENBURG, UL.GOGOLYA, 27
10510040	p/a Ferroviario	455000 CHELIABINSKAYA OBL., MAGNITOGORSK, UL.KALIBROVSHCHIKOV, 3/1
10505090	p/a Nizhnevartovski	628624 HAYNI-MANSIISKI AVTONOMNI OKRUG (TIUMENSKAYA OBL., NIZHNEVARTOVSK, UL.HAYNI-MANS
10504080	p/a central de Cheliabinsk	454053 CHELIABINSK, TROITZKI TRAKT, 54
Distrito Federal de Siberia		
10609060	p/a Aeropuerto Tolmachevo	633104 NOVOSIBIRSKAYA OBL., OB, AEROPUERTO TOLMACHEVOVO
10605020	p/a Barnaulski	656037 ALTAISKI KRAI, BARNAUL, PR. KALININA, 57
10609040	p/a Kalininski	630514,NOVOSIBIRSKAYA OBL., NOVOSIBIRSKI RAYON,STANTZ.C-T,PASHINSKI P-D, UL.VOSTOCHNOE SHOSSE, 2
10617020	p/a MAPP Zabaikalsk	674650 ZABAIKALSKI KRAI, PGT. ZABAICALSK, MKR. MAPP

Código del lugar de despacho.	Lugar de despacho. Nombre de aduana	Dirección
10609030	p/a Novosibirski	630052 NOVOSIBIRSK, UL.TROLLEINAYA, 87
10610050	p/a Omski	644036 OMSKAYA OBL., OMSK, UL.2 KAZAKSTANSKAYA, 46
10602040	p/a Ulan-Udenski	670023 RESPUBLIKA BURIATIA, ULAN-UDE, UL.KABANSKAYA, 54
10612050	p/a Chitinski	672026 ZABAIKALSKI KRAI, CHITA, UL.KADALINSKAYA, 1 E
Distrito Federal de Extremo Oriente		
10702030	OTO y TK N4	690065 PRIMORSKI KRAI, VLADIVOSTOK, UL.STRELNKOVA, 11
10708012	OTO y TK №2 p/a Amurzetski	679389 EVREISKAYA AO, LENINSKI RAYON, SELO NIZHNE-LENINSKOE, UL.VILKOVOI, 10A
10714040	p/a "Este"	692941 PRIMORSKI KRAI, NAHODKA, PGT. VRANGEL, UL.VNUTRIPORTOVAYA, 21
10717040	p/a "Slavianski"	692701 PRIMORSKI KRAI, HASANSKI RAYON, POS.SLAVIANKA, UL.VESENNAYA, 1
10703010	p/a Aeropuerto	680012 HABAROVSKI KRAI, HABAROVSK, AEROPORT
10717010	p/a Dalnozavodski	692760 PRIMORSKI KRAI,, HASANSKI RAYON, P.KRASKINO, UL.N.KIEVSKAYA, 7
10707030	p/a Korsakovski	694029 SAHALINSKAYA OBL., KORSAKOV, UL.PERVOMAYSKAYA, 2
10716050	p/a Ussuriiski	692524 PRIMORSKI KRAI, USSURIISK, UL.LIMICHEVSKAYA, 17-B

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

Tabla 43. TOP -12 de puestos aduaneros de FR por volumen de suministros de té y mate, en toneladas

Clase (rango)	Lugar de despacho. Puesto aduanero (ciudad)	Peso bruto, toneladas	País origen	Código por NP FR
1	p/a Turuhanni (San Petersburg)	81 439,1	CHINA, INDIA, SRI-LANKA, INDONESIA, ARGENTINA, VIETNAM, KENIA, MALAVI, FRANCIA, ALEMANIA, PAPUA-NUEVA GUINEA, CHEQUIA, EMIRATES ARABES UNIDOS, EE.UU.	902100001, 902100009, 902200000, 902300001, 902300009, 902400000, 903000000

Clase (rango)	Lugar de despacho. Puesto aduanero (ciudad)	Peso bruto, toneladas	País origen	Código por NP FR
2	p/a Lesnji Port (San Petersburg)	59 902, 9	VIETNAM, INDIA, SRI-LANKA, PAPUA-NUEVA GUINEA, КТИАЙ, INDONESIA , EE.UU., ALEMANIA, BRASIL, KENIA , JAPÓN, ALEMANIA, ARGENTINA	902100001, 902100009, 902200000, 902300001, 902300009, 902400000, 903000000
3	OTO y TK N4 (Vladivostok)	3 295,9	SRI-LANKA, INDIA, JAPÓN, CHINA	902100001, 902100009, 902200000, 902300001, 902400000,
4	OTO y TK p/a Electrostalski (Región de Moscú, Electrostal)	2 052,56	SRI-LANKA, CHINA, VIETNAM, ALEMANIA, KENIA	902100001, 902200000, 902300009, 902400000
5	p/a Gavan (San Petersburg)	1 942, 2	VIETNAM, INDIA, SRI-LANKA, CHINA, ARGENTINA, CHEQUIA, ALEMANIA	902100001, 902100009, 902200000, 902300001, 902300009, 902400000, 903000000
6	p/a Kolomenski (Región de Moscú, Kolomna).	1 616, 5	SRI-LANKA, INDIA, VIETNAM, CHINA, KENIA , VIETNAM	902100001, 902100009, 902200000, 902300001, 902300009, 902400000
7	Kabardino- Balkarski p/a (Nalchik, Kabardini- Balkarskaya Republica)	1 609, 4	AZERBAYÁN	902300001, 902300009
8	p/a Mahaxhkalinski (Mahachkala, Republica Daguestan)	1 552, 8	AZERBAYÁN, IRÁN	902200000, 902300001, 902300009, 902400000
9	p/a Zelenogradski (Moscu).	1 550, 5	SRI-LANKA, ФИНЛЯДНИЯ, ALEMANIA	902100001, 902100009, 902300001, 902300009

Clase (rango)	Lugar de despacho. Puesto aduanero (ciudad)	Peso bruto, toneladas	País origen	Código por NP FR
10	OTO y TK №2 p/a Tverskoi (Tver)	1 465, 2	SRI-LANKA, CHINA	902100009, 902200000, 902300001, 902300009, 902400000,
11	p/a Serguievo-Posadski (Region de Moscu)	1 409, 5	ALEMANIA, EMIRATES ARABES UNIDOS, GRAN BRETAÑA, ITALIA, CHINA, CHEQUIA, JAPÓN	902100001, 902100009, 902200000, 902300001, 902300009, 902400000, 903000000
12	p/a "Sureno" (San Petersburg)	1 161, 5	SRI-LANKA, ALEMANIA, CHINA, ФИНЛЯДНИЯ, CHINA, POLONIA	902100001, 902100009, 902200000, 902300001, 902300009, 902400000

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING

El té negro y té verde empaquetado (hecho paquetes y no hecho paquetes) obra a Rusia como de los países que crían y que producen el té, y de los países, que no tiene las palantaciones de té, pero donde es tradicionalmente desarrollada la industria de ensamblaje. Son, ante todo, los países de la CE y Europa del Este.

En Europa el volumen más grande del té produce **Gran Bretaña, Alemania, Holanda, Francia, Polonia, Hungría**. Además, por ejemplo, el mercado polaco del té es orientado hacia las materias primas más baratas, los mercados alemán y húngaro consisten en general de los tés de hierba y de frutas.

Más abajo en forma de las tablas (en base del análisis de los datos de la estadística aduanera rusa por el año 2010) son presentadas las cadenas logísticas básicas de los suministros de la producción importada en las categorías "los té y mate". La cadena de los suministros incluye el país origen de la mercancía, el país de salida de la mercancía al territorio de Rusia (el país productor) con la indicación del punto final de las formalizaciones de la carga (p/a).

Tabla 44. Logística de suministros de té verde, en saquitos – NP 0902100001

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
AUSTRIA	ALEMANIA	10125200	Mozhaiski p/a
	ESTONIA	10210130	p/a Shusharski
	LETONIA	10210130	p/a Shusharski
	AUSTRIA	10210130	p/a Shusharski
AZERBAYÁN	AZERBAYÁN	10129026	№6 de p/a Ferrofiario de Moscu
		10404053	№ 2 de p/a de Kazan
GRAN BRETAÑA	GRAN BRETAÑA	10210050	p/a de Kirov
		10125122	OTO y TK N2 p/a Esipovski
		10216100	p/a Turuhanni
		10125120	p/a Esipovski
		10210090	p/a "Suroeste"
	LITUANIA	10125200	Mozhaiski p/a
		10110080	p/a Serguievo-Posadski
	FINLANDIA	10210050	p/a Kirovski
	DINAMARCA	10126020	p/a Zhukovski
ALEMANIA	10126020	p/a Zhukovski	
ALEMANIA	LITUANIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
		10125240	P/a Kubinka
		10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
		10125090	OTO y TK p/a Solnechnogorski
		10125020	p/a Zelenogradski
		10226020	p/a Kaliningradski
		10113083	OTO y TK №3
		10225050	p/a Ovinkovski
		10125020	p/a Zelenogradski
		10125200	Mozhaiski p/a
		10126050	p/a Orehovo-Zuevski
		10125240	P/a Kubinka
		10216100	p/a Turuhanni
		10226020	p/a Kaliningradski
		10110080	p/a Serguievo-Posadski
		10226200	p/a Bagrationovski
		10216020	p/a Kronshtadski
		10125130	p/a Zavodskoi
		10226170	P/a Puerto Baltiisk
	10210100	p/a "Sureno"	
LITUANIA	10226030	p/a Kaliningradski suroeste	
	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski	
	10226200	p/a Bagrationovski	
	10210130	p/a Shusharski	
	10125020	p/a Zelenogradski	
	ESTONIA	10210100	p/a "Sureno"
INDIA	INDIA	10702030	OTO y TK N4
		10216100	p/a Tupuhanni
	ALEMANIA	10226170	P/a Puerto Baltiisk

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
ITALIA	ITALIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
	LITUANIA	10226020	p/a Kaliningradski
	LITUANIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
CANADA	LITUANIA	10125180	Akulovskii p/a
CHINA	CHINA	10508010	p/a Aeropuerto Koltzovski
		10216100	p/a Turuhanni
		10125022	OTO y TK № 2 de p/a Zelenogradski
		10609030	p/a Novosibirski
	GRAN BRETAÑA	10210050	p/a Kirovski
		10125120	p/a Esipovski
		10210090	p/a "Suroeste"
	LITUANIA	10226020	p/a Kaliningradski
	LETONIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
FINLANDIA	10210050	p/a Kirovski	
HOLANDA	LITUANIA	10125200	Mozhaiski p/a
EMIRATES ARABES UNIDOS	EMIRATES ARABES UNIDOS	10110080	p/a Serguievo-Posadski
POLONIA	POLONIA	10110030	p/a Dolgoprudnenski
	LITUANIA	10226050	Moscovski p/a
		10226020	p/a Kaliningradski
EE.UU.	HOLANDA	10125180	Akulovski p/a
	LITUANIA	10125180	Akulovski p/a
	EE.UU.	10216110	p/a Lesnoi port
		10210130	p/a Shusharski
	POLONIA	10125180	Akulovski p/a
TAIWÁN	TAIWÁN	10002010	p/a Aeropuerto Domodedovo
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
FINLANDIA	FINLANDIA	10210100	p/a "Sureno"
		10210050	p/a Kirovski
		10125020	p/a Zelenogradski
FRANCIA	FRANCIA	10125200	Mozhaiski p/a
		10216100	p/a Turuhanni
	LITUANIA	10125090	OTO y TK p/a Solnechnogorski
	HOLANDA	10216100	p/a Turuhanni
	BÉLGICA	10216100	p/a Turuhanni
SRI-LANKA	SRI-LANKA	10702030	OTO y TK N4
SRI-LANKA	SRI-LANKA	10216100	p/a Turuhanni
		10226180	P/a Puerto Kaliningrad de Hazov
		10216110	p/a Lesnoi port
		10125160	p/a Molzhaninovski
		10226170	P/a Puerto Baltiisk
		10125020	p/a Zelenogradski
		10216120	p/a Gavan
		10125130	p/a Zavodskoi
	10216020	p/a Kronshtadski	
	LITUANIA	10226030	p/a Kalinigradski suroeste
	10226020	p/a Kaliningradski	

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
	ALEMANIA	10226050	Moscovski p/a
		10216110	p/a Lesnoi port
		10226020	p/a Kaliningradski
		10226180	P/a Puerto Kaliningrad de Hazov
JAPÓN	JAPÓN	10702030	OTO y TK N4
		10129026	№6 de p/a Ferrofiario de Moscu
		10707030	p/a Korsakovski
		10005022	OTO y TK №1
		10702030	OTO y TK N4
		10101030	p/a "East"
10110080	p/a Serguievo-Posadski		

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

Tabla 45. Logística de suministros de té verde, sin empaquetar – NP 0902100009

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
AUSTRIA	ESLOVAQUIA	10125130	p/a Zavodskoi
	ALEMANIA	10125200	Mozhaiski p/a
AZERBAYÁN	AZERBAYÁN	10129026	OTO y TK №6 p/a Ferroviario de Moscu
		10404053	OTO y TK № 2 de p/a Kazan
GRAN BRETAÑA	GRAN BRETAÑA	10210090	p/a "Suroeste"
VIETNAM	VIETNAM	10216110	p/a Lesnoi port
ALEMANIA	LETONIA	10125130	p/a Zavodskoi
		10226030	p/a Kaliningradski suroeste
	LITUANIA	10110080	p/a Seguevo-Posadski
	ALEMANIA	10216100	p/a Turuhanni
		10226050	Moscovski p/a
		10216120	p/a Gavan
	ALEMANIA	10125200	Mozhaiski p/a
ITALIA	LITUANIA	10226020	p/a Kaliningradski
	ITALIA	10110080	p/a Seguevo-Posadski
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
CHINA	CHINA	10216100	p/a Turuhanni
		10602040	p/a Ulan-Udinski
		10716050	p/a Ussuriiski
	FINLANDIA	10126030	p/a Kolomenski
NEPAL	NEPAL	10002010	p/a Aeropuerto Domodedovo
EE.UU.	EE.UU.	10216110	p/a Lesnoi port
	GRAN BRETAÑA	10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a
TAIWÁN	HONG-KONG	10005023	OTO y TK №2
UZBEKISTÁN	UZBEKISTÁN	10505090	p/a Nizhnevartovski
FINLANDIA	FINLANDIA	10125020	p/a Zelenogradski
		10210050	p/a Kirovski
		10210100	p/a "Sureno"
		10210090	p/a "Suroeste"
		10210050	p/a Kirovski
FRANCIA	FRANCIA	10125200	Mozhaiski p/a
	HOLANDA	10216100	p/a Turuhanni
	POLONIA	10125200	Mozhaiski p/a
	BÉLGICA	10216100	p/a Turuhanni
SRI-LANKA	SRI-LANKA	10216100	p/a Turuhanni
		10115062	OTO y TK №2 p/a Tverskoi
		10702030	OTO y TK N4
		10125160	p/a Molzhaninovski de aduana de Zelenograd
		10216120	p/a Gavan
		10226170	P/a Puerto Baltiisk
		10125020	p/a Zelenogradski
		10210100	p/a "Sureno"
		10225030	p/a Sebezhski
10216110	p/a Lesnoi port		

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
		10226030	p/a Kaliningradski suroeste
		10216020	p/a Kronshtadski
	ALEMANIA	10216110	p/a Lesnoi port
JAPÓN	JAPÓN	10129026	OTO y TK №6 p/a Ferroviario de Moscu
		10005022	OTO y TK №1
		10216110	p/a Lesnoi port
		10702030	OTO y TK N4
		10707030	p/a Korsakovski

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

Tabla 46. Logística de suministros de té verde, en bolsas – NP 0902200000

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
AZERBAYÁN	AZERBAYÁN	10302070	p/a Mahachkalinski
VIETNAM	VIETNAM	10216110	p/a Lesnoi port
		10216100	p/a Turuhanni
		10610050	p/a Omski
	POLONIA	10216020	p/a Kronshtadski
	CHEQUIA	10106010	p/a "Kaluga-1"
ALEMANIA	ALEMANIA	10609040	p/a Kalininski
		10210100	p/a "Sureno"
		10216110	p/a Lesnoi port
		10609060	p/a Aeropuerto Tolmachevovo
		10309040	p/a "Promzona"
		10113100	p/a Stabninski
		10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a
		10413070	p/a Saratovski
		10504080	p/a centro aduanero de Cheliabinsk
	10125180	Akulovskii p/a	
	LETONIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
		10210180	Piskarevski p/a
		10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
		10210020	p/a Gatchinski
	LITUANIA	10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
10113083		OTO y TK №3	
10210180		Piskarevski p/a	
INDONESIA	INDONESIA	10216100	p/a Turuhanni
		10216130	p/a Pushkinskii
KENIA	KENIA	10216100	p/a Turuhanni
		10216130	p/a Pushkinskii
CHINA	CHINA	10216100	p/a Turuhanni
		10717040	p/a "Slavianski"
		10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a
		10702030	OTO y TK N4
		10210100	p/a "Sureno"
		10216110	p/a Lesnoi port
		10609040	p/a Kalininski
		10126020	p/a Zhukovski
		10605020	p/a Barnaulski
		10609040	p/a Kalininski
		10216120	p/a Gavan
		10609060	p/a Aeropuerto Tolmachevovo
		10002010	p/a Aeropuerto Domodedovo
		10717010	p/a Dalnozavodski
		10216020	p/a Kronshtadski
10125130	p/a Zavodskoi		
CHINA	CHINA	10125120	p/a Esipovski
		10609030	p/a Novosibirski
		10708012	OTO y TK №2 Amurzetskogo p/a

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
		10125200	Mozhaiski p/a
	HONG-KONG	10106010	p/a "Kaluga-1"
	FINLANDIA	10126030	p/a Kolomenski
		10210020	p/a Gatchinski
	SRI-LANKA	10216120	p/a Gavan
	LETONIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
	LITUANIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
	ALEMANIA	10609040	p/a Kalininski
		10110080	p/a Serguievo-Posadski
		10609060	p/a Aeropuerto Tolmachevovo
	POLONIA	10210100	p/a "Sureno"
10216020		p/a Kronshtadski	
CHEQUIA	10210090	p/a "Suroeste"	
NEPAL	CHEQUIA	10106010	p/a "Kaluga-1"
TAIWÁN	ALEMANIA	10609040	p/a Kalininski
	CHEQUIA	10210090	p/a "Suroeste"
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
FINLANDIA	FINLANDIA	10210090	p/a "Suroeste"
CHEQUIA	LETONIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
	ALEMANIA	10216120	p/a Gavan
		10216100	p/a Turuhanni
SRI-LANKA		10216100	p/a Turuhanni
		10125130	p/a Zavodskoi
		10317090	p/a Novorossiiski oeste
		10216020	p/a Kronshtadski
		10216120	p/a Gavan
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
		10110050	p/a Podlipki
	CHEQUIA	10210090	p/a "Suroeste"
		10106010	p/a "Kaluga-1"
	FINLANDIA	10126030	p/a Kolomenski
JAPÓN	JAPÓN	10005022	OTO y TK №1
	ALEMANIA	10609040	p/a Kalininski
	CHEQUIA	10210090	p/a "Suroeste"
	EE.UU.	10216100	p/a Turuhanni

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

Tabla 47. Logística de suministros de té negro, en saquitos – NP 09023000001

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
AUSTRIA	AUSTRIA	10210130	p/a Shusharski
	LETONIA	10210130	p/a Shusharski
	ESLOVAQUIA	10210130	p/a Shusharski
	ESTONIA	10210130	p/a Shusharski
AZERBAYÁN	AZERBAYÁN	10302070	p/a Mahachkalinski
		10316060	Kabardino-Balkarski p/a
		10129026	OTO y TK №6 p/a Ferroviario de Moscu
		10413010	p/a Enguelsski
		10311020	p/a Astrahanski
		10404053	OTO y TK № 2 p/a de Kazan
BÉLGICA	POLONIA	10110030	p/a Dolgoprudnenski
GRAN BRETAÑA	GRAN BRETAÑA	10210050	p/a Kirovski
		10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a
		10125120	p/a Esipovski
		ALEMANIA	10206040
		10508010	p/a Aeropuerto Koltzovo
		10126020	p/a Zhukovski
		10617020	p/a MAPP Zabaikalsk
		10207090	p/a APP Salla
		10209080	p/a Pechorski
		10101120	p/a Central
		10005022	OTO y TK N1
		10206010	p/a Svetogorsk
		10207080	p/a Borisoglebski
	LITUANIA	10125200	Mozhaiski p/a
	DINAMARCA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
	ESTONIA	10126020	p/a Zhukovski
	ESTONIA	10126050	p/a Orehovo-Zuevski
FINLANDIA	10210050	p/a Kirovski	
HUNGRÍA	LITUANIA	10009020	Alabinski p/a
ALEMANIA	ALEMANIA	10216100	p/a Turuhanni
		10125020	p/a Zelenogradski
		10125240	P/a Kubinka
		10126050	p/a Orehovo-Zuevski
		10307050	p/a Vladikavkazski
		10226020	p/a Kaliningradski
		10110080	p/a Serguievo-Posadski
		10226170	P/a Puerto Baltiisk
		10210100	p/a "Sureno"
		10226200	p/a Bagrationovski
	10216020	p/a Kronshtadski	
	LETONIA	10210130	p/a Shusharski
		10125020	p/a Zelenogradski
10226030		p/a Kaliningradski Suroeste	
LITUANIA	10125020	p/a Zelenogradski	

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
		10125090	OTO y TK p/a Solnechnogorski
		10216130	p/a Pushkinskii
		10225050	p/a Ovinkovski
		10110080	p/a Serguievo-Posadski
		10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
ALEMANIA	ESTONIA	10210130	p/a Shusharski
GRECIA	GRECIA	10110090	p/a Schelkovski
INDIA	INDIA	10216100	p/a Turuhanni
		10216020	p/a Kronshtadski
		10216120	p/a Gavan
		10002010	p/a Aeropuerto Domodedovo
		10702030	OTO y TK N4
	FRANCIA	10125130	p/a Zavodskoi
	ALEMANIA	10226170	P/a Puerto Baltiisk
	LITUANIA	10226200	p/a Bagrationovski
ESTONIA	10113083	OTO y TK №3	
ITALIA	ITALIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
	LITUANIA	10226020	p/a Kaliningradski
CHINA	CHINA	10508010	p/a Aeropuerto Koltzovo
		10125022	OTO y TK K № 2 p/a de Zelenograd
		10717010	p/a Dalnozavodski
		10126030	p/a Kolomenski
		10216100	p/a Turuhanni
		10609030	p/a Novosibirski
	GRAN BRETAÑA	10210050	p/a Kirovski
		10210090	p/a "Suroeste"
FINLANDIA	10210050	p/a Kirovski	
HOLANDA	HOLANDA	10307050	p/a Vladikavkazski
	LITUANIA	10125200	Mozhaiski p/a
EMIRATES ARABES UNIDOS	EMIRATES ARABES UNIDOS	10216100	p/a Turuhanni
	EMIRATES ARABES UNIDOS	10110080	p/a Serguievo-Posadski
POLONIA	POLONIA	10110030	p/a Dolgoprudnenski
		10226030	p/a Kaliningradski Suroeste
		10226050	Moscovski p/a
		10210100	p/a "Sureno"
EE.UU.	EE.UU.	10216110	p/a Lesnoi port
	HOLANDA	10125180	Akulovskii p/a
	POLONIA	10125180	Akulovskii p/a
	LITUANIA	10125180	Akulovskii p/a
	GRAN BRETAÑA	10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a
	BÉLGICA	10005021	OTO y TK (para productos de los representantes extranjeros)
TAIWÁN	TAIWÁN	10002010	p/a Aeropuerto Domodedovo
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
FINLANDIA	FINLANDIA	10210100	p/a "Sureno"
		10210050	p/a Kirovski

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)	
		10125020	p/a Zelenogradski	
FRANCIA	FRANCIA	10125200	Mozhaiski p/a	
	LITUANIA	10125090	OTO y TK p/a Solnechnogorski	
	GRAN BRETAÑA	10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a	
	BÉLGICA	10216100	p/a Turuhanni	
	HOLANDA	10216100	p/a Turuhanni	
SRI-LANKA	SRI-LANKA	10216100	p/a Turuhanni	
		10702030	OTO y TK N4	
		10125020	p/a Zelenogradski	
		10101030	p/a Este	
		10216020	p/a Kronshtadski	
		10125130	p/a Zavodskoi	
		10226170	P/a Puerto Baltiisk	
		10210050	p/a Kirovski	
		10216120	p/a Gavan	
		10125160	p/a Molzhaninovski de Zelenograd	
		10125022	OTO y TK K № 2 p/a de Zelenograd	
		10216110	p/a Lesnoi port	
	LITUANIA	10226030	p/a Kaliningradski Suroeste	
	FINLANDIA	FINLANDIA	10210140	p/a Viborgski
			10210100	p/a "Sureno"
			10210050	p/a Kirovski
	ALEMANIA	ALEMANIA	10216110	p/a Lesnoi port
			10226180	P/a Puerto Kaliningrad de Hazov
	JAPÓN	JAPÓN	10101030	p/a "Este"

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

Tabla 48. Logística de suministros de té negro, sin empaquetar – NP 09023000009

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)	
AUSTRIA	ESLOVAQUIA	10125130	p/a Zavodskoi	
	ALEMANIA	10125200	Mozhaiski p/a	
AZERBAYÁN	AZERBAYÁN	10302070	p/a Mahachkalinski	
		10316060	Kabardino-Balkarski p/a	
		10129026	OTO y TK №6 p/a Ferroviario de Moscu	
		10311020	p/a Astrahanski	
		10404053	OTO y TK № 2 p/a de Kazan	
ARMENIA	ARMENIA	10005023	OTO y TK №2	
GRAN BRETAÑA	ALEMANIA	10210050	p/a Kirovski	
		10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a	
		10125120	p/a Esipovski	
	GRAN BRETAÑA	10206040	p/a Torfianovka	
	GRAN BRETAÑA	GRAN BRETAÑA	10206010	p/a Svetogorsk
			10005022	OTO y TK N1
			10226200	p/a Bagrationovski
			10617020	p/a MAPP Zabaikalsk
			10504010	p/a Balandinski
			10101120	p/a Central
			10207080	p/a Borisoglebski
			10226020	p/a Kaliningradski
			10209080	p/a Pechorski
	DINAMARCA	10126020	p/a Zhukovski	
	FINLANDIA	10210050	p/a Kirovski	
	SUIZA	SUIZA	10226180	P/a Puerto Kaliningrad de Hazov
			10226170	P/a Puerto Baltiisk
LITUANIA	10125200	Mozhaiski p/a		
ESTONIA	10126050	p/a Orehovo-Zuevski		
ALEMANIA	ALEMANIA	10125200	Mozhaiski p/a	
		10125240	P/a Kubinka	
		10226180	P/a Puerto Kaliningrad de Hazov	
		10216100	p/a Turuhanni	
		10110080	p/a Serguievo-Posadski	
		10210100	p/a "Sureno"	
		10226050	Moscovski p/a	
		10115020	p/a Zapadnodvinski	
	LETONIA	LETONIA	10125020	p/a Zelenogradski
			10226030	p/a Kaliningradski Suroeste
			10125130	p/a Zavodskoi
	LITUANIA	LITUANIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
			10126050	p/a Orehovo-Zuevski
INDIA	INDIA	10216100	p/a Turuhanni	
		10702030	OTO y TK N4	
		10216120	p/a Gavan	
		10226170	P/a Puerto Baltiisk	
		10216020	p/a Kronshtadski	

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
		10002010	p/a Aeropuerto Domodedovo
	FINLANDIA	10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
ESPAÑA	LITUANIA	10125200	Mozhaiski p/a
		10110080	p/a Serguievo-Posadski
ITALIA	LITUANIA	10226020	p/a Kaliningradski
	ITALIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
		10502070	p/a Verh-Icetskii
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
KAZAKSTAN	KAZAKSTAN	10510040	p/a Zhelezno-Dorozhni
CHINA	CHINA	10216100	p/a Turuhanni
		10508010	p/a Aeropuerto Koltzovo
		10216110	p/a Lesnoi port
		10125022	OTO y TK K № 2 p/a de Zelenograd
		10005022	OTO y TK №1
		10216120	p/a Gavan
		10317110	p/a Novorossiiski Sur-Este
		10609040	p/a Kalininski
		10609030	p/a Novosibirski
		10125210	Odintzovski Oestei p/a
		10110080	p/a Serguievo-Posadski
		10126030	p/a Kolomenski
		10210020	p/a Gatchinski
NEPAL	NEPAL	10002010	p/a Aeropuerto Domodedovo
HOLANDA	LITUANIA	10125200	Mozhaiski p/a
EMIRATES ARABES UNIDOS	EMIRATES ARABES UNIDOS	10110080	p/a Serguievo-Posadski
EE.UU.	EE.UU.	10216110	p/a Lesnoi port
		10210130	p/a Shusharski
	GRAN BRETAÑA	10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a
TAIWÁN	HONG-KONG	10005023	OTO y TK №2
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
FINLANDIA	FINLANDIA	10210100	p/a "Sureno"
		10210090	p/a "Suroeste"
		10125020	p/a Zelenogradski
		10210050	p/a Kirovski
FRANCIA	FRANCIA	10125200	Mozhaiski p/a
	LITUANIA	10125090	OTO y TK p/a Solnechnogorski
	HOLANDA	10216100	p/a Turuhanni
	POLONIA	10125200	Mozhaiski p/a
	GRAN BRETAÑA	10125120	p/a Esipovski
SUECIA	ESTONIA	10126010	p/a Voskresenski
SRI-LANKA	SRI-LANKA	10125020	p/a Zelenogradski
		10216100	p/a Turuhanni
		10702030	OTO y TK N4
		10101030	p/a Este
		10216110	p/a Lesnoi port
		10216120	p/a Gavan

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
		10125160	p/a Molzhaninovski de aduana de Zelenograd
		10226170	P/a Puerto Baltiisk
		10216020	p/a Kronshtadski
		10226030	p/a Kaliningradski Suroeste
		10226180	P/a Puerto Kaliningrad de Hazov
		10115062	OTO y TK №2 p/a Tverskoi
		10216130	p/a Pushkinskii
		10125130	p/a Zavodskoi
	LITUANIA	10226030	p/a Kaliningradski Suroeste
	ALEMANIA	10226170	P/a Puerto Baltiisk
	IRÁN	10311020	p/a Astrahanski
		10210100	p/a "Sureno"

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

Tabla 49. Logística de suministros de té negro, en bolsas – NP 0902400000

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)	
AZERBAYÁN	AZERBAYÁN	10309020	p/a Belorechenski	
ARGENTINA	ARGENTINA	10216100	p/a Turuhanni	
		10126020	p/a Zhukovski	
		10216110	p/a Lesnoi port	
		10216130	p/a Pushkinskii	
	POLONIA	10216020	p/a Kronshtadski	
VIETNAM	VIETNAM	10216100	p/a Turuhanni	
		10216110	p/a Lesnoi port	
		10126081	OTO y TK p/a Electrostalski	
		10216120	p/a Gavan	
		10610050	p/a Omski	
		10126081	OTO y TK p/a Electrostalski	
	FINLANDIA		10126030	p/a Kolomenski
			10210020	p/a Gatchinski
	HONG-KONG		10317110	p/a Novorossiiski SurEste
			10216100	p/a Turuhanni
	CHEQUIA		10210090	p/a "Suroeste"
	ESTONIA		10209090	p/a Pskovski
	POLONIA		10216020	p/a Kronshtadski
ALEMANIA	ALEMANIA	10210100	p/a "Sureno"	
		10609040	p/a Kalininski	
		10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a	
		10125180	Akulovskii p/a	
		10210180	Piskarevski p/a	
		10216100	p/a Turuhanni	
		10110030	p/a Dolgoprudnenski	
		10113100	p/a Stabninski	
	LETONIA		10609060	p/a Aeropuerto Tolmachevovo
			10110080	p/a Serguievo-Posadski
			10210020	p/a Gatchinski
	LITUANIA		10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
			10113083	OTO y TK №3
			10209090	p/a Pskovski
	INDIA	INDIA	10216100	p/a Turuhanni
10216110			p/a Lesnoi port	
10216120			p/a Gavan	
10216020			p/a Kronshtadski	
10216130			p/a Pushkinskii	
10101030			p/a Este	
10126081			OTO y TK p/a Electrostalski	
10702030		OTO y TK N4		
FINLANDIA			10210020	p/a Gatchinski
INDONESIA	INDONESIA	10216100	p/a Turuhanni	
		10216110	p/a Lesnoi port	
		10216130	p/a Pushkinskii	

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
	EMIRATES ARABES UNIDOS	10216100	p/a Turuhanni
	BÉLGICA	10216100	p/a Turuhanni
IRÁN	IRÁN	10311020	p/a Astrahanski
		10216110	p/a Lesnoi port
		10302070	p/a Mahachkalinski
KENIA	KENIA	10216100	p/a Turuhanni
		10216110	p/a Lesnoi port
		10101030	p/a Este
		10216130	p/a Pushkinskii
		10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
	CHEQUIA	10210090	p/a "Suroeste"
		10106010	p/a "Kaluga-1"
	FINLANDIA	10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
		10126030	p/a Kolomenski
CHINA	CHINA	10216100	p/a Turuhanni
		10717040	p/a "Slavianski"
		10210100	p/a "Sureno"
		10717010	p/a Dalnozavodski
		10609030	p/a Novosibirski
		10612050	p/a Chitinski
		10125120	p/a Esipovski
		10216020	p/a Kronshtadski
		10609040	p/a Kalininski
		10702030	OTO y TK N4
		10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a
		10126020	p/a Zhukovski
		10605020	p/a Barnaulski
		10210180	Piskarevski p/a
		CHINA	LETONIA
10110080	p/a Serguievo-Posadski		
LITUANIA	10110080		p/a Serguievo-Posadski
	10210090		p/a "Suroeste"
CHEQUIA	10106010		p/a "Kaluga-1"
	10216020		p/a Kronshtadski
ALEMANIA	10110080		p/a Serguievo-Posadski
FINLANDIA	10126030	p/a Kolomenski	
MALAVI		10216100	p/a Turuhanni
		10216130	p/a Pushkinskii
	MALAVI	10216110	p/a Lesnoi port
	INDONESIA	10216100	p/a Turuhanni
	REP.SUDAFRICA NA	10216100	p/a Turuhanni
NEPAL	CHEQUIA	10210090	p/a "Suroeste"
		10106010	p/a "Kaluga-1"
	INDIA	10216100	p/a Turuhanni
		10216110	p/a Lesnoi port

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
PAPUA-NUEVA GUINEA	PAPUA-NUEVA GUINEA	10216110	p/a Lesnoi port
PAPUA-NUEVA GUINEA	PAPUA-NUEVA GUINEA	10210090	p/a "Suroeste"
	CHEQUIA	10216100	p/a "Kaluga-1"
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
TANZANIA	TANZANIA	10216100	p/a Turuhanni
FINLANDIA	FINLANDIA	10210090	p/a "Suroeste"
CHEQUIA	CHEQUIA	10210090	p/a "Suroeste"
	LETONIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski
	ALEMANIA	10216120	p/a Gavan
		10216100	p/a Turuhanni
		10216100	p/a Turuhanni
		10216110	p/a Lesnoi port
		10216120	p/a Gavan
		10216020	p/a Kronshtadski
		10210100	p/a "Sureno"
		10125130	p/a Zavodskoi
		10126081	OTO y TK p/a Electrostalski
		10317090	p/a Novosibirski Oeste
	10101030	p/a Este	
	ALEMANIA	10126030	p/a Kolomenski
	CHEQUIA	10210090	p/a "Suroeste"
		10106010	p/a "Kaluga-1"
	LETONIA	10209094	OTO y TK № 2 de p/a Pskovski
	FINLANDIA	10126030	p/a Kolomenski
SRI-LANKA	IRÁN	10210100	p/a "Sureno"

Nota: la logística de suministros desde la Argentina se destaca por color rosa.

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

Tabla 50. Logística de suministros de mate – NP 0903000000

País origen	País exportador	Código de puesto aduanero	Nombre de puesto aduanero en Rusia (P/A)
ARGENTINA	ARGENTINA	10216100	p/a Turuhanni
		10216120	p/a Gavan
		10110120	Lobnenski p/a
		10216110	p/a Lesnoi port
	ALEMANIA	10108030	p/a Kurski
		10216120	p/a Gavan
BRASIL	BRASIL	10216110	p/a Lesnoi port
	ALEMANIA	10216110	p/a Lesnoi port
ALEMANIA	LETONIA	10210180	Piskarevski p/a
		10210020	p/a Gatchinski
		10110080	p/a Serguievo-Posadski
	ALEMANIA	10125180	Akulovskii p/a
		10210180	Piskarevski p/a
		10125122	OTO y TK N2 Esipovskogo p/a
		10216120	p/a Gavan
		10216110	p/a Lesnoi port
	LITUANIA	10216100	p/a Turuhanni
		10210180	Piskarevski p/a
10110080		p/a Serguievo-Posadski	
CHEQUIA	LETONIA	10110080	p/a Serguievo-Posadski

Fuente: Agencia Federal de Aduanas de FR, ILA-CONSULTING.

En la práctica el ingreso de **té y yerba mate argentinos** (NP 0902400000 u 0903000000) se realiza **en dos regiones**:

- ❖ **San Petersburgo** (p/a Turuhannyi, p/a Lesnoi port, p/a Gavan);
- ❖ **Región de Moscú** (Puesto aduanero en Lobnya, p/a Zhukovski).

7- TENDENCIAS PRINCIPALES Y PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO DEL MERCADO

A. Proyecciones y evaluaciones sobre la demanda esperada a corto y mediano plazo

El mercado ruso de artículos alimenticios el té tiene un segmento importante y de crecimiento estable.

Según las estadísticas de 2011 la demanda en el mercado ruso de té ha crecido un 10,5% en términos monetarios superando los 2,8 mil millones de dólares (Ver Tabla 1) y en volumen solamente creció un 2%.

Ese "desequilibrio" se explica debido al desarrollo del segmento Premium del té: los rusos prefieren con más frecuencia las marcas más caras.

Además, se aumenta el interés a los té aromatisados y las mezclas de frutas, que también en la mayoría se refieren a al segmento Premium en este segmento se incluye la yerba mate.

El mercado del té en Rusia es más estructurado que antes. En este sector se consolidan empresas de producción y de comercio. Dos tercios de las ganancias pertenecen a grandes empresas desplazando a las pymes rusas. Estas deben buscar nichos pequeños y no abastecidos del mercado que van disminuyendo con el tiempo.

Tabla 51. Dinámica de ventas de té en las regiones seleccionadas de FR, 2009-2011, en miles de rublos

Región	Centro de región (ciudad)	2009	2010	2011	2011/2010 %
Bashkortostán	Ufa	6 599 689	6 240 016	6 872 663	+10,1
Region de Sverdlovsk	Ekatemburgo	2 466 465	3 511 266	3 934 440	+ 12,1
Region de Krasnodar	Krasnodar	1 678 821	2 052 222	1 922 470	-6,3
Region de Tiumen	Tiumen	1 723 945	1 837 986	4 627 442	+151,8
Region de Samara	Samara	1 587 795	1 750 435	1 786 439	+2,1
Region de Novosibirsk	Novosibirsk	1 580 861	1 705 605	1 818 306	+6,6
Region de Krasnoyarsk	Krasnoyarsk	861 825	1 523 734	1 707 479	+12,1
Region de Volgograd	Volgograd	1 100 593	1 433 024	1 677 599	+17,1
Region de Nizhni Nóvgorod	Nizhni Nóvgorod	1 231 655	1 394 891	1 784 569	+27,9
Tartaristán	Kazán	1 303 562	1 389 857	1 845 918	+32,8
TOTAL	FR	67 459 541	77 732 381	85 876 944	+10,5

Fuente: ROSSTAT, ILA-CONSULTING.

Prácticamente todas las regiones de Rusia, escogidas para esta investigación, han mostrado el crecimiento de las ventas de té en términos monetarios según los resultados del año 2011.

El descenso del 6,3% de las ventas ha pasado sólo en el territorio de Krasnodar. El incremento más grande fue mostrado por la región de Tiumen, donde las ventas de té han crecido en 2,5 veces hasta 4,6 mil millones de rublos (más de 150 millones de dólares).

Según los resultados de 2011 el crecimiento dinámico del volumen de las ventas de té era notado en Tatarstán (32,8%), la región de Nizni Nóvgorod (27,9%), la región de Volgogrado (17,1%), en el territorio de Krasnoyarsk y en la región de Sverdlovsk (por el 12% cada uno).

Se nota una caída del 70% de las ventas al por menor. La perspectiva a mediano plazo es que este segmento disminuya a favor del té verde y a las infusiones de hierbas.

El té verde de China representa cerca del 10% en los volúmenes del consumo. Actualmente muchas de las grandes compañías rusas han introducido el té verde, los tés de frutas y el mate en sus surtidos.

Según opinión de los expertos de ILA-CONSULTING, en este (2012) la dinámica positiva del incremento de las ventas de té en términos monetarios se conservará dentro de los límites de 7-10 % condicionado por el crecimiento de los precios del producto final, no por el crecimiento del volumen del consumo.

Según los pronósticos de “Euromonitor International”, el volumen de las ventas de té empaquetado puede aumentarse en 3 mil millones de dólares hasta 2015 en caso del crecimiento anual del costo de las ventas al 10%.

B - CTendencias generales del mercado. Crecimiento esperado

En el corto y mediano plazo **la región de Krasnodar** puede convertirse en el polo de desarrollo de la producción local de té que hasta el momento es poco significativa y no influye sobre la estructura del mercado.

En octubre de 2011 la administración de la región de Krasnodar junto con la Alcaldía de la ciudad Sochi ha comenzado un programa de apoyo estatal para incentivar el cultivo de té en la región. Para la realización del programa se destinarán cerca de 120 millones de rublos (4 millones de dólares).

Según la estimación de los expertos, tienen buenas perspectivas los tés Premium producidos en la región de Krasnodar así como su promoción en el mercado regional. Los representantes de las redes comerciales de los supermercados estiman que el té ruso Premium podría absorber una cierta parte del mercado si los proveedores están

en condiciones de garantizar tres ítems: regularidad de los suministros, alta calidad de la mercadería y precio adecuado.

Mientras que la importación de té muestra un crecimiento estable en términos monetarios, la exportación de té envasado en Rusia, empezó a bajar después de la crisis 2008.

Tabla 52. Exportación de té desde Rusia, 2006-2010, millones de dólares

Parámetro	2006	2007	2008	2009	2010
Exportación de té (millones de dólares)	45,9	60,2	76,3	63,0	56,0
Dinámica de exportación, % del año anterior	-	31,2	26,7	-17,5	-11,1

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de la Federación de Rusia.

Tabla 53. Pronóstico de la exportación de té desde Rusia hasta 2015, millones de dólares

Parámetro	2011	2012	2013	2014	2015
Exportación de té (millones de dólares)	61,9	67,3	74,5	83,0	90,9
Dinámica de exportación, % del año anterior	10,4	8,8	10,7	11,4	9,5

Fuente: Servicio Federal de Aduanas de la Federación de Rusia.

El 85% en términos monetarios de la exportación rusa de té corresponde al té negro fermentado (o parcialmente fermentado) en envases inmediatos con un peso inferior o igual a 3 kg envasado en saquitos en las fábricas rusas.

En general se exporta a los países de la CEI: más del 65% de los envíos en términos monetarios se dirigen a Ucrania, el 12% a Kazajistán, el 8% de la producción rusa se dirige a Moldova.

La exportación de yerba mate envasada en Rusia ha bajado bruscamente en términos monetarios (el 60%) en el período de 2008 - 2009 (desde 25,9 miles de dólares hasta 9,6 miles de dólares). Los destinos principales de las exportaciones rusas de yerba mate son Ucrania y Estonia.

D-Tendencias medio ambientales - Certificaciones y Requisitos para la importación

Certificación de los productos importados

Con la entrada de Rusia a la OMC adquiere relevancia la certificación de las mercancías importadas. Los productores nacionales se enfrentan con dificultades en la producción (las relaciones económicas débiles, las altas tarifas de la energía eléctrica y el transporte, el aumento de los precios de las materias primas, los impuestos altos, etc). Al mismo tiempo al mercado ingresa gran cantidad de productos, a veces de calidad inferior, y a menudo peligrosa para la salud.

El cumplimiento de los estándares internacionales y nacionales de calidad y la seguridad alimentaria es un factor importante no sólo para el mantenimiento de la competitividad de las empresas rusas en el mercado mundial, sino también para la protección de los consumidores rusos ante la presencia de productos importados de baja calidad.

En todos los países desarrollados se aplican exigencias (ecológicas, seguridad,) a la producción importada. Especialmente a los productos provenientes de la agricultura y principalmente a los alimentos. No solamente al producto propiamente dicho sino también a los envases y embalajes. En caso de incumplimiento existen serias sanciones. Por ejemplo, en los Estados de la UE exigen la certificación obligatoria de seguridad (aptitud de conformidad). La producción que ha pasado tal normativa, está marcada por el signo de CE, o sea que se admite en la Unión Europea.

La normativa jurídica que regula las importaciones de productos extranjeros a Rusia está compuesta por:

- ⇒ **La ley de la Federación de Rusia “Sobre la defensa de los derechos de los consumidores”;**
- ⇒ **La ley de la Federación de Rusia “Sobre la regulación estatal de la actividad de comercio exterior”;**
- ⇒ **La ley de la Federación de Rusia “Sobre la certificación de la mercancía y los servicios”;**
- ⇒ **La ley de la Federación de Rusia “Sobre la estandarización”;**
- ⇒ **Los decretos del Gobierno de la Federación de Rusia.**

Por ejemplo,

- ⇒ “Sobre las medidas de la defensa del mercado de consumo de la Federación de Rusia de la penetración de las mercancías de importación de mala calidad”,
- ⇒ "Sobre el mercado de las mercancías y los productos en el territorio de la Federación de Rusia por los signos de la conformidad protegida de la falsificación”.

⇒ **Las actas normativas de los órganos estatales “El Estándar estatal de la Federación de Rusia” y “El Servicio Estatal de Aduanas”.**

⇒ **Por ejemplo,**

- ⇒ “ Comentarios por la certificación de las mercancías, introducidas a Rusia que están sujetas la certificación obligatoria”;
- ⇒ “Cambio del orden de ejecución de la certificación de la mercancía en la Federación de Rusia”.

Además **hay dos posiciones de principio** en las relaciones recíprocas con los importadores, determinados por el GATT:

1. Las exigencias de los estándares nacionales a la calidad y la seguridad de las mercancías deben ser conocidas. Llamado “el principio de la abertura del sistema de la estandarización”, e.d. la información sobre los estándares nacionales debe ser accesible a todos interesados.
2. Los estándares rusos de calidad y seguridad de las mercancías deben ser armonizados con las exigencias de los estándares nacionales o internacionales.

Las condiciones para la importación de mercancía son determinadas, por:

- ↪ por el art. 14 de la ley de la Federación de Rusia "Sobre la certificación de la mercancía y los servicios" y
- ↪ por "Comentarios por la certificación de las mercancías, introducidas a Rusia que están sujetas la certificación obligatoria";
- ↪ por "Cambio del orden de ejecución de la certificación de la mercancía en la Federación de Rusia".

Las condiciones son las siguientes:

- En los contratos (acuerdos) de importación en la Federación de Rusia, conforme a la legislación, la certificación es obligatoria, se debe prever la tenencia del certificado y la conformidad a las exigencias establecidas. Los certificados indicados y la conformidad deben ser presentados a las autoridades competentes de la Federación de Rusia.
- Los certificados indicados se presentan en los órganos aduaneros junto con la declaración de carga aduanera y son los documentos necesarios para la recepción del permiso para la importación de la mercancía al territorio de la Federación de Rusia.
- La autorización de importación al territorio de la Federación de Rusia que está sujeta a la certificación obligatoria, es emitido por el Servicio Estatal de Aduanas de la FR y por el Estándar Estatal de la FR en concordancia con las actas legislativas de la Federación de Rusia.
- Para la importación de las mercancías se debe asegurar las condiciones de seguridad y limpieza ecológica y que no se alteren sus propiedades funcionales; El reconocimiento de los certificados extranjeros y las actas de las pruebas debe ser mutuo.
- Los productos que están sujetos a la certificación deben ser verificados como regla antes de introducirlos a plaza. Las pruebas de certificación pueden ser realizadas en Rusia, como en el extranjero.
- Además los órganos que hacen las pruebas de certificación, deben ser incluidos en el Registro del Sistema de la Certificación el GOST R.
- Para los productos alimenticios y las materias primas, introducidos a Rusia, se exigen los certificados de conformidad como por ejemplo certificado higiénico, veterinario o fitosanitario.

- El importador (vendedor) presenta la declaración de la conformidad para la certificación. Para el obtener el permiso de importación a Rusia, se debe presentar la información completa sobre la mercancía.
- La autorización para el ingreso de las mercancías de importación, confirmada la seguridad, es emitida por el Estándar Estatal de la Federación de Rusia y el Servicio Estatal de Aduanas de la Federación de Rusia.
- El Estándar Estatal tiene derecho a prohibir el ingreso en caso de incumplir con la exigencias de seguridad de las mercaderías e imponer multa en caso de causar daño al consumidor.
- La certificación de las mercancías provenientes de los estados - miembros del CEI, es regulada por los acuerdos recíprocos comunes, en concordancia con reconocimientos mutuos de los órganos (Servicios) de la certificación y los certificados de la conformidad.
- Está prohibida la importación y la venta de las mercancías que están sujetas a la certificación obligatoria y que no han pasado por ella. Si la mercancía no ha pasado la certificación, se devuelve al remitente, o es destruido de acuerdo a la normativa aduanera.
- Así, la certificación de las mercancías importadas introducidas a Rusia está dirigida a la defensa de los derechos de los consumidores de la FR y en tal sentido son sancionados los importadores que no cumplen con la misma.
- Con el fin de reforzar el control de calidad y la seguridad de los productos alimenticios introducidos a la Federación Rusa, desde el 1 de mayo 1997 está prohibida la venta de los productos alimenticios que no tengan información en idioma ruso.

La información debe incluir lo siguiente:

- El nombre del producto y su tipo;
- El país, la firma productora (el nombre de la firma puede ser designado en las letras del alfabeto latino);
- El peso o el volumen del producto;
- El nombre de los ingredientes básicos que forman parte del producto, incluso las añadiduras alimenticias;

- El valor energético (el valor calórico, la presencia de las vitaminas - para los productos destinados a una alimentación infantil, medicinal y dietética);
- La condición del almacenaje (para los productos que tienen los plazos limitados de la validez o exigentes el almacenaje especial);
- El plazo de validez (la fecha final del uso o la fecha de la fabricación y el plazo del almacenaje);
- El modo de preparación (para los semiproductos y los productos, destinados a la comida para bebés);
- Las recomendaciones del uso (para las añadiduras biológicamente activas alimenticias);
- La condición de uso e incluso las contraindicaciones

Certificación de té

La certificación de té en Rusia es obligatoria y es a través de la aceptación **del certificado (declaración) de la conformidad**. También para importar el té hay que recibir **el certificado obligatorio higiénico de té** (la conclusión sanitaria y epidemiológica - CSE).

Es necesario formalizar el certificado higiénico (CSE) en concordancia con la Orden del Ministerio de Salud de la Federación de Rusia N 224 del 19 de julio 2007 «Sobre las pruebas periciales sanitarias y epidemiológicas, las inquisiciones, las investigaciones, las pruebas y otros tipos de las apreciaciones toxicológicos, higiénicos».

Pero antes de hacer el pedido para la recepción del certificado de la conformidad, es necesario recibir la conclusión sanitaria y epidemiológica (el certificado higiénico). El importador así como el vendedor puede recibir el **certificado higiénico de té**. Para la formalización del certificado sanitario el té debe pasar las pruebas en un laboratorio especializado acreditado. Las pruebas verifican la composición y el aspecto exterior del producto. También el resultado de ese análisis debe dar conformidad a los datos indicados en la etiqueta.

Para la importación de los tipos de té certificados provenientes de otros países, es necesario también recibir **el certificado de calidad ruso**.

Los productos que cuentan con certificados extranjeros y/o internacionales probablemente reciban el certificado sin la realización de las pruebas de laboratorio.

La conclusión sanitaria y epidemiológica (CSE), que es lo mismo que el certificado higiénico o la conclusión higiénica, es el documento que confirma la conformidad del producto (o de los servicios y trabajos) a las normas higiénicas y las reglas sanitarias, establecidas en el país.

El documento, a diferencia de los certificados de conformidad emitido por el Estándar Estatal, es otorgado por el Servicio Federal de vigilancia en la esfera de defensa de los derechos de los consumidores y el bienestar de las personas (Gosepidnadzor) de acuerdo a las pruebas y a los documentos presentados.

El importador puede recibir **un** CSE solamente para **un** tipo de la mercancía (se permite la instrucción de varias marcas comerciales de **un** tipo del producto).

La certificación sanitaria-epidemiológica (CSE) se otorga a;

- ✓ la mercancía (valido para un plazo de 5 años),
- ✓ los servicios (es ilimitado),
- ✓ las partidas de prueba del producto(en vigor hasta un año),
- ✓ la producción en grandes series,
- ✓ la documentación técnica.

El procedimiento de la formalización CSE es necesario en los siguientes casos:

- ✓ el planteamiento del producto a la producción,
- ✓ la apertura de una tienda,
- ✓ la formalización del contrato de importación de la mercancía y la formalización aduanera de las mercancías,
- ✓ también durante el uso en el proceso de elaboración de materiales no certificados.
- ✓ El CSE es necesario tener a mano durante la formalización del contrato de importación de productos alimenticios y también durante la formalización del contrato de suministro de algún producto ruso.

El certificado de té se puede recibir a la razón:

- GOST 1937-90 – Té negro en hojas sin empaquetar. Condiciones técnicas
- GOST 1939-90 – Té verde en hojas empaquetado. Condiciones técnicas
- GOST 3716-90 – Té verde en hojas sin empaquetar. Condiciones técnicas

- GOST 12810-79 – Té verde en “ladrillo” para exportar. Condiciones técnicas
- GOST 1940-75 – Té negro comprimido. Condiciones técnicas
- GOST 18474-73 – Té. Términos y definiciones
- GOST 1936-85 – Té. Reglas de métodos de análisis y aceptación
- GOST 28550-90 (ICO 1572-80) – Té. El método de la preparación de la prueba desmenuzada y la definición de las sustancias secas, etc.

El organismo estatal principal que emite los certificados para té es **Rostandart** (<http://rostandart.ru>). También lo emiten los centros especializados de certificación acreditados ante el Rostandart: **Rospromtest, Intergost, el Eurotest, Sevtest, Idealtest** etc.

La mayoría de los centros de la certificación presentados en el cuadro, tienen representaciones en las 8 grandes ciudades de Rusia: Moscú, San Petersburgo, Ekaterinburgo, Novosibirsk, Kazán, Nizni Nóvgorod, Rostov-en-Don, Cheliabinsk.

Tabla. 54. Empresas (organizaciones) que ofrecen servicios de certificación de té en FR

Nombre de empresa (organización)	Página Web	Contactos
ROSTANDART	http://rostandart.ru/nashi_uslugi/	Tel:+7 (495) 734 99 56, +7-800-250-99-56 info@rostandart.ru
ROSPROMTEST	http://www.rospromtest.ru	Tel: +7 (495) 771 05 86
PRO CERTIFICATION	http://www.pro-certification.ru	Tel: +7 (495) 721 84 52 +7 (926) 522 36 04 info@pro-certification.ru
EUROTEST	http://www.eurotest.ru	Tel: +7 (495) 660 52 28 mail@eurotest.ru eurotest@eurotest.ru
CERTIFICATE SERVICE	http://www.c-sm.ru/	Tel: +7 (495) 226 10 08 info@c-sm.ru
ROSSTANDART	http://rosstandart.su/sertifikat-nachaji/	Tel: +7(495) 663-22-18, 649-13-54 msk@rosstandart.su
IDEALTEST	http://idealtest.ru/	Tel: +7 (495) 228-07-40
SEVTEST	http://sevtest.com	Tel: +7 (495) 663-22-18
INTERGOST	http://www.intergost.ru/certification/	Tel: +7 (495) 783-29-26 otdel@intergost.info

Fuente: ILA-CONSULTING

Por ejemplo, en los centros especializados de certificación es posible formalizar **el certificado higiénico de té (CSE)**, así como la declaración de conformidad. el certificado obligatorio higiénico para las infusiones de hierbas se lo solicita en el Departamento del Ministerio de Salud de Rusia. En estos centros de certificación es posible encargar el certificado para los sucedáneos de té, y entraría también la yerba mate.

Documentación necesaria para la importación de té y su despacho de aduana

Para la formalización de la carga aduanera se deben presentar los siguiente documentos:

1. Las copias de los documentos constituyentes de la firma compradora.
2. El Contrato (el original más dos (2) fotocopias certificadas) formalizado en concordancia con «las Exigencias al contrato».
3. La Copia del documento de embarque certificada por el banco y la copia asegurada por el comprador.
4. Los documentos que acompañan la carga, factura comercial, con datos del vendedor, del comprador, el número del contrato, las características de la mercancía, las condiciones del suministro (todos los datos deben coincidir con las condiciones del contrato).
5. La traducción de la factura (invoice) que ha llegado con la carga, certificada.
6. Los Certificados, las licencias, otros documentos de autorización (si son necesarios).
7. El comprobante de pago de los impuestos aduaneros
8. La información sobre el embalaje, el peso
9. Otros documentos en concordancia con las condiciones del contrato y el proveedor.

Para recibir la información adicional el órgano aduanero puede exigir los siguientes documentos:

- La declaración aduanera del país de la salida, certificada por el remitente;
- Los contratos con terceras personas, que tienen relación a la transacción;
- La cuenta por los pagos a terceras personas en beneficio del vendedor;

- Pagos por los servicios de intermediarios, de broker que tienen relación a la transacción con la mercancía estimada;
- La documentación de contabilidad;
- Los acuerdos de licencia o de autor;
- Las licencias de exportación (importación);
- Los recibos de almacén;
- Los encargos del suministro;
- Los catálogos, las especificaciones, las listas de precios (price) de los fabricantes;
- El cálculo del fabricante de la mercancía estimada
- Los documentos comerciales, aduaneros y de pago que se refieren a las transacciones con las mercancías idénticas u homogéneas; también las cuentas, facturas, los cálculos, la lista de precios.
- Otros documentos, que pueden ser usados para la confirmación de la información, presentada en las declaraciones del costo aduanero.

El costo de distribución de la mercancía por el territorio de la Federación Rusa puede ser descontado del costo aduanero.

La información declarada sobre el costo de la entrega de la mercancía por el territorio de la Federación Rusa debe ser confirmada por los documentos que permiten unívocamente demostrar la legitimidad de estas deducciones y determinar su cantidad, esto:

- ✓ El contrato de la entrega de la carga con la instrucción del costo de los servicios y el modo de pago;
- ✓ La factura del transportista, que contiene los requisitos de las partes, la suma y las condiciones del pago, también el objeto de pago;
- ✓ Los documentos bancarios de pago
- ✓ Conforme a punto 1 "a" del art. 19 de la Ley «Sobre la tarifa aduanera», los gastos para la entrega de las mercancías incluyen:
 - ✓ el costo de transporte,
 - ✓ el costo de la carga, la descarga, y el transbordo de las mercancías,
 - ✓ el gasto por la seguro.

8- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A- Estrategias de penetración al mercado

Esta sección final de la investigación contiene **las recomendaciones** para la realización exitosa de la estrategia de penetración al mercado ruso de té/yerba mate. Además se enumeran los principios básicos de negocios en el territorio de la Federación de Rusia, a la que los exportadores tienen que prestar una atención especial.

En base a los resultados obtenidos de la investigación realizada las firmas argentinas que quieren empezar el proceso de la expansión al mercado ruso de té/yerba mate, deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. El Té es un producto tradicional para Rusia que ocupa un lugar importante en la estructura del consumo de alimentos.
2. La producción propia de té en hojas es insignificante en Rusia y según la estadística compone menos de 1 % del volumen total de té que hay en ese mercado.
3. La producción rusa de té esta referida al envasado del té importado, la elaboración de las mezclas y la adición de los aromatizadores.
4. El mercado ruso de té está **consolidado** en relación a otras ramas de la industria alimenticia. Cuatro compañías controlan más de 70 % del mercado:
 - **Unilever** (<http://www.unilever.ru>) , las marcas comerciales Lipton, Brook Bond, "la Conversación");
 - **"MAY"** o "Mayo" (<http://www.maycompany.ru>), las marcas comerciales "Mayski" o "de Mayo", "Lisma" y Curtis);
 - **"Orimi Trade"** (<http://www.orimitrade.ru>), Greenfield, TESS, "la Princesa");

- **SDS-FUDS** (<http://www.sdc-foods.ru>), el distribuidor de la marca “Ahmad Tea” comercial).
5. Dos tercios de las ganancias pertenecen a grandes empresas, que desplazan poco a poco a las compañías pymes. A su vez las compañías pequeñas son obligadas a buscar otros nichos más estrechos en el mercado.
 6. Los centros mas importantes “por los volúmenes del consumo del té en términos monetarios” (a excepción de Moscú y San Petersburgo) son 10 regiones: **Ufa, Kazán, Samara, Nizni Nóvgorod** (todos se encuentran en el Distrito Federal de la región del Volga), **Krasnodar y Volgogrado** (en el Distrito Federal Sureño), **Ekaterimburgo y Tiumen** (Distrito Federal de Ural), **Novosibirsk y Krasnoyarsk** (Distrito Federal de Siberia).
 7. En las 10 regiones mencionadas, el mercado de té está bastante desarrollado. El nivel del consumo más importante es en los tipos de té tradicionales (el té negro, el té verde). Además aumenta el consumo de los tipos y variedades de té y las bebidas (infusiones) no tradicionales y raros (entre cuales se encuentra la yerba mate).
 8. En estas regiones seleccionadas se desarrolla un comercio organizado del té (en las redes comerciales de los productos comestibles y en los supermercados). También en pleno auge está el comercio en tiendas especializadas (en las tiendas de té, las boutiques del té, los departamentos especializados, los salones y los clubes).
 9. En el mercado ruso funcionan más de 240 compañías que se ocupan de la importación de té y las materias primas de té.
 10. **Los suministros de té negro importado desde la Argentina** lo realizan en general cinco grandes compañías rusas: «Unilever de Rusia», «La compañía de té Luta», la compañía "Mayo", "DAVS-XXI", «La compañía distribuidora Avalon». En general ellas suministran el té en hojas sueltas sin empaquetar y el té de hoja chica sin añadiduras aromáticas.

11. El origen de té negro importado en la Federación de Rusia es principalmente de **cinco países**:
Sri Lanka (33,1%), **India** (28%), **Vietnam** (11,2%), **Kenia** (8,8%) e **Indonesiaa** (7,6%).
12. **Argentina** es el líder por los volúmenes de ventas de yerba mate al mercado ruso. Desde Argentina proviene el 68,5% del volumen de las importaciones de yerba mate a granel. En el mercado ruso están presentes también los productores brasileños de yerba mate. Pero el mayor porcentaje de yerba mate envasada proviene de los países europeos (Alemania, Polonia), donde atraviesa un tratamiento ulterior (agregan los aromatizadores y empaquetan).
13. El criterio básico, por el que se guían las compañías importadoras rusas en el momento de la elección de té, es su **calidad**.
14. El té negro argentino entra a Rusia a granel y se usa para mezcla con fin de abaratar el precio final del producto. El té negro argentino tiene como principal competidor al té de **Vietnam**.
15. **El mercado de yerba mate en Rusia** es un mercado acotado y específico. Pero hay grandes posibilidades de ampliar el mercado.
16. Las contrapartes rusas pretenden esquemas más flexibles de pago de la mercancía y mayor plazo de financiación por parte de los exportadores argentinos.
17. Los importadores rusos están interesados en el lanzamiento de una marca de té/yerba mate "fuerte" (buena y bien conocida) al mercado ruso. Ellos podrían participar en la promoción de la nueva marca. Al mismo tiempo es necesario invertir el marketing y publicidad.
18. Hay decisión de las compañías rusas en compartir el esfuerzo en el desarrollo de esquemas de distribución en cooperación con los socios argentinos, siempre y cuando haya apoyo financiero por parte de las empresas argentinas.

19. **Las ventas de yerba mate** se han trasladado del centro de Rusia a las regiones. Mientras que hace 2 o 3 años Moscú era el principal consumidor de yerba mate, ahora se estabilizó la demanda y el crecimiento de las ventas se observa en las grandes regiones rusas – en Nizni Nóvgorod, Ekaterinburgo, Novosibirsk etc., también en Ucrania y en Kazajistán.
20. Moscú representa cerca del 40% del mercado de yerba mate, y las regiones tienen el 60%. El interés creciente por la yerba mate se nota entre los consumidores en regiones orientales de Rusia (el territorio de Krasnoyarsk etc.), donde es grande el consumo de té verde chino.
21. Para una buena distribución de yerba mate hay que tener en cuenta en que tiendas comercializar y a que segmento de mercado está dirigido el producto
22. El crecimiento del consumo de té/yerba mate argentinos en el mercado ruso depende directamente de una política publicitaria eficaz.
23. La presencia de las redes distribuidoras y la realización de la estrategia competente de marketing determina en muchos aspectos el éxito en el avance del producto, la marca comercial.
24. La realización de degustaciones del té/yerba mate argentinos puede ser un punto importante de la estrategia de marketing en las tiendas especializadas de té, las redes de los boutiques de té (en las regiones escogidas).
25. Para el ingreso exitoso al mercado ruso hay que definir una estrategia de penetración (directa o indirecta, independientemente, o a través de los intermediarios).
26. La mayoría de las compañías importadoras rusas prefieren la importación de mercaderías con tasas aduaneras bajas o cero. Por ejemplo el té negro a granel, el té verde a granel (la tasa del 0%) y yerba mate a granel (la tasa del 5%).

27. Cuando entre Rusia a la OMC, los derechos aduaneros del té envasado bajarán poco a poco (desde el 20% hasta el 12%).
28. La manera más difícil, pero más eficaz para abordar el mercado de la Federación de Rusia es la actividad asociativa empresarial:
- asociación con compañías rusas para la producción o la venta de la mercancía por medio de la creación de una representación oficial en la Federación de Rusia;
 - Contrato de fabricación del producto final en el territorio de la Federación de Rusia;
 - la creación de una empresa mixta en el territorio de Rusia.
29. Para el ingreso al mercado ruso hay que prestar especial atención a la certificación de la mercancía y a su conformidad no sólo a las normas internacionales, sino también a las normas y las exigencias rusas.
30. Para el éxito de una nueva marca comercial (marca argentina o especialmente creada para el mercado ruso) es necesario una fuerte inversión en marketing. Por ejemplo, la compañía «Orimi Trade» ha gastado para el avance de su marca comercial “Greenfield”, según las apreciaciones periciales, de 7 hasta 10 millones de dólares por año.
31. El costo o llave para una nueva marca comercial para una red de super/hipermercados de 100 tiendas puede significar una inversión de hasta 50 mil dólares.
32. Además hay que tener en cuenta que las grandes redes comerciales están poco interesadas en asociarse con pequeñas empresas. Para trabajar con ellas es necesario tener un gran volumen de abastecimiento.
33. La producción propia (la Fábrica de envasado) en Rusia tiene el beneficio de fabricar los té/yerba mate argentinos con marcas comerciales propias (la producción por contrato).

34. Es necesario tener en cuenta que la producción por contrato (por encargo de una red de los supermercados) conlleva el riesgo, de que a igual producto pero menor precio, se cambia el proveedor fácilmente. Por eso es recomendable elegir la estrategia de trabajo con las tiendas especializadas y los salones (clubes) de té en las regiones escogidas de Rusia (no es recomendable trabajar con las grandes redes comerciales de alimentación).
35. A fin de fortalecer la posición en el mercado es importante contar con una red distribuidora en las regiones escogidas y monitorear los precios de té/yerba en el segmento medio o Premium considerando que la competencia en el mercado ruso es bastante fuerte.
36. Se deben establecer contratos con cada distribuidor especificando las condiciones como el surtido, el precio, el volumen planificado de las ventas y la suma, que el distribuidor debe destinar en el presupuesto común de marketing.
37. Hay que tener en cuenta que en el mercado ruso está en aumento la demanda de té en saquitos.
38. Para aumentar las ventas en el este mercado es aconsejable presentar productos novedosos e innovadores como:
- en los nuevos tipos y formas de los saquitos;
 - en los nuevos embalajes;
 - con el surtido destinado para el público especial (el té para los niños con el juguete infantil, el té para trabajadores de oficina con la atadura especial para «cooler» con el agua, el té para las madres, los estudiantes etc.).
39. Los productos de innovación pueden ser interesantes para las grandes redes comerciales y para las tiendas. Es posible vender primero el producto bajo la marca comercial en forma de Private Label, mostrar su potencial. En caso de éxito es posible pasar a la producción por contrato de marca comercial propia.

B- Proyecto de radicación de sede comercial

Se considera la inauguración de una representación comercial, que cumplirá las funciones de búsqueda de socios potenciales en el territorio de Rusia y realizará el marketing y preraparará la campaña publicitaria en las regiones seleccionadas de Rusia.

Las formas más populares de la organización de negocios en Rusia son:

- o la apertura de la representación o la filial (o sucursal) de la compañía extranjera en Rusia;
- o el establecimiento de una nueva compañía rusa.

Además, el ciudadano extranjero (por ejemplo, el ciudadano de Argentina) puede ser registrado en Rusia en calidad del cuentapropista (llamado en Rusia “el empresario individual”).

Aqui son examinadas las formas básicas de organización del negocio en el territorio de Rusia con la participación extranjera.

Inscripción como cuentapropista

El ciudadano extranjero puede ser registrado en calidad del cuentapropista (el empresario individual) solamente en caso de residencia temporal, o el permiso de residencia en la Federación de Rusia.

La obtención del permiso para la residencia temporal o el permiso de residencia lleva un tiempo prolongado y exige la participación de los consultores (ayudantes) calificados durante el proceso.

En la Tabla 5 pueden ver las ventajas y desventajas principales de la actividad comercial y de estatuto de cuentapropista.

Tabla 55. Particularidades del estatuto de contrapartista en Rusia

Ventajas	Desventajas
El procedimiento simplificado de la creación y liquidación del negocio en comparación el mismo de las empresas	Cuentapropista tiene la responsabilidad de las obligaciones por toda su propiedad
La ausencia del impuesto a la propiedad	Falta el derecho de la recepción de algunos de separados las licencias y los permisos
El uso libre de las ganancias	

Ventajas	Desventajas
Contaduría (informe de contabilidad) simplificada	La participación personal constante en la actividad comercial
El orden agilizado de la aceptación de las decisiones	

Fuente: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ILA-CONSULTING

Inscripción de una oficina de representación o sucursal de una empresa extranjera en Rusia

La legislación rusa permite la instalación de compañías extranjeras a través de **las Filiales o Representaciones**.

La Representación es una subsidiaria de la compañía extranjera, que representa los intereses de la compañía en Rusia pero no realiza todas las funciones (por ej. no realiza la actividad comercial).

La Filial es la representación de la compañía que realiza todas las operaciones comerciales, que se realizan habitualmente en la actividad económica.

Las Representaciones y Filiales de las compañías extranjeras deben ser acreditadas en el territorio de la Federación de Rusia por la cámara Estatal de Registro. La acreditación lleva un mes y medio teniendo en cuenta la preparación y la coordinación del paquete (completo) necesario de los documentos.

Es necesario saber que los aranceles estatales para establecerse en la Federación de Rusia, ronda los **US\$ 4000 (febrero de 2012)** y se hace a través de estudios jurídicos.

Para registrar la representación los aranceles van:

- para 1 año – 1 mil dólares,
- para 2 años – 2 miles de dólares,
- para 3 años – 2,5 miles de dólares.

Para registra la filial las sumas son siguientes:

- para 1 año – 2,5 mil de dólares,
- para 2 años – 3 mil de dólares,
- para 3 años – 3,5 mil de dólares.

Para el registro (acreditación) de la representación es necesaria la presencia de **dos personas como el Director General y el Jefe de Contabilidad.**

La acreditación se hace para un plazo de 1 año a 3 años y existe prórroga.

La prórroga de la acreditación de la representación extranjera sobreentiende la reformalización del permiso de apertura de representación y la reinscripción en el Registro Estatal Unificado.

Los empleados de la representación acreditada deben renovar las tarjetas personales de servicio y también dirigirse al órgano correspondiente para la prórroga de la acreditación personal.

De no cumplir con los tiempos establecidos, expira el permiso de representación y se considera como cesada de la actividad.

La legislación rusa prohíbe a las representaciones/filiales de las compañías extranjeras otorgar **permisos de trabajo para los trabajadores extranjeros.**

El proceso de permiso de trabajo en una representación/filial de la compañía extranjera es considerablemente más fácil, que el necesario para una compañía rusa.

Las compañías extranjeras y los ciudadanos extranjeros pueden adquirir y vender acciones de las compañías rusas, también pueden ser sus fundadores. La legislación de Rusia establece sólo algunas **restricciones** para la participación de extranjeros en las compañías rusas.

Los ciudadanos extranjeros pueden ser directores generales, miembros de la dirección y miembros de las juntas directivas de las compañías rusas. El procedimiento de la preparación de documentos para la creación de compañía con participación de extranjeros en lleva aproximadamente 3 semanas.

En Rusia el registro estatal de las compañías es realizado por las inspecciones fiscales durante 5 días hábiles desde el día de la presentación de los documentos.

Con el fin de minimizar los gastos de la creación de la compañía con la participación extranjera es posible entregar el poder (la autorización) correspondiente a los consultores rusos, que crearán la compañía en Rusia en la forma "llave en mano". Sin

embargo es necesario contar con un socio ruso entre los fundadores de la compañía, (por ej. con un aporte mínimo del 0,01% del capital social).

Los esfuerzos de las autoridades rusas en materia de reducción de trámites burocráticos, la lucha contra la corrupción, la estabilización de la legislación y los derechos hacen a Rusia atractiva para las inversiones extranjeras.

C- PRINCIPALES ASPECTOS DEL NEGOCIO A LOS CUALES SE DEBE PRESTAR MAS ATENCION Y CUIDADO

Se analizan aspectos importantes del negocio especialmente aquellos que se refieren a: el volumen anual de las compras y el costo anual aduanero de la mercancía (té y yerba mate) de las compañías importadoras rusas. La información presentada sobre los volúmenes de las compras puede ser útil durante el proceso de selección del socio potencial para los suministros del té/yerba yerba mate argentino al mercado ruso.

Las compañías que importan el té/yerba mate (en particular desde Argentina) como regla formalizan la carga en las aduanas de:

- San Petersburgo (p/a Turuhanni, p/a Gavan);
- Moscú y la Región de Moscú (p/a Aeropuerto Domodedovo, OTO y TK №1, p/a de Lobnia);
- La región de Krasnodar (p/a Belorechenski, p/a Novorossiysk sudoriental);
- La región de Sverdlovsk;
- Ekaterimburgo (p/a Aeropuerto Koltzovo).

Los grandes volúmenes de los suministros del té al mercado ruso desde los distintos países del mundo realizan tres compañías:

- «ORIMI TRADE» (más de 60 mil toneladas anuales),
- «MAY» (más de 20 mil toneladas anuales);
- «UNILEVER RUS» (más de 18 mil toneladas anuales).

Estas compañías trabajan con distintos países, incluso con Argentina, y como regla, formalizan la carga en las aduanas de San Petersburgo.

D-E IMPORTADORES RUSOS y VOLUMENES**LISTADO PRINCIPALES IMPORTADORES DE TE Y YERBA MATE**

Tabla 56. Volumen de suministros de té/yerba mate por los importadores rusos, 2010.

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
SRL "ABSOLUT-C"	н/д	18 146	10216100, 10210100
SRL "AVALON TRADE LOGISTIC"	22 973 703	1 231 930	10125320
SRL "AVERSGROUP"	17 409 614	339 822	10216100, 10216110, 10216120
SRL "AVER PLUS "	88 028 558	1 246 742	10110080
SRL "AGROFIRMA "CEDEC"	н/д	1 106	10005022
SRL "ALMAFOOD"	486 824	668	10126100, 10125310
SRL "ANTARES"	35 680 828	61 048	10216100
SRL "ARIVERA"	2 126 544	643	10125132, 10125320, 10125200
SRL "AROMAT EXTRA"	5 472 022	14 006	10216100
SRL "ASTRA TRADE SERVICES"	66 512 545	73 810	10210050, 10216100
SRL "ATLANTIDA"	6 625 703	49 884	10216110, 10216110
SRL "AUSHAN"	4 489 231	6 680	10125130
SRL "BALTIC IMPERIAL"	22 147 116	210 840	10226170, 10226200
SRL "BALTIC RESOURCE"	38 142 838	60 274	10216022, 10216020, 10216100
SRL "BALTMIASOPRODUCT"	1 649 547	2 911	10216100
SRL "BALTOR"	1 750 514	2 126	10210100
SRL "BALTTORG"	4 060 726	19 055	10226020, 10226170, 10226180
SRL "BARTON"	53 105	167	10210090
SRL "BELLA EMPRESA"	5 639 300	11 429	10216110
SRL "BATA GUIDA"	95 939 428	2 175 591	10126081, 10210020
SRL "BIBENDUM"	117 161 503	32 240	10126120
SRL "BSC TRADE"	-	54 593	10126081
SRL "BK SERVIS"	17 040 586	397 199	10101030

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
SRL "BMD INVEST"	572 275	2 255	10005022
BOGATIREV M.V. (Cuentapropista)	3 117 925	2 297	10210090, 10106010
SRL "BONSAI"	4 128 848	162	10707030
SRL "BRANDEX DVA"	-	11 326	10226170, 10226030
SRL "BRIZ"	12 571 781	18 133	10126050
SRL "V.M.N. BUSINESS SYSTEMS"	374 149 383	5 079 758	10126030, 10125020, 10216100, 10216110, 10216120, 10125022, 10125183
SRL "VAN REES" http://www.vanrees.com	59 100 049	1 424 315	10216100, 10216120, 10002010
SRL "VARIANT"	4 519 117	79 078	10216110, 10216100
SRL "VERTON"	3 385 828	97 403	10216120, 10216100, 10102120
SRL "VITA IMPORT"	-	21 258	10226180
SRL "VNESHORGSERVICE"	30 561 940	2 276	10125240
SRL "VPK"	1 406 667	421	10113083
SRL "VTO"	1 475 097	5 564	10216100, 10216120
SRL "GALEUS"	1 850 531	5 989	10210130, 10702030
SRL "GARANT-PLUS"	-	6983	10216110
SRL "GERALT"	148 727 821	216 182	10110022
SRL "GUINAR"	225 065 840	3 868 095	10115062, 10110140
SRL "GLOBALSAIL"	1 724 379	4 584	10216110
GONCHAROV O.V. (Cuentapropista)	3 231 535	2 507	10717010, 10717040
SRL "GREEN LINE"	189 345	387	10125130
SRL "GROSS COMERCE"	1 612 054	1279	10216110
SRL "DAVS-XXI"	15 607 668	757 507	10216100 10216120
SRL " COMPANIA DE TE DE ORIENTE LEJANO"	196 242 004	1 006 683	10702030
SRL "DEKART"	9 500 147	7 543	10125242
"JEY RUS"	178 316 698	1 247 693	10702030
SRL "DILMA RUS"	37 151 667	194 748	10125320

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
"DISTRIBUIDORA AVALON" www.avalongroup.ru	149 432 209	2 499 200	10005022, 10216110, 10216100, 10125280
SRL "DOBRYNIA RUS" Dobrynia-rus@yandex.ru	-	64 135	10309092
SRL "DOKER"	39 955 867	877 479	10216100, 10210100
SRL "DOMSTROICOMFORT"	2 480 799	1 985	10210130
SRL "DONIVEIT"	8 786 409	194 296	10125320
SRL "EM-TRADE"	19 210 094	104 919	10125130
SRL "ZHIRAFa"	1 800 933	34 554	10125130
SRL "ZABTRANS COMPANY"	-	23 120	10612050
SRL "TE DE IMPERADOR"	-	11 677	10125290
SRL "IMPORT SERVICE"	4 823 379	563	10226030
SRL "IMPTORG"	н/д	5322	10125310
SRL "INVERKA RUS"	2 400 602	5 880	10225030
"INSOFT"	90 211 101	973 397	10702030
SRL "INTEGRAL"	-	8004	10216100
SRL "INTERTRADESERVICE"	182 984 238	1 494 409	10126120, 10216100, 10216020
SRL "ITN GROUP"	88 910 142	327 743	10216100, 10002010
SRL "KALT SERVICE"	1 683 795	84 644	10216100, 10216020
SRL "CAMELIA"	19 743 971	250 135	10216110, 10216100, 10210100
SRL "CANTATA"	94 929 355	114 613	10125290, 10125120, 10125280
SRL "CARAVAN"	50 843 420	139 794	10125270
SRL "KARGO SPB"	9 137 797	190 787	10216120
SRL "KASKAD"	5 208 958	791	10125200
SRL CUADRO+	-	103 783	10404053
SRL "KVARTET"	5 079 933	201	10125242
"KLASSIK"	225 070 568	3555670	10216100, 10216110, 10216120
MAY COMPANY" www.maycompany.ru	854 204 111	21 117 072	10216100, 10216110, 10002010
SRL "CORVET TEHKOR"	9 213 011	78 622	10216110

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
SRL "CORVET"	15 385 932	7 995	10125320, 10110080, 10125200
SRL "KORSAR"	520 356 628	6 948 755	10115062, 10110140
SRL "CAFÉ SIRENA"	35 974 218	11105,631	10125180
SRL "CAFÉ SAT"	20 344 328	1 342	10210130
SRL "KOFENAT"	н/д	123	10209094
SRL "KSK"	880 400	582	10317110
SRL "KUBAN-TEE"	15 352 621	243 094	10309020
SRL "LADAS"	33 109 991	338 127	10216110, 10216100
SRL "LIFEBRANDS NATURAL FOODS"	4 972 929	4 018	10125130
SRL "LAKTON"	34 329 023	3 508	10126020
SRL "LIDER"	н/д	1 171	10210090
SRL "LOTOS"	660 027	7 142	10216100
SRL "LOUR"	-	1373	10210020
SRL "LTK IMPORT"	6 053 878	5 070	10126050
SRL "MAGDOMIR"	18 830 556	64 783	10216100
SRL "MAGNIT"	-	16 599	10216100
SRL "MARICHI"	9 013 760	22 569	10216100
SRL "MARTIN BAYER"	43 072 336	12 934	10125270
SRL "MASTERTRADE"	-	18 347	10125090
SA "MAZHETINSKI CHAI"	18 371 438	107 947	10317110, 10216100
"MDF-PROM"	840 202	1 524	10209094
SRL "COMPANY LOGISTIC INTERREGIONAL ANTICRISIS"	15 598	71	10126020
SRL "MESANIN"	2 750 909	2 726	10126110, 10126110
SRL "MELFOODS"	339 556 661	438 877	10210090, 10210050
"MILFORD"	375 540	5 384	10125280
SRL "MIR KOFE CHELIABINSK"	2 431 487	6 069	10504080
SRL "MLESNA"	16 373 848	107 755	10216100
SRL "MONOLIT"	19 943 794	240 934	10404053
SRL "MOSKOVSKAYA CHAERAZVESOCHNAYA KOMPANIA"	6 252 527	68 574	10216100
SRL "NEIROS"	594 657	1 209	10002010
SRL "NOVSHAD FOODS"	5 449 199	18 454	10216100
SRL "NORDOPTIMUS"	8 315 864	1 631	10125183, 10126010
SRL "NORTON"	2 061 164	1 668	10126120
SRL "ALLTRADE"	5 669 608	6 741	10126120

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
SRL "OM CHAI"	11 687 826	286 197	10216110, 10216100, 10216120
SRL "ONVERT"	78 239 710	125 141	10110080
SRL "OPT-RTK"	85 432 542	8 823	10125280
"ORIMI TRADE" www.orimitrade.ru	3 135 273 576	62 818 453	10216110, 10216100
SRL "ORLAN"	51 329	1	10221010
SRL "ORNAMENT"	1 393 638	3 113	10216100
SRL "OTTAVA"	5 502 774	11 245	10126030
SRL "PALLADA"	2 710 809	10 340	10216100
SRL "PAN ASIA"	92 619 511	667 357	10216120, 10216100
SRL "PANDA-CHAI"	-	5 063	10125022
SRL "PARITET"	13 074 861	22738	10226170
SRL "PETROSNAB"	5 034 200	175 106	10216100, 10216130, 10216110
"PLASTINVEST"	19 444 877	616 302	10216100
SRL "PODNEBESNAYA KLADOVAYA"	-	2 186	10708012
SRL "POLET"	107146	455	10226030, 10226200
SRL "PORTAL"	2 318 801	22 830	10216100
SRL "PRAGMA"	-	1 208	10005022
REPRESENTACION "KATAY PASIFIC AIRWAYS LIMITED"	-	127	10002010
SRL "PRISMA"	44 670 909	32 400	10210050, 10210100, 10210140
SRL "PRIMA"	9 095 968	22 396	10226180, 10226030
SRL "PRIMATRADE"	6 980 741	186 671	10216100
SRL "PROFIL"	92 204	570	10002010
SRL "PROFIMPORT"	12 195 281	15 526	10110080
SRL "PROFITRADE RUS"	2 022 090	2 956	10125270
SRL "PATRON"	314 249 045	941 670	10216100, 10216130, 10216120, 10216110, 10216100
RAVSHANOVA LOLA (Cuentapropista)	2 875	3	10505090
SRL "RAFAEL"	138 345	1 068	10404053
SRL "RESTORAN TEH SERVICE"	40 144 861	2 626	10226030
SRL "RAITING"	н/д	20 341	10317090

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
SRL "REYA"	20 051 943	87 670	10126120
SRL "RIMTZ"	1 663 937	7 550	10609030
SRL "ROOS"	5 948 460	265 324	10216100, 10125200, 10216130
SRL "ROSCHAI"	2 792 963	73 316	10216100
"ROSTEC-OMSK"	17 827 258	434 557	10610050
SRL "RUNICO"	945 396	20 582	10311020
SRL "RUSIMPORT"	57 002 574	1 921 563	10216110, 10216100
"R.CH.K. LOGISTIC"	15 692 856	134 359	10209094, 10110050
SRL "SUN TRADE"	63 706 915	421 311	10129026
SRL "SANDAR"	-	109 959	10302090
SRL "SANTI"	211 726 198	5 366 264	10216100, 10216120
SRL "SARA LEE RUS"	7 864 802	38 761	10125320
SRL "SWEET LIFE.RU"	30 808 720	93 339	10126081
SRL "SVO"	-	14 062	10209090
SRL "SDS-FOODS"	1 263 815 788	12 627 291	10126120, 10005022, 10126120, 10210100, 10216020, 10216100, 10216120, 10702030
SRL СЕВЕР-ЮГ КОММЕРЧЕСКАЯ ФИРМА	-	21 840	10311020
"СЕВЕРНЫЕ ВОРОТА"	-	330	10714040
"EMPRESA DE COMERCIO NORTE- SUR"	6840694	141230	10216110, 10216100
SRL "SINFU"	1 854 880	324	10216110
"SIEK"	9 610 186	24 029	10609040
SRL "SLIMWORK"	-	7 189	10125210
SRL "SM BROTHERS"	-	19 325	10216100
SRL "SMALTA"	5 372 329	11 499	10226170
SRL "SMK"	2 670 058	57 640	10602040
SRL "SOVEREN"	9 760 499	11 260	10317100
SRL "SOKOL LOGISTIC"	1 809 907	690	10125020
SRL "SOSNOVKA"	-	2 001	10110080
SRL "SOZVEZDIE"	758 896	36 923	10216100
SRL "SPETZMASH"	47 553 210	241 364	10126120
"STOKKMAN"	47 386 455	1953	10125270
SRL "TAIKUN"	1 200 490	3 168	10216100
SRL "TAISHI TRADING"	-	285	10110080

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
SRL "TALIUM"	896 704	10 397	10110120
SRL "TEAKOM"	23 624 293	207 905	10125160
SRL "TURNERS"	909 134	14 805	10216100, 10216120
"TERCIA"	134 792 048	789 378	10216100, 10210100
SRL "TECHNOLINE"	2 356 192	127 507	10216100
SRL "TECHNOPOLIS"	5 931 330	1 038	10110080
SRL "TECHTORG"	283 830 716	1 307 257	10210180, 10126120, 10210020, 10210180, 10216100
SRL "TEA PRODUCS"	23 822 593	430 469	10216100, 10216110, 10216100
SRL "TEA POINT"	4 087 488	4 846	10717010, 10717040
SRL "TOVARI Y USLUGI"	6 521 619	408,78	10110080
SRL "CASA DE COMERCIO "ECOPRODUCT"	30 948 008	336,84	10125200
SRL CASA DE COMERCIO "KONFUCIO"	68 105 686	201 182	10126020
CASA DE COMERCIO "VOSTOK"	5 029 459	202 716	10216100
SRL "TORGOPT"	4 341 382	11 783	10216110
SRL "TRANSALKO"	7 151 226	20 425	10226020, 10226020
"TRANSKOM"	15 380 603	31 913	10126120
SRL "TRANCETECHSERVICE"	777 036	20 750	10302070
SRL "TRK"	526 389	476	10125290
SRL "TRAVELERS CAFE"	7 223 917	4 168	10609040, 10609060
"TIAN-ZHEN" ACADEMIA DE LA CULTURA Y MEDICINA DE CHINA	76 866 491	320777	10129020
SRL "TECNOLOGIAS ALIMENTICIAS UNIVERSALES"	12 234 701	141 419	10126122, 10005022
SRL "URALIMPORT"	5 449 308	222,63	10508010
SRL "UIUTNI DOM"	-	1 461	10216110, 10210130
SRL "FAVORIT"	18 765 980	30 300	10216100, 10216110
"FACTORIA"	1 643 421	14 450	10125130
SRL "ENIX"	-	3 018	10216100
SRL "FILIPP"	28 738 351	2 823	10226020, 10226170, 10226200
SRL "FORTE"	13 835 910	14 032	10210090

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
SRL "FOXTROT"	-	225	10226030
SRL "FRANTORG"	46 442 180	1 617	10125270
SRL "FREGAT"	637 604 538	6 536 469,85	10216100, 10210100, 10216100
SRL "FRICO-M"	3 140 687	2 307	10125200
SRL "FRUITLAND"	1 732 275	2 395	10216100
SRL "FOOD REPUBLIC"	19 727 372	14 370	10110080
SRL "FUDAGRUP"	18 233 048	324 376	10216100, 10216020
SRL "FOODINVEST"	3 172 753	4 255	10216110
SRL "CEILON TEA GARDENS"	-	13 675	10216100
SRL "CENTRIUM"	8 665 058	78 079	10216100, 10216110
"CIRKON"	-	958	10209094
SRL "CHAI"	106 685	20 974	10714040, 10609060
SRL "CHAI DLIA VAS"	18 460 883	271 290	10216120, 10216100
"CASA DE TE TONUS"	40 556 710	1 024 320	10216110, 10216100
SRL "CHAIKA"	21 054 206	529 716	10216120, 10216100
SRL "TEA COMPANY "LUTA" www.luta.ru	5 185 096	248 477	10126020
SRL TD "CHAI, KOFE Y DRUGUIE KOLONIALNIE PRODUKTI"	48 986 122	51 109	10125180
SRL "CHAINO-KOFEINI DOM GOLUBOVSKOI"	2 153 629	2 141	10226050, 10226180
SRL "CHAI TORG"	13 141 959	15 094	10125290
SRL "CHAI - UPAK"	2 220 824	52 463	10216100
SRL "CHAI-EXPORT"	-	10 580	10216120
SRL COMPANY "CHAIGOROD" www.chaigorod.com	10516079	33010	10216110, 10216120
"TEA COMPANY № 1" www.teanadin.ru	72 384 069	465 875	10110140
"CHATIME"	346 874	350	10221010
"CHECHITOV" (Cuentapropista)	-	5 085	10108030
SRL "SHTRAUS"	1 048 366	1 591	10125250
SRL "EDVARDS TRADE GROUP"	2 924 957	4 884	10210100
"EDIAR"	75 454 025	7 039	10125200, 10125320
SRL EIK "SINA"	3 354 541	57 626	10602040

Nombre de la empresa	Valor total aduanera, rub.*	Peso bruto, en kg.	El código del lugar de la formalización de la carga
SRL "A AND D RUS"	10 449 570	4 906	10125290
SRL "EXPRESSIMPORT"	465 363	2 256	10209090
SRL "ELANKO"	-	12 110	10311020
SRL "ELITORG"	40 805 826	8 328	10226020, 10226050
SRL "ELKO GREEN"	9 590 874	16 386	10125120, 10125122
SRL "EMORI"	2 004 513	78	10216100
SRL "AGENCIA ENERGETICA"	555 705	1 771	10216100
SRL "ULIUS MINL RUSSLAND"	96 456 411	25 699	10125280
SRL "UNILEVER RUS" www.unilever.ru	728 216 172	18 217 972	10110030, 10210100, 10216100, 10216110, 10216130, 10221010

* - tipo de cambio medio anual 1\$/ 2010 = 30,37 rublos

Nota: los importadores de té/yerba mate de Argentina y los importadores que suministran té/mate en las regiones seleccionadas de Rusia se distinguen por el color rosa

Fuente: Estadísticas de aduanas de la Federación de Rusia, ILA-CONSULTING

F- FERIAS Y EXPOSICIONES EN LAS REGIONES DE LA FEDERACIÓN DE RUSIA

En la tabla 7 está presentada la información sobre las exposiciones y las ferias de los productos de la alimentación, que incluyen las secciones temáticas "El té". En color se indican las exposiciones, que tendrán lugar en el año 2012 en las regiones rusas seleccionadas para el estudio realizado.

En la lista están incluidas las grandes exposiciones internacionales, que anualmente son realizadas en Moscú y San Petersburgo y en donde se presentan las grandes compañías-operadores del mercado de té.

Sería oportuna la visita a las exposiciones, que pasarán en la región de Krasnodar (Sochi, ExpoFood-2012), en la República Tatarstán (Kazán, KAZANHALAL - 2012), en Ekaterinburgo y Krasnoyarsk.

Por ejemplo, los objetivos de la tercera feria/exposición- KAZANHALAL – 2012, que se llevará a cabo en mayo en Kazán, son:

- el desarrollo de las relaciones regionales e internacionales con los productores de la producción “halyal” y
- la atracción de las inversiones al mercado ruso.

En la exposición está previsto una sección temática del té y café en el sector «los productos de la alimentación».

En septiembre de 2012 en Ekaterinburgo tendrá lugar «El Foro-2012 Agroindustrial», donde al té y el café tendrán una sección especial. El objetivo de la exposición es mostrar la situación actual del complejo agrícola del Distrito Federal de los Urales, la implementación de técnicas ecológica para los productos alimenticios.

En octubre de 2012 en Sochi se realizara la exposición especializada «Expo Food – 2012» con una sección especial dedicada al mercado de té y café.

Tabla 57. Calendario de exposiciones y ferias en Rusia en el año 2012.

Fecha	Nombre de la exposición	Pagina WEB (Lugar)	País	Ciudad
FEBRERO				
13-17	PRODEXPO	www.prod-expo.ru	FR	Moscú
MARZO				
1-3	ExpoHoReCa 2012	www.farexpo.ru	FR	San Petersburgo
13-15	VendExpo	www.vendingexpo.ru	FR	Moscú
14-16	IFFF MOSCOW	www.fastfoodexpo.ru	FR	Moscú
20-22	Tienda. Restaurante. Hotel – 2012.	Centro del comercio internacional	FR	Ekaterinburgo
22-24	14 Exposición especial de alimentos	-	FR	Sochi
29-31	La industria alimenticia - 2012	Palacio de deportes de Volgogrado	FR	Volgogrado

Fecha	Nombre de la exposición	Página WEB (Lugar)	País	Ciudad
ABRIL				
3-5	INTERFOOD -2012	-	FR	San Petersburgo
4-7	EXPOFOOD - 2012	-	FR	San Petersburgo
4-7	La Industria de Hospitalidad y entretenimiento ExpoFood	www.sochi-expo.ru	FR	Sochi
5-7	Forum Siberiano de hospitalidad HoReCa	www.krasfair.ru	FR	Krasnoyarsk
24-26	El mundo Restaurante & Hotel	www.mirrestorana.info	FR	Moscú
25-28	El mundo de alimentos - 2012	El complejo de exposiciones "Feria de Nizhni Nóvgorod"	FR	Nizhni Nóvgorod
MAYO				
19-21	KAZANHALAL - 2012	Palacio de deportes	FR	Kazán
SEPTIEMBRE				
4-6	Forum Agroindustrial 2012	Centro Internacional de exposiciones Ekaterimburgo - EXPO	FR	Ekatemburgo
OCTUBRE				
18-20	ExpoFood -2012	www.sochi-expo.ru	FR	Sochi
24-27	Selhozprod mash - 2012	-	FR	Nizhni Nóvgorod
NOVIEMBRE				
6-9	ProdSib (Interfood) - 2012	-	FR	Novosibirsk
13-16	ProdUral -2012	Palacio de cultura «Neftianik»	FR	Ufá
14-16	Forum Agroindustrial de Siberia	Centro Internacional de exposiciones «Sibir»	FR	Krasnoyarsk

Fecha	Nombre de la exposición	Página WEB (Lugar)	País	Ciudad
DICIEMBRE				
13-16	Kuban -2012	Centro de exposiciones del hotel «Zhemchuzhina»	FR	Sochi
15-19	Feria de Navidad	Centro de exposiciones «Krasnodar – Expo»	FR	Krasnodar

Примечание: las exposiciones que van a realizarse en las regiones seleccionadas están distinguidas de color

Fuente: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, www.exponet.ru , ILA-CONSULTING

RESUMIENDO

Los exportadores de té y yerba mate deben definir el modo óptimo de su introducción al mercado ruso. La práctica muestra que existen tres estrategias conocidas que son las exportaciones, la organización de las empresas conjuntas y las inversiones directas.

En la actualidad, la mayor parte de los exportadores realizan ventas directas a Rusia. Los importadores rusos de té son a la vez grandes mayoristas que tienen sus propias fábricas de envasado y tienen desarrolladas las redes de depósitos y comercialización del producto.

También hay algunas variantes de la organización de negocio común: la creación de la representación oficial de la compañía extranjera en la Federación de Rusia; la concreción de contrato de fabricación de producto final en el territorio de Rusia; la creación de una empresa mixta (conjunta) en Rusia.

Las compañías extranjeras a menudo salen al mercado ruso a expensas de la inversión directa, es decir, gracias a la creación en el territorio de la Federación de Rusia de la infraestructura de producción, de transporte, de almacenaje.

Si la compañía extranjera ya tiene una buena experiencia en la alguna de de las dos primeras estrategias de abordaje del mercado ruso (exportación y negocio conjunto), la creación de una propia infraestructura productiva pueden significar grandes ventajas comparativas.

Los pasos a seguir como estrategia recomendada para entrar al mercado ruso son:

- ⇒ **la creación en el territorio de la Federación de Rusia de una representación oficial;**
- ⇒ **la búsqueda de los socios y el establecimiento de los contactos con los distribuidores de té en las regiones escogidas;**
- ⇒ **acuerdo estratégico con la compañía rusa (o la empresa) para la fabricación de la mercancía final en con materia prima argentina (en forma de Private Label, o en forma de marca propia para una red comercial);**
- ⇒ **la elaboración y el registro de la marca comercial propia (Private Label), orientado hacia el mercado ruso y que responde a las necesidades del comprador ruso;**
- ⇒ **“branding”, el acompañamiento profesional del lanzamiento (la promoción) de Private Label al mercado (la publicidad, el posicionamiento etc).**

Campañas de promoción y difusión del producto en las regiones seleccionadas

- **Creación de una imagen positiva de té y yerba mate argentinos con la ayuda de los medios de comunicación. Hay que subrayar la utilidad del producto (por ejemplo, mate) desde el punto de vista de una alimentación sana, producto natural, la conformidad a los estándares internacionales de la calidad y las normas sanitarias;**
- **Promoción masiva de té/yerba mate argentinos en las exposiciones regionales en Rusia, los seminarios de negocios, las conferencias y las tardes temáticas, etc.;**

- La creación de un estilo propio y asociado a la costumbre argentina de todos los productos provenientes de ese país que se vendan en el territorio ruso (la marca comercial, el Brand, el logotipo, etc.);
- El uso de los canales de la comunicación personal tales como los encuentros de los directivos, las conferencias ante el auditorio, la realización de las presentaciones, los video-entrevistas, las video-arengas al público objetivo;
- La participación de los líderes de opinión, personalidades rusas, etc. En las campañas organizadas.
- Sponsorizar eventos organizados por los gobiernos de las regiones seleccionadas para incrementar las ventas;
- Fortalecer la promoción en el segmento medio y alto y propiciar el aumento de la popularidad de té y yerba mate de Argentina entre la juventud, mujeres y las personas de edad media en general;
- La realización de las degustaciones de té y yerba mate argentinos en las tiendas especializadas de té (en las regiones escogidas);
- La distribución en los lugares de ventas de las muestras gratuitas;
- La cooperación de los productores y los distribuidores de té y mate argentinos con los clubs regionales de té;
- La creación de la red distribuidora (el socio) en las regiones escogidas de las ventas;
- Colaboración para el financiamiento de la campaña de promoción de té y yerba mate argentinos con los socios locales en las regiones de la Federación de Rusia para el avance de marca comercial.

Organizaciones y medios especializados del mercado de té de la Federación de Rusia

La Asociación «ROSCHAIKOFÉ». «ROSCHAIKOFÉ» es una gran compañía especializada en el mercado ruso de té, es una organización no comercial creada en 1998 bajo la órbita del Ministerio de Agricultura de la Federación de Rusia.

La asociación «ROSCHAIKOFÉ» reúne a los 15 productores rusos principales de té y café. Es una de las mayores organizaciones lobbistas del sector industrial del país. Gracias a sus esfuerzos se ha organizado el funcionamiento del mercado de té y café y se han dado las condiciones necesarias para atraer inversiones en este sector industrial.

Las inversiones en el desarrollo de producción de te y café en la Federación Rusa realizadas por las empresas miembros de la Asociación «ROSCHAIKOFÉ», ascienden a 400 millones de euros.

La Asociación «ROSCHAIKOFÉ» es un socio clave de los ministerios y otros órganos e instituciones estatales (dentro de sus competencias), participa en las reuniones de trabajo intergubernamentales.

En la base de la Asociación «ROSCHAIKOFÉ» La Agencia Federal de Regulación técnica y Metrología ha creado el Comité Técnico № 451 «el Té, el café y las bebidas a base de estos productos», que elabora y dicta toda la normativa de esta rama industrial.

Con la ayuda activa de la Asociación «ROSCHAIKOFÉ» y las empresas-miembros, en FR se publica la revista – «El Café y el Té en Rusia», y también la edición internacional – «Coffee&Tea International». Este periódico por suscripción sale seis veces al año (bimestralmente). En ella se publican toda la información sobre la producción de té y café, las nuevas maquinarias de la elaboración y el envasado, publicidad sobre las nuevas compañías, etc.

Una de las secciones de la revista se dedicada a las tradiciones culturales del consumo de café y té en diferentes partes del mundo.

La revista se distribuye en exposiciones temáticas y también por suscripción a,

- ✓ las firmas-productores de café y té;
- ✓ las firmas que producen maquinaria para la elaboración y el envasado;
- ✓ las firmas que se especializan en la conservación, el transporte y la seguridad de las cargas;

- ✓ las compañías mayoristas en Rusia, otros países de la CEI y los países extranjeros.

La versión gratuita de esta revista es el periódico «El Planeta del café y té», que publicita las bondades de los cafés y tés como las bebidas útiles y sanas.

En la tabla 8 son presentados los nombres y contactos de los medios especializados en del mercado de té en Rusia.

Tabla 58. Medios y organizaciones especializados

Medio/Organización	Nombre	Página Web	Contactos
Asociación	ROSCHAIKOFE RUSTECOFFEE	http://rusteacoffee.ru/	107139, FR, Moscú, Orlikov per., 1/11 Tel: +7 495 935 87 06 association@rusteacoffee.ru
Portal informativo de Internet	COFFEETEA	http://coffeetea.ru/	Moscú, Ul. Berzarina, 36 str. 2, of. 214 Tel: +7 495 93587 06/07 Fax: +7 495 93587 06/07 e-mail: info(at)coffeetea.ru www.coffeetea.ru
Portal informativo de Internet	TEA	www.tea.ru	www.tea.ru
Revista especializada	CAFE & TE EN RUSIA 	www.coffeetea.ru	125080, FR, Moscú, Ul. Vrubelia, 12, of.302 Tel: +7(495) 9358707, +7(495) 9358708 Fax: +7 (495) 9358707, 9358708
Revista especializada	Confitería. Café. Té	http://my-ki.ru/	Moscú, Tverskoi bulvar, 22 Tel: +7 (495) 6290535

Fuente: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ILA-CONSULTING

ANEXO

Más abajo está la lista completa de los comercios especializados de ventas de té seleccionado, del segmento de precios altos, y de los clubes de té. Estos datos pueden ser útiles para la selección de las contrapartes potenciales durante la campaña de publicidad y de difusión de té y mate argentinos en las *regiones de Rusia previamente seleccionadas* (ver el módulo 1 del estudio). La lista fue elaborada y actualizada por expertos de *ILA-CONSULTING*.

Tabla 59. Los comercios especializados en las regiones seleccionadas

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
Ufa, República Bashkortostán		
Clubes de té	Maestro de té (Мастер Чая)	Tel: +7 (347) 294-52-94 www.mastercha.ru
	Club de té de Ufa (Уфимский чайный клуб)	Tel: +7 (347) 257-32-67 Tel: +7 (917) 789-97-59 www.u.teasomelie.ru u@teasomelie.ru
Comercios de té	Mundo de té (Мир чая)	Tel: +7 (919) 619-43-72 adar-ufa@mail.ru
	Filosofía de té (Философия чая)	Tel: +7 (347) 298-55-38 tea.phylosophy@gmail.com
	Ruta de seda (Шелковый путь)	Tel: +7 (917) 786-80-85 sholkovshop@yandex.ru
	Te raga alma (Чай для души)	Tel: +7 (965) 931-64-19 gilma9999@mail.ru
Redes de los comercios de té	Arábica (Арабика)	Tel: +7(347) 272-93-97 arabicaufa@mail.ru
	Saravan-Chai (Караван-Чай)	Tel: +7(960)396-33-31
	Puerto Mocca (Порт Мокка)	Tel: +7(917) 401-53-97 www.portmocca.ru port-mocca@yandex.ru
	Tradiciones de té (Чайные традиции)	Tel: +7(964) 959-28-50 www.chai-ufa.ru
	Mundo de Expreso (Мир Эспрессо)	Tel: +7(347) 237-82-37 mirespresso-ufa@mail.ru
Volgogrado, La Región de Volgogrado		
Comercios de té	Puerto de oro (Золотая гавань)	Tel: +7(904) 771-62-30 www.gaivan.ucoz.ru mcsvat@gmail.com
Redes de los comercios de té	Чайкоffski (Чайкоffский, 9 comercios)	Tel: +7 (8442) 22-59-47
Krasnodar, La Región de Krasnodar		
Comercios de té	Cielo de café (Кофейный рай)	Tel: +7 (918) 497-64-40 coffeiniy-rai@mail.ru

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
	Malyan Dao (МальянДао)	Tel: +7(988) 666-69-91 www.chydochai.ru
	Pu-erh bar (Пуэр-бар)	Tel: +7(918) 455-80-09 www.puer-bar.ru omtea@yandex.ru
	Bebedor de té (Чайный пьяница)	Tel: +7 (918) 340-61-16 tea-dr@yandex.ru
	Etalon (Эталон)	Tel: +7 (861) 255-58-00 etalon-tea@mail.ru
Redes de los comercios de té	Onza (Унция)	Tel: +7(800) 555-28-35 +7 (861) 253-28-97 www.chay.info
	Santata de café (Кофейная кантата)	Tel: +7 (861) 278-84-34 www.cantata.ru
	Etiqueta (Этикетъ)	Tel: +7 (861) 273-60-34 www.etiket-tea.ru etiket_kr@mail.ru
	Chaikoff (Чайкофф)	Tel: +7 (861) 275-26-87 www.chaikoff.ru chaikoff@mail15.com
Krasnoiarisk, La Región de Krasnoiarisk		
Comercios de té	Caffeman (Кофеман)	Tel: +7 (391) 271-57-11 (391) 250-55-11 caffeman@mail.ru
	Almacén de Milagros (Лавка чудес)	Tel: +7(913)189-57-43 ipartemev@mail.ru
	Magia de té (Магия чая)	Tel: +7(904) 897-58-62 savvasveta@mail.ru
	Chai-Ok (ЧайОк)	Tel: +7(908) 216-63-69 kraschayok.ru sergey-8181.81@mail.ru
	Chainatown (Чайнатown)	Tel: +7(913) 571-28-26 Tel: +7(950) 419-73-88 www.teanatown.ru tenatown@gmail.com
	Jardin de té (Чайный дворик)	Tel: +7 (391) 214-05-94 mdv@kraslib.ru
Redes de los comercios de té	Onza (Унция)	Tel: +7(913) 186-06-20 www.chay.info
	Geografía de sabor (География вкуса)	Tel: +7 (391) 212-30-47 geografia_vkusa@mail.ru
	Gremio de té (Чайная гильдия)	Tel: +7 (913) 187-00-89 gildia_krsk@teaworld.ru www.teaguild.com
Nizni Nóvgorod, La Región de Nizni Nóvgorod		
Clubes de té	Casa del chamán (Дом Шамана)	Tel: +7 (831) 413-77-20 Tel: +7 (910) 391-15-43 domshamana.ru hello@domshamana.ru
	Pequeño dragon (Маленький дракон)	Tel: +7 (831) 423-99-40 info@rus-dao.ru
Comercios de té	Nueve vidas (9 жизней)	Tel: +7 (831) 428-70-90 ooo9zhizney@yandex.ru
	Lavazza	Tel: +7 (904) 791-55-04 +7(831) 432-24-83 coffeeman52@mail.ru

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
	Mañana animoso (Бодрое утро)	Tel: +7 (920) 255-00-11 bodroeytro@yandex.ru
Redes de los comercios de té	Onza (Унция)	Tel: +7 (800) 555-28-35 +7 (904) 903-75-57 www.chay.info ounce-nn@mail.ru
	Tea Room Rai (Чайный рай)	Tel: +7 (831) 257-74-98 +7 (906) 360-80-40 www.vostok-tea.ru tea@vostok-tea.ru
Novosibirsk, La Región de Novosibirsk		
Comercios de té	Tea Room Rai (Чайный рай)	Tel: +7 (383) 213-93-40 tearoom-rai@inbox.ru
	100 gramos (100 граммъ)	Tel: +7 (952) 925-15-07 +7 (953) 863-24-90 www.lavka100gramm.ru lavka100gramm@mail.ru
	5 o'clock	Tel: +7 (913) 785-80-60 five-o-clock@mail.ru
	Coffeetea	Tel: +7 (383) 310-17-70 coffeetea-nsk.ru coffeetea@ngs.ru
	Gusto de vida (Вкус жизни)	Tel: +7 (383) 380-14-04 www.spezii.ru spezii.nsk@gmail.com
	Estudio de té (Студия чая)	Tel: +7 (383) 286-04-78 www.studiotea.ru info@studiotea.ru
	Ceremonia (Церемония)	Tel: +7 (953) 888-77-86 tea-novosib@yandex.ru
	Gaviota (Чайка)	Tel: +7 (953) 868-30-07 info@chaikatea.ru
	Tea break (Чайная пауза)	Tel: +7 (952) 909-99-63 elfe@ngs.ru
	Fantasia de té (Чайная фантазия)	Tel: +7 (983) 127-00-05 www.teafantasy.ru teafantasy@mail.ru
Redes de los comercios de té	Cantata de café (Кофейная кантата)	Tel: +7 (383) 335-85-36 Tel: +7 (913) 455-30-33 www.cantata.ru novosib@cantata.ru
	Onza (Унция)	Tel: +7(383) 218-57-32 www.chay.info
	Gremio de té (Чайная гильдия)	Tel: +7 (913) 372-24-92 www.teaguild.com
	Mago de café (Кофе Маг)	Tel: +7 (383) 218-58-07 +7 (383) 218-41-68 www.coffeemag.biz manager@lavazza.nsk.ru
	Baolin (Бао Линь)	Tel: +7 (383) 291-77-51 +7 (383) 229-58-47 www.baolin.ru info@baolin.ru
Samara, La Región de Samara		

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
Clubes de té	Blagogor (Благо Гор)	Tel: +7 (846) 277-08-60 Tel: +7 (846) 265-32-60 www.blagogor.ru blago-gor@rambler.ru
	Dragón y Phoenix (Дракон и Феникс)	Tel: +7 (846) 340-10-46 www.drakon-feniks.ru nefritclub@mail.ru
Comercios de té	Hoja de té (Чайный лист)	Tel: +7 (846) 997-11-64 www.tealist.org bagrat21@mail.ru
Redes de los comercios de té	Onza (Унция)	Tel: +7(846) 332-36-23 +7 (927) 710-66-02 www.chay.info
Ekaterimburgo, La Región de Sverdlovsk		
Clubes de té	Cha-i (Ча-и)	(343) 350-46-95 www.cha-i.com cha-i@yandex.ru
Comercios de té on-line	Tea66.ru	Tel: +7 (343) 342-01-32 Tel: +7 (343) 269-33-15 Tel: +7 (904) 178-33-15 www.tea66.ru mail@tea66.ru
	Tea-hall.ru	Tel: +7 (343) 383-54-00 www.tea-hall.ru tea-hall@mail.ru
	Almacen de té (Чайная лавка)	Tel: +7(343)207-44-64 www.tea-mall.ru info@tea-mall.ru
	Bosquejos de té (Чайные этюды)	Tel: +7 (343) 361-21-90 www.u-tea.ru tea@u-tea.ru
Comercios de té	Boston tea party	Tel: +7 (904) 983-44-96 www.boston-tea.ru tea-office@e1.ru
	Tea Lounge	Tel: +7 (908) 902-82-63 www.tealounge.ru info@tealounge.ru
	Tea Rose	Tel: +7 (343) 262-48-42 tearosedec@mail.ru Tel: +7 (343) 242-66-93 www.tearose.ru t.e.a.rose@mail.ru
	Faibo (Файбо)	Tel: +7 (982) 655-22-03 +7 (982) 654-64-74 www.faibo.ru faiboinfo@mail.ru
	Ceremonia (Церемония)	Tel: +7 (912) 296-05-87 +7 (912) 232-80-28 ceremoniya@gmail.com
	Te & Café (Чай & Кофе)	Tel: +7 (343) 371-19-71 (343) 371-43-88 magazin.tea@yandex.ru
	Chaykoff (Чайкофф)	8-904-980-46-98 kofe96@gmail.com
Redes de los comercios de té	Onza (Унция)	Tel: +7 800-555-28-35 +7(343) 371-02-58 www.chay.info

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
	Gremio de té (Гильдия чая)	Tel: +7 (343) 310-38-22 gildia_karnaval@teaworld.ru www.teaguild.com gildia_ekat_ph@teaworld.ru
	Cantata de café (Кофейная Кантата)	Tel: +7 (922) 238-48-49 www.cantata.ru
	Música de té (Музыка чая)	Tel: +7 (953) 607-20-57 www.teamusic.ru info@teamusic.ru
	Te, café y otros productos coloniales (Чай, кофе и дру- гие колониальные товары)	Tel: +7 (343) 385-02-83 www.tea-coffee.ru
	Te Café Miel (Чай Кофе Мед)	Tel: +7 (343) 278-37-53 www.teankoff.ru zakaz@teankoff.ru
Kazán, República Tartaristán		
Comercios de té on-line	Chao-Chzhzao (Чао-Чжао)	Tel: +7 (843) 253-87-59 chaoclub.ru info@chaoclub.ru
Comercios de té	Lavazza	Tel: +7 (843) 238-82-56 (843) 290-33-45 lavazza-kazan.ru
Redes de los comercios de té	Gremio de té (Чайная Гильдия)	Tel: +7 (843) 518-93-15 gildia_kazan_tandem@teaworld.ru teaguild.com
	Chaykoff (Чайкофф)	(843) 526-90-25 8-906-118-12-22 www.chaikoff.ru 9600698888k@mail.ru
	Fanza (Фанза)	Tel: +7 (843) 516-88-71 xgulom@rambler.ru
Tiumen, La Región de Tiumen		
Clubes de té	Puerto de te (Чайная гавань)	Tel: +7 (922) 072-90-69 td7@mail.ru
Comercios de té on-line	Zhiga- Zhiga (Жига-Жига)	Tel: +7 (3452) 552-354 +7 (904) 493-96-07 info@zhiga-zhiga.ru www.zhiga-zhiga.ru
	Chaukakau (Чаукакау)	Tel: +7 (922) 472-44-84 8-922-480-36-69 sales@chaukakau.ru www.chaukakau.ru
Comercios de té	DaCha (ДаЧа)	Tel: +7 (3452) 988-698 (3452) 34-81-72 988698@mail.ru
	Jardín de China (Китайский дворик)	Tel: +7 (922) 483-49-42 kitay888@gmail.com
	Dádivas del sol (Дары солнца)	Tel: +7 (912) 391-77-99 8-912-995-18-99 olgrid55@rambler.ru
	Café-in (Кофеин)	Tel: +7 (3452) 63-33-93 (3452) 96-02-70 aromakofe@ya.ru www.sibkofe.ru

Tipo de comercio	Nombre	Contactos
	Almacén de té (Чайная лавка)	Tel: +7 (3452) 40-62-55 (3452) 73-31-01 rustovtmn@mail.ru www.rustovgroup.ru
	Shanti (Шанти)	Tel: +7 (3452) 788-588 perepechai01@mail.ru
Redes de los comercios de té	Baron Blanco (Белый Барон)	Tel: +7 (3452) 53-39-72
	Onza (Унция)	Tel: +7 (909) 741-84-95 tyumen@chay.info www.chay.info
	Chaykoff (Чайкофф)	Tel: +7 (3452) 25-75-62 chaykoff07@mail.ru
	Vita Coffe	(3452) 53-33-53 (3452) 67-03-19 8-922-480-33-53 vita-kofe@mail.ru www.vitacoffee.ru

Fuente: *ILA-CONSULTING*