

El mercado de la aceituna de mesa en la Federación Rusa

El mercado de la aceituna de mesa en la Federación Rusa

Esta nota ha sido elaborada por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Moscú

Abril 2008

ÍNDICE

I. SITUACIÓN GENERAL DEL SECTOR	4
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	5
III. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	6
IV. BARRERAS COMERCIALES	8
V. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	10
VI. FERIAS DEL SECTOR	12

ICEX

I ■ SITUACIÓN GENERAL DEL SECTOR

El mercado de las aceitunas, tanto verdes como negras, se desarrolla impetuosamente en Rusia desde principios de la década de los noventa. La importación de aceitunas ha aumentado cada año, hasta llegar a convertirse en un producto habitual en las mesas rusas. Junto a este hecho, en el mercado se observa la absoluta predominancia del producto español. Las aceitunas españolas no sólo se ofrecen a precios competitivos en comparación con el producto análogo de otras regiones, sino que además están muy bien adaptadas al gusto ruso y perfectamente posicionadas en la distribución agroalimentaria en Rusia.

No obstante, las diferencias existentes en los niveles de renta y de educación entre Moscú, San Petersburgo y las regiones no permiten considerar al mercado ruso de forma homogénea. Estos factores han propiciado tradicionalmente la concentración de esfuerzos de las empresas en Moscú y sus cercanías, y en segundo lugar, San Petersburgo, marginando el mercado potencial de las regiones. En los últimos años, la saturación de marcas, la fuerte competencia en Moscú y San Petersburgo, unida a la buena situación económica en muchas de las regiones rusas y a la expansión en éstas de la distribución moderna, están haciendo que las empresas se preocupen cada vez más por regiones como Omsk, Samara, Novosibirsk, Ekaterimburgo, Rostov-del-don, etc.

Si bien hace años muchas marcas españolas ocupaban fuertes posiciones en el mercado, la profesionalización de la distribución así como los costes asociados a ella que deben asumir los importadores, ha provocado una reducción en el número de marcas y la proliferación de las marcas de los importadores, más interesados en invertir en el desarrollo de sus propias marcas que en las de sus suministradores.

El consumidor diferencia entre aceitunas verdes (olivki) y negras (maslini), siendo éstas últimas las preferidas por la mayoría. Sin embargo, los consumidores no conocen las distintas variedades, y las clasifican por color, por el relleno, y a veces, por el país de origen.

La compra media de aceitunas suele tener un coste de 74 rublos, que vendrían a ser un poco más de 2 euros. La mayor parte de las compras (un 60%) se realizan en supermercados y/o hipermercados, en detrimento cada vez más, de otros canales de distribución.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En Rusia no hay producción de aceitunas, con lo cual, todo el mercado es de importación.

España es el primer productor y exportador mundial de aceitunas, y Rusia representa su segundo mercado de exportación por detrás de Estados Unidos y seguido de Italia y Alemania.

IMPORTACIONES RUSAS DE ACEITUNAS

Partida 200570

País	Cuota de mercado %					
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
-- El Mundo --	33,67	32,04	39,99	100	100	100
España	32,63	30,67	38,09	96,93	95,7	95,27
Grecia	0,22	0,75	1,35	0,65	2,33	3,37
Turquía	0,26	0,26	0,28	0,76	0,81	0,7
Italia	0,06	0,13	0,16	0,16	0,41	0,4
Israel	0,02	0,01	0,03	0,07	0,03	0,06

Fuente: World Trade Atlas. Datos en millones de euros

El origen de las aceitunas en el mercado ruso es mayoritariamente español, con una cuota de mercado del 95% sostenida en el tiempo, que convierte a España como líder indiscutible en el mercado ruso de la aceituna.

Los países competidores se sitúan a mucha distancia y la tendencia es estable. Sólo destaca la incipiente presencia de las aceitunas griegas, cuya marca más conocida es Delphi.

III. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

A pesar de que las aceitunas no forman parte de la dieta tradicional rusa, la demanda es alta y han entrado prácticamente en la ración diaria de alimentos. El nivel de renta apenas influye en el consumo, pues casi la mitad de los consumidores tienen unos ingresos mensuales familiares superiores a 20.000 rublos (600€ aproximadamente) y el coste de una lata de aceitunas es asumible por casi cualquier familia rusa.

Los criterios de compra por orden descendiente de importancia son los siguientes: sabor/relleno, país productor, imagen del envase, marca y precio. Las diferencias de precio entre distintas marcas son insignificantes y apenas un 10% de los consumidores se fija en la marca durante el proceso de compra, aunque como los rusos dan mucha importancia a las experiencias de consumo, casi un 40% repite marca si la experiencia ha sido satisfactoria.

Los consumidores rusos valoran mucho el sabor de la aceituna y su tamaño. Los sabores más populares son los de pescado y los cítricos, y más de la mitad de los consumidores prefieren las aceitunas sin hueso.

Las principales importaciones rusas son de aceituna negra. En lo que se refiere a las aceitunas verdes, su presencia actualmente está aumentando, aunque aún se venden en menor cantidad que las negras. Muy apreciadas por los compradores son las aceitunas verdes rellenas, como son las rellenas de limón, de queso, de anchoas, de pimiento, etc.

El 90% de los importadores prefiere las latas metálicas como formato de envase aceitunas. También existen en el mercado otros formatos, como son los botes de cristal o las latas de reducidas dimensiones, aunque estos envases suponen un volumen de ventas poco representativo en el total del mercado de las aceitunas.

Hábitos de consumo

Antes del colapso de la Unión Soviética, las aceitunas eran consideradas como un producto *delicatessen*. En la actualidad, la aceituna es un alimento accesible a todos los segmentos de la población en cuanto a precio, y está presente en todos los distintos canales de distribución. El consumidor tipo de aceituna está representado por una mujer con estudios superiores finalizados.

Las aceitunas negras, de sabor más suave, y percibidas como más naturales que las verdes, se usan principalmente para la elaboración de ensaladas y sopas.

EL MERCADO DE LA ACEITUNA DE MESA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Las aceitunas verdes son muy utilizadas como aperitivo (*zakuski*), acompañando bebidas alcohólicas, algo muy típico en Rusia.

El formato más común son las latas de 400gr, aunque en el canal HoReCa se suministran en latas de 5Kg.

The image shows a large, light gray rectangular frame. Inside the frame, the word "ICEX" is written in a bold, sans-serif font, centered horizontally and vertically. The letters are a light gray color, matching the frame.

IV ■ BARRERAS COMERCIALES

El arancel que grava la importación de los productos contenidos en las partida 200570 es del 15% sobre el valor CIF en aduana de la mercancía.

Los certificados necesarios para exportar aceitunas a Rusia son los siguientes:

- **Certificado de higiene:** Al tratarse de un producto como el aceite es necesario obtener el certificado higiénico, que se deberá tramitar con anterioridad al certificado GOST. Este trámite valora si el producto cumple con las condiciones higiénicas necesarias. Sólo están autorizados para emitir este certificado las entidades públicas dependientes del Ministerio de Sanidad ruso, por lo que si se tramita desde España será necesario igualmente enviar el producto a laboratorios en Rusia. Sin embargo, en España se puede dirigir a la empresa que se detalla para que ella realice los trámites.

Española de Control, S.A.

C/ Rera Palau, nº11, 4º piso

08003 - Barcelona - SPAIN

Tel.: +34 93 295 75 13

Fax: +34 93 268 24 13

E-Mail: es_barcelona_gost@sgs.com

Persona de Contacto: Susanna Caminals

www.sgsgroup.com

- **Certificado de Conformidad con las normas GOST:** Una vez obtenido el certificado de higiene podremos comenzar a tramitar el certificado GOST, emitido por el GOSSTANDARD (Comité Estatal de Normalización, Metrología y Certificación). Las normas rusas en las que se especifican los requisitos para obtener dicho certificado se llaman GOST R (Gosudarstvennye Standarty Rossii). Estas normas certifican la calidad del producto y su obten-

EL MERCADO DE LA ACEITUNA DE MESA EN LA FEDERACIÓN RUSA

ción no tiene un carácter facultativo, es decir, la obtención de este certificado es obligatoria. En España sólo está autorizada para emitir certificados de conformidad la multinacional suiza “Société Generale de Surveillance” (www.sgsgroup.com); otras como TÜV pueden hacerlo mediante laboratorios asociados en el extranjero.

Por lo general, este cumplimiento no supone un problema para las empresas españolas, que en general están sometidas a controles de calidad más exhaustivos que los especificados en la normativa GOST.

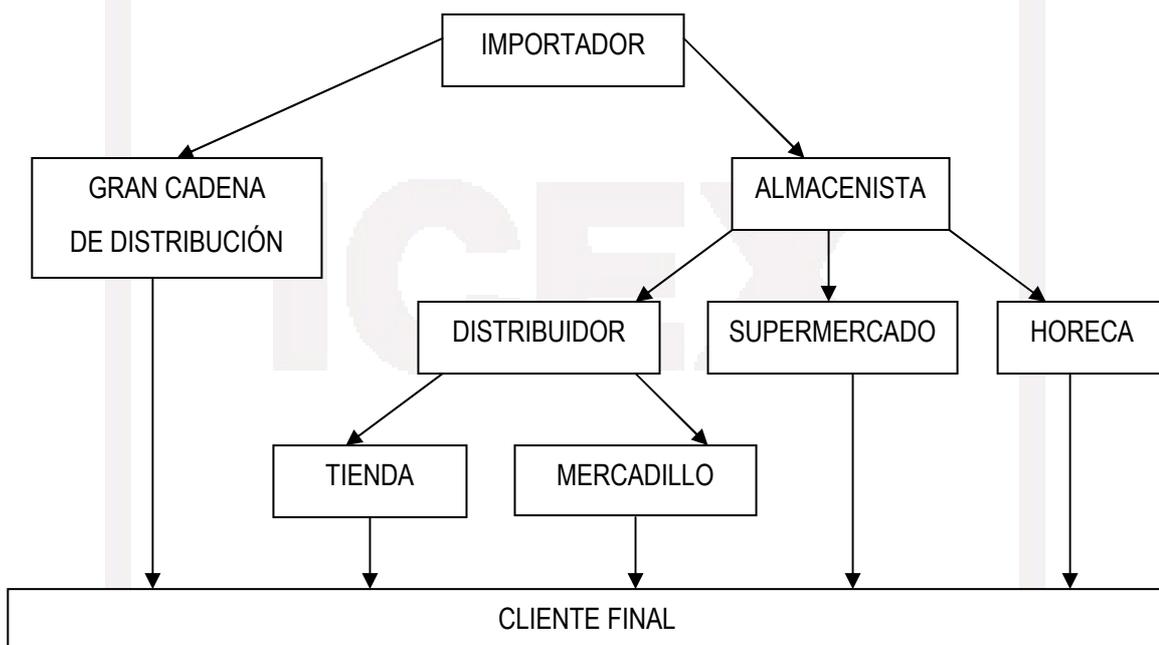
- **Requisitos de etiquetado:** Los productos alimenticios que ingresan a Rusia tienen que contener los siguientes datos en su etiqueta/envase, en idioma ruso:

- Denominación y tipo de producto;
- País de origen, fabricante (el nombre de la firma puede indicarse con letras latinas);
- Peso o volumen del producto;
- Ingredientes principales del producto incluyendo los aditivos;
- Valor nutritivo (calorías, vitaminas – para los productos destinados para niños, medicina y dieta);
- Condiciones de conservación (para los productos con un plazo limitado de conservación o que exigen mantenimiento especial);
- Período de conservación (fechas de vencimiento, fecha de elaboración y plazo de conservación);
- Modo de preparación (para los productos prefabricados y destinados para niños);
- Recomendaciones de utilización (para los aditivos biológicamente activos);
- Condiciones de su empleo incluyendo las contraindicaciones para distintas dolencias.

Para esto, puede realizarse un envoltorio especial en idioma ruso o aplicarse al envoltorio usual un sticker con la información anteriormente descrita.

V. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

A continuación se expone un pequeño esquema explicativo de la distribución de las aceitunas en Rusia:



La distribución en Rusia suele requerir un gran número de intermediarios para hacer llegar el producto hasta el consumidor final; más aún si el producto se quiere distribuir en ciudades distintas a Moscú y San Petersburgo.

Podemos distinguir tres tipos de establecimientos para la compra al por menor de aceitunas:

Hipermercados/supermercados: Se caracterizan porque en ellos los clientes tienen acceso directo a los productos. En estos supermercados el surtido de aceitunas suele ser muy amplio y acaparan el 60% por las ventas. Algunas de las grandes cadenas de distribución están comenzando a comercializar productos bajo sus propias marcas (marcas blancas) para lo cual en algunos casos están llegando a acuerdos directos con los fabricantes.

EL MERCADO DE LA ACEITUNA DE MESA EN LA FEDERACIÓN RUSA

Tiendas de comestibles tradicionales: Son las pequeñas tiendas, tipo colmado, en ruso llamadas *produktis*, con poca variedad en la oferta, pero que por su gran número de establecimientos y por su flexibilidad horaria, alcanzan un 30% del total de las ventas de aceitunas.

Mercadillos: Establecimientos para clientes de clase media y media-baja. El surtido no es muy amplio, y no suele superar las dos o tres marcas de aceitunas. En algunos de ellos se ofrecen también aceitunas a granel, sobre todo negras. Suponen el 10% de las ventas.

Los márgenes en Rusia suelen ser importantes, pero varían sensiblemente en función del establecimiento que lo comercializa al público.

La saturación del mercado moscovita y la mejora de la situación económica de algunas regiones rusas están haciendo que las empresas de distribución se interesen cada vez más por ciertas regiones que cuentan ya con una clase media importante y comiencen a abrir establecimientos en ellas homogeneizando el surtido de productos de alimentación existente en Moscú y en las regiones. Para garantizar el suministro de los productos, en algunas regiones han aparecido importadores que trabajan directamente con suministradores extranjeros o bien han sido los propios importadores moscovitas los que han abierto delegaciones para permanecer cerca de sus clientes regionales.

Los importadores rusos de conservas vegetales han comprendido rápidamente que aceitunas verdes y negras deben ser tratadas como un único producto para competir en el mercado frente a los guisantes, los pepinillos y el maíz. Sin embargo, prefieren no depender de las marcas de los productores y así, promover sus aceitunas bajo sus propias marcas comerciales. Por eso, los importadores y/o distribuidores a menudo ofrecen dos marcas: propias y del productor, extendiendo y diversificando su presencia en las baldas de los supermercados.

VI. FERIAS DEL SECTOR

PRODEXPO

Fecha: Del 09-02-09 al 13-02-09

Organizado por: ZAO EXPOCENTR

Lugar de celebración: Expocentr.Krasnopresnenskaya naberzhnaya 14. Moscú

Contacto: Sr. Voronin

Tel.: +7 495 255 3735

Fax: +7 495 259 2756

E-Mail: voronin@expocentr.ru

Tel.: +7 495 255 3799

Fax: +7 495 605 7115

Web: www.expocentr.ru

Feria más importante del sector agroalimentario de cuantas se celebran en Rusia. El Instituto Español de Comercio Exterior organiza la participación de empresas españolas bajo un pabellón oficial.

WORLD FOOD MOSCOW

Fecha: Del 23-09-08 al 26-09-08

Organizado por: ITE Group PLC

Lugar de celebración: Expocentr. Krasnopresnenskaya naberezhnaya 14.

Tel.: +7 495 935 7350

Fax: +7 495 935 7351

E-Mail: worldfood@ite-expo.ru

Web: www.world-food.ru

Segunda feria más importante del sector agroalimentario del país.

EL MERCADO DE LA ACEITUNA DE MESA EN LA FEDERACIÓN RUSA

PIR

Fecha: 01-10-08 al 04.10.08

Organizado por PIR; www.pir.ru

Lugar de celebración: Crocus Expo; www.crocus-expo.ru

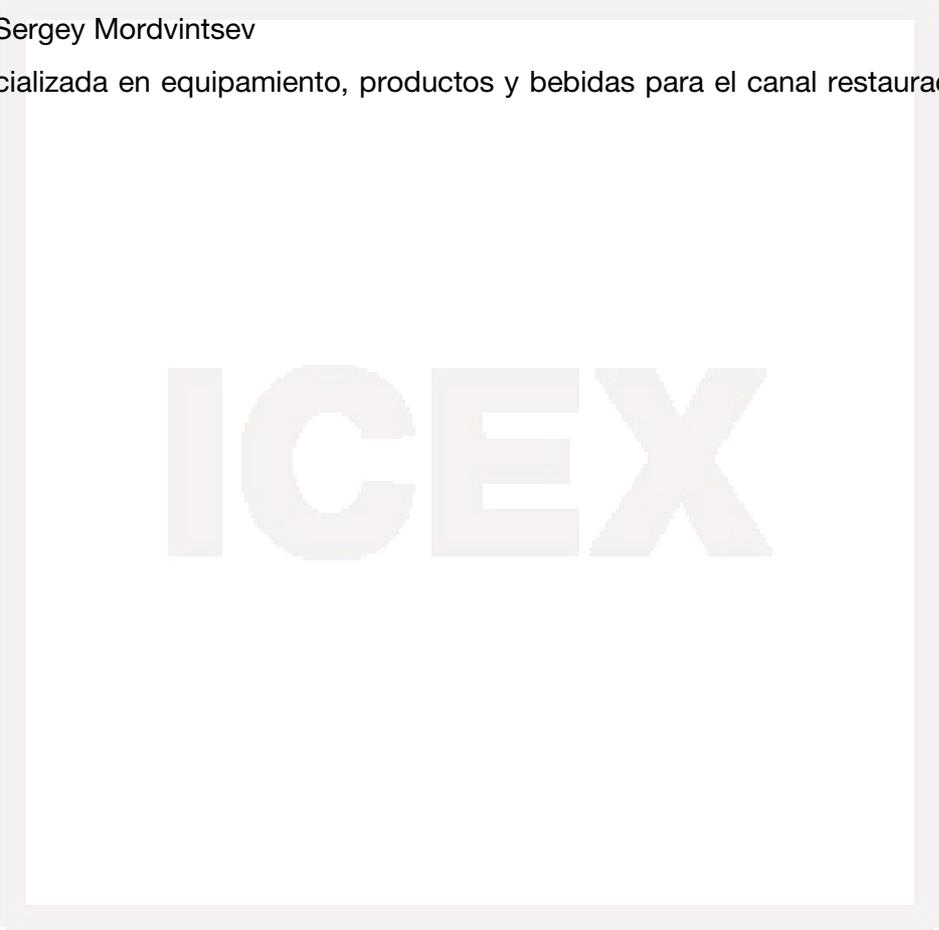
Tel.: +7 495 257 0275, 637 9440, 257 3807

Fax: +7 495 257 0470

E-mail: sergey@pir.ru

Contacto: Sergey Mordvintsev

Feria especializada en equipamiento, productos y bebidas para el canal restauración y hostelería.



ICEX