

---

# Estudio de Mercado de Carne de Cerdo en Rusia

Diciembre 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Moscú

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	6
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	6
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	6
<b>6. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	8
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	12
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	12
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	13
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	14
<b>1. Estadísticas 2011</b> .....	14
<b>2. Estadísticas 2010</b> .....	16
<b>3. Estadísticas 2009</b> .....	19
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	22
<b>1. Potencial del producto.</b> .....	22
<b>1.1. Producción nacional</b> .....	29
<b>2. Formas de consumo del producto.</b> .....	34
<b>2.1. HÁBITOS DE CONSUMO</b> .....	34

<b>2.2.</b> Preferencias de los rusos en cuanto al CONSUMO DE LA CARNE DE CERDO .....	37
<b>3.</b> Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.) .....	40
<b>4.</b> Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen) .....	43
<b>4.1.</b> Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	46
<b>4.2.</b> Principales zonas o centros de consumo del producto. ....	47
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución .....</i>	<i>47</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....</i>	<i>51</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>54</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto .....</i>	<i>54</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>64</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>64</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>66</i>



## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

02.03	Carne de cerdo, fresca, refrigerada y congelada
02.03.11.00.	Canales y semicanales de animales de la especie porcina, frescos y refrigerados
02.03.12.00	Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar, de animales de la especie porcina, frescos o refrigerados
02.03.19.00.	Las demás carnes de la especie porcina, frescas o refrigeradas
02.03.21.00	Canales y semicanales de animales de la especie porcina, congelados
02.03.22	Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar, de animales de la especie porcina, congelados
02.03.29	Las demás carnes de especie porcina, congeladas

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

El estudio describe la situación general en el mercado ruso de carnes de cerdo, tanto producción interna como evolución y perspectivas para desarrollo de importaciones. Producto ha mostrado positiva volucipn en el último año.

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

02.03	Carne de cerdo, fresca, refrigerada y congelada
02.03.11.00.	Canales y semicanales de animales de la especie porcina, frescos y refrigerados
02.03.12.00	Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar, de animales de la especie porcina, frescos o refrigerados
02.03.19.00.	Las demás carnes de la especie porcina, frescas o refrigeradas
02.03.21.00	Canales y semicanales de animales de la especie porcina, congelados
02.03.22	Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar, de animales de la especie porcina, congelados
02.03.29	Las demás carnes de especie porcina, congeladas



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

Glosa arancelaria	Arancel base para la carne importada en el marco de la cuota	Arancel base para la carne importada fuera de la cuota	IVA
<b>020311</b>	0%	65%	10%
<b>020312</b>	0%	65%	10%
<b>020319</b>	0%	65%	10%
<b>020321</b>	0%	65%	10%
<b>020322</b>	0%	65%	10%
<b>020329</b>	0%	65%	10%

Fuente: Tarifa Única de Aduana de la Unión Aduanera 2012

*Comentario: previo al ingreso de Rusia a la OMC el arancel de importación tenía dos componentes: el ad valorem y el específico, siendo el primero 15% y el segundo – no menos de 0,25 euros/kg para la carne de cerdo importada dentro de la cuota versus 75% y no menos de 1,5 euro/kg para la carne importada fuera de la cuota.*

*Hablando de sub-productos para el consumo directo (hígados, estómagos y otros, glosas arancelarias 0206310009 y 0206490009) su arancel base es de 15%, pero no menos de 0,15 euro/kg.*

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):

Estas glosas gozan de preferencias. La Unión Aduanera concede un descuento del 25% sobre el arancel base para estas glosas (ver Decreto del Consejo Intergubernamental Nro.18 del 27.11.2009)

Glosa arancelaria	Arancel preferencial para la carne importada en el marco de la cuota	Arancel base para la carne importada fuera de la cuota	IVA
<b>020311</b>	0%	48,75%	10%
<b>020312</b>	0%	48,75%	10%

<b>020319</b>	0%	48,75%	10%
<b>020321</b>	0%	48,75%	10%
<b>020322</b>	0%	48,75%	10%
<b>020329</b>	0%	48,75%	10%

*Nota: con respecto a despojos o llamados en Rusia sub-producto, para el consumo directo (hígados, corazones, estómagos y otros, glosas arancelarias 0206310009 y 0206490009) su arancel preferencial es de 11,25%, pero no menos de 0,1125 euro/kg.*

Fuente: Tarifa Única de Aduana de la Unión Aduanera 2012

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

En total hay 101 países a los cuales la Unión Aduanera aplica régimen preferencial de imposición en el comercio exterior.

### 4. OTROS IMPUESTOS:

Se paga también el IVA que se calcula de acuerdo a la siguiente fórmula: (valor declarado del producto+ arancel) x 10%.

### 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Entre las barreras para-arancelarias cabe indicar cuotas de importación, las cuales se iban reduciendo desde el año 2007 desde 484,7 mil toneladas hasta 430 mil toneladas. Anteriormente las cuotas se dividían entre la Unión Europea, EE.UU., Paraguay y Otros países (Chile tenía derecho de exportar contra esta última cuota). El trimming de cerdo estaba incluido en la cuota global.

Luego de la incorporación de Rusia a la OMC desapareció el desglose entre los países, reduciéndose la cuota global para la carne de cerdo hasta 400 mil toneladas, e incorporándose una cuota especial para el trimming. Ambas cuotas están asignadas PARA TODOS LOS PAÍSES.

Otra barrera está representada por la habilitación obligatoria de plantas faenadoras extranjeras por parte de Rosselkhozadzor (autoridad superior veterinaria y fitosanitaria de Rusia que ejerce funciones que cumplen SAG y SERNAPESCA en Chile y la cual pertenece al Ministerio de Agricultura del país).

A raíz de esto, sólo 6 plantas chilenas tienen autorización para exportar carne de cerdo y grasas a Rusia:

- 07-03 [Coexca S.A.](#)
- 06-17 [FAENADORA LAS PATAGUAS, COMERCIAL MAXAGRO LTDA](#)
- 06-02 [Faenadora Lo Miranda Ltda.,](#)
- 13-03 [Frigorífico O' Higgins S.A.](#)
- 06-03 [Procesadora de Alimentos del Sur Limitada](#)
- 06-06 [Procesadora de Alimentos del Sur Limitada](#)

Fuente: <http://www.fsvps.ru/fsvps/importExport/chili/enterprises.html?product=2&productType=1>

Para exportar productos terminados de la carne de cerdo están habilitadas las siguientes plantas:

- 13-15 [Elaboradora de Alimentos Doñihue LTDA](#)
- 10-26 [Frigorífico Osorno S.A.](#)
- 10-24 [Frima S.A.](#)
- 13-16 [Tecnología y Alimentos planta Nº1](#)

Fuente: <http://www.fsvps.ru/fsvps/importExport/chili/enterprises.html?product=162&productType=5>

Asimismo la Aduana realiza el control estricto de precios de importación declarados por el importador, para evitar que éste incumpla con los pagos de aranceles establecidos para su glosa correspondiente.

## 6. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРТИЗЫ СВИНИНЫ ОХЛАЖДЕННОЙ										
Наименование продукции	Свинина, Карбонат б/к, Карбонат свиной охлажденный на подложке	Зсапол из свиной окладенной из свиной порционной бесостной, категория А	Свинина окладенная, Корейка бесостная «Карбонат» на подложке	Свинина, тазобедренная часть на подложке	Полуфабрикат «Свинина для шашлыка» охлажденный на подложке	Окорок задний свиной (полуфабрикат мясной, категория В) на подложке	Окорок свиной с костью (полуфабрикат мясной, категория В) на подложке	Шиндель свиной (полуфабрикат охлажденный порционный, категория А) на подложке	Стейк свиной из шейки, охлажденный (полуфабрикат порционный бесостной, категория В) на подложке	Свинина окладенная, окорок б/к на подложке
Производитель	ООО «Приволье», г. Кондопога, д. 7, лит. А	ЗАО «Самослов», г. Королёв, Московская обл. (ООО «ТК «Импорторг»)	ООО «Приволье», г. Кондопога, д. 7, лит. А	ООО «Аванс», СПб, Шереметьевская ул., д. 25, корп. 1, лит. А (ООО «ТК «Импорторг», ЗАО «СК «Борочка»)	ООО «Аванс», СПб, Шереметьевская ул., д. 11, лит. А	ЗАО «Импорторг», г. Москва, Суровская пл., д. 1 (ООО «ТК «Импорторг», ЗАО «СК «Борочка»)	ЗАО «Импорторг», г. Москва, Суровская пл., д. 1 (ООО «ТК «Импорторг», ЗАО «СК «Борочка»)	ООО «Мясобитов», г. Ленинградская обл., Волосковский пр., д. 116, лит. А1	ООО «ИПТ Агро-Белгород», г. Белгород, ул. Ворошилова, д. 26	ООО «ТК», СПб, Пулковское ш., д. 17, корп. 2 (Белорусия)
Страна происхождения	Германия	Россия	Россия	Россия	Германия	Россия	Россия	Россия	Россия	Германия
Место закупки	ООО «Аванс», г. Кондопога, д. 7, лит. А	ООО «Приволье» (г. Кондопога, д. 7, лит. А)	ООО «Приволье» (г. Кондопога, д. 7, лит. А)	ООО «Аванс», СПб, Шереметьевская ул., д. 11, лит. А	ООО «Аванс», СПб, Шереметьевская ул., д. 11, лит. А	ЗАО «Импорторг», г. Ленинградская обл., Пулковское ш., д. 19, лит. А	ЗАО «Импорторг», г. Ленинградская обл., Пулковское ш., д. 19, лит. А	ООО «ТК», Пулковское ш., д. 17, корп. 2	ООО «ИПТ Агро-Белгород», г. Белгород, ул. Ворошилова, д. 26	ООО «ТК», Пулковское ш., д. 17, корп. 2
Дата изготовления	03.07.2012	01.07.2012	03.07.2012	01.07.2012	03.07.2012	03.07.2012	03.07.2012	29.06.2012	26.06.2012	03.07.2012
Температура хранения	+3,5°C	+6°C	+4°C	+4°C	+4°C	+4°C	+4°C	+4°C	+4°C	+4°C
Цена за 1 кг, руб.	318-00	425-70	309-90	259-00	238-99	234-00	196-00	449-75	339-00	239-00
Маркировка	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом	Маркировка читается с трудом
Заявленная масса образца, кг	0,302	0,622	0,210	—	0,674	1,055	0,734	0,4	0,636	0,338
Масса образца после расфасовки, кг	0,300	0,611	0,200	—	0,572	1,013	0,682	0,370	0,622	0,327
Масса мясного сока, кг	0,002	0,011	0,010	—	0,1	0,042	0,05	0,03	0,014	0,011
Удельная влажность, %	0,6	1,7	4,7	—	14,8	3,9	6,8	0,7	2,2	3,2
pH мяса	6,21	6,14	6,18	—	6,32	6,24	6,24	6,92	6,08	6,41
pH мясного сока	6,87	6,77	6,74	—	7,16	7,02	7,06	7,02	6,94	7,01
Изменение поверхности мяшной ткани после расфасовки (в контакте с кислородом воздуха)	—	—	—	—	Через 30 минут мяшная ткань изменила окраску и приобрела темнокрасный цвет. Через 2 часа хранения по толщине среза образовалась пятая светло-коричневая часть, мясо приобрело влажную, мякучую консистенцию.	Через 30 минут мяшная ткань изменила окраску и приобрела темнокрасный цвет. Через 2 часа хранения по толщине среза образовалась пятая светло-коричневая часть, мясо приобрело влажную, мякучую консистенцию.	Через 30 минут мяшная ткань изменила окраску и приобрела темнокрасный цвет. Через 2 часа хранения по толщине среза образовалась пятая светло-коричневая часть, мясо приобрело влажную, мякучую консистенцию.	—	—	—
<b>Характеристики образца после термообработки</b>										
Масса образца до термообработки (варкой), кг	0,047	0,052	0,062	—	0,075	0,069	0,068	0,056	0,065	0,063
Масса образца после термообработки, кг	0,051	0,054	0,064	—	0,082	0,073	0,073	0,059	0,069	0,066
Удельная масса после термообработки, %	+8,5	+3,8	+3,2	—	+9,3	+5,7	+0,7	+0,5	+6,1	+4,7
Удельная масса при хранении (12 часов) после обработки, %	-12,8	-9,8	-9,6	—	-16,3	-11,1	-14,1	-11,3	-12,6	-10,8
pH мяса	7,11	7,14	7,12	—	7,12	7,29	7,24	7,01	7,38	7,21
pH бульона	7,32	7,77	7,78	—	7,56	7,52	7,96	7,26	7,54	7,51
Состояние жира после термообработки	Жирные прослойки приобрели желтый цвет	—	—	—	Жирные прослойки приобрели желтый цвет	Жирные прослойки приобрели желтый цвет	Жирные прослойки приобрели желтый цвет	—	—	Жирные прослойки приобрели желтый цвет
<b>Органолептические показатели</b>										
Внешний вид	Бесостное мясо без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани.	Бесостное мясо без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани.	Бесостное мясо без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани.	Бесостное мясо без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани.	Бесостное мясо без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани и <b>большим количеством жира в упаковке.</b>	Бесостное мясо без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани.	Мясо на кости, без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани.	Бесостное мясо без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани.	Бесостное мясо без хрящей, студено-красное, лимфоузлы, видны при разрезании, с наличием жировой ткани.	Органолептические испытания не проводились, т.е. образец был снят в лаборатории (дата принятия: 04.07.2012 в 7 час утра)
Поверхность	Чрезмерно влажная	Влажная	Чрезмерно влажная	Влажная	Влажная	Чрезмерно влажная	Чрезмерно влажная	Влажная	—	—
Мышцы на разрезе	Сетка влажная, светло-розового цвета	Сетка влажная, светло-розового цвета	Влажная, от беловатого до розового оттенка до светло-красного	Сетка влажная, от светло-розового до красного цвета	Сетка влажная, розового цвета, видны края с серым оттенком	Сетка влажная, розового цвета	Чрезмерно влажная	Сетка влажная, от светло-розового до светло-красного цвета	Сетка влажная, от светло-розового до светло-красного цвета	Сетка влажная, от светло-розового до светло-красного цвета
Консистенция	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	На разрезе мясо плотное, образующийся при надавливании палец не восстанавливается	—
Запах	Без постороннего запаха	Без постороннего запаха	Без постороннего запаха	Без постороннего запаха	С наличием <b>постороннего кислого запаха</b>	С наличием <b>постороннего запаха (дурного запаха)</b>	С наличием <b>постороннего порочного запаха, не соответствующего сыру</b>	Без постороннего запаха	Свойственный доброкачественному сыру	—
Состояние жира	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	Мягкий, белого цвета, без запаха осаливания и прогоркания	—
<b>Физико-химические и микробиологические показатели</b>										
Массовая доля поварен. соли, %	<0,25	<0,25	<0,25	<0,25	<0,25	<0,25	<0,25	<0,25	<0,25	<0,25
Массовая доля жира, %	8,7	7,0	13,8	19,7	10,3	18,6	22,4	2,8	20,2	19,8
Массовая доля белка, %	21,4	24,8	19,9	18,9	25,1	18,6	18,3	24,3	16,9	22,3
Массовая доля влаги, %	69,3	66,8	67,8	60,3	63,2	62,3	58,1	71,4	62,4	57,3
Масс. доля общего фосфора, %	0,41	0,31	0,36	0,29	0,31	0,33	0,31	0,39	0,38	0,38
Тетрациклины и его формы, мкг/кг (сумма, менее 0,01)	менее 0,01	менее 0,01	менее 0,002	менее 0,01	менее 0,01	менее 0,01	менее 0,01	менее 0,01	менее 0,002	<b>0,016</b>
БКП (коп/формы) (не допускаются в 0,1 г)	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены	<b>обнаружены</b>	<b>обнаружены</b>	не обнаружены	<b>обнаружены</b>	<b>обнаружены</b>	<b>обнаружены</b>	<b>обнаружены</b>
Патогенные, в т.ч. сальмонеллы (не допускаются в 25,0 г)	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены	не обнаружены
Потребительские свойства	Удовлетворительно	Удовлетворительно	Удовлетворительно	Неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Неудовлетворительно

Данные экспертизы касаются исключительно конкретных образцов, представленных на экспертизу, а не всей аналогичной продукции указанных предприятий-изготовителей.

Fuente: Obschestvenny Control – San Petersburgo (organismo social de control de calidad de productos)

<http://www.kachestvo.ru/pischa/supermarket/nam-podkladvayut-svinyu.html>



**ETIQUETADO:**

Con el propósito de unificar reglamentos y otros documentos legislativos, relacionados con productos alimenticios que requieren etiquetas, las autoridades del país crearon el GOST R 51074-2003.

Esta normativa permite defender el mercado de consumo de Rusia de los productos de baja calidad, considerando la siguiente información en las etiquetas del producto:

- información sobre el producto (ruso o extranjero) deberá ser en el idioma ruso, entre otros;
- debe ser indicada la denominación del producto;
- la composición del producto;
- valor nutritivo;
- fabricante;
- país de producción (o país de origen);
- marca comercial del fabricante;
- masa neto, volumen o cantidad del producto;
- condiciones de guarda;
- plazo de caducación (expiración) del producto;
- símbolo de la normativa o estándar de la empresa (Condiciones técnicas para fabricantes rusos) u otra normativa que rige la producción;
- información acerca de la certificación obligatoria y voluntaria (símbolo o texto).

La etiqueta del producto alimenticio requiere indicar el contenido o el uso en el proceso de su fabricación de las siguientes sustancias:

- complementos biológicamente activos;
- aromatizantes;
- colorantes;
- saborizantes;
- productos alimenticios de la composición no tradicional;
- productos que integren componentes de proteínas no característicos para su naturaleza;
- transgénicos o sus componentes.

Fuente: [www.gostr.su](http://www.gostr.su)

ETIQUETA DE CARNES Y SUS TRANSFORMADOS

Producto Info. en la etiqueta	Varas, mitades y cuartos de varas	Otras carnes excepto varas	Carnes envasadas	Carnes y subproductos congelados en blocks	Subproductos	Carne semi-procesada y productos de culinaria	Cecinas
Sello veterinario forma ovalada	X						
Otros sellos de expertos en el producto (categoría de nutrición)	X						
Nombre producto		X	X	X	X	X	X
Categoría, grado de calidad (si existe)		X	X	X	X	X	X
Nombre fabricante, su dirección, organismo en Rusia encargado de recibir reclamos (si existe)		X	X	X	X	X	X
Marca comercial (si existe)		X	X	X	X	X	X
Masa neto o cantidad		X	X	X	X	X	X
Composición producto		X	X	X	X	X	X
Aditivos, aromatizantes, otros ingredientes		X	X	X	X	X	X
Valor nutritivo		X	X	X	X	X	X
Fecha producción y fecha envasado		X	X	X	X	X	X
Condiciones de guarda		X	X	X	X	X	X

Plazo de expiración		X	X	X	X	X	X
Nombre documento que rige producción		X	X	X	X	X	X
Info. confirmando correspondencia producto		X	X	X	X	X	X
Estado térmico (carne refrigerada o congelada)			X		X	X	X
Grado de calidad			X	X			
Categoría				X	X		
Recomendaciones acerca de la preparación						X	
Envasado al vacío (de existir el vacío en el envase)							X

Fuente: [www.gostr.su](http://www.gostr.su)

El lomo vetado de cerdo y paletas deshuesadas, a diferencia de los cuartos traseros y delanteros de la carne vacuna deshuesada, se proveen básicamente en cajas de cartón, envueltas en una película plástica o sin ella. Trimming y mejillas se emban en una bolsa plástica, y luego en una caja de cartón, ocupando todo el volumen de ella.

La carne de cerdo sin deshuesar, igual que la deshuesada tiene el destino industrial, después de procesar se dirige al comercio. Canales y semicanales de cerdo, importados de los países europeos, se emban en una película plástica, colocándose en cada canal o semicanal un sello con el nombre país de origen y fabricante. Partes del canal con huesos se emban igual que la carne deshuesada, en una película plástica al vacío, o directamente en una caja de cartón, dependiendo el número de pedazos en una caja del tamaño de los mismos.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Documentos que se exigen para la importación de la carne de todas las especies a Rusia son los siguientes:

- Declaración de importación
- Declaración de valor a efectos aduaneros (presentada por el importador)
- Factura Pro Forma
- Factura comercial
- Packing List
- Documentos de transporte (Bill of Lading, Guía Aèrea, Guía de camión).
- Certificado de origen Forma A (este documento es clave para que el importador tenga acceso a la preferencia arancelaria)
- Certificado veterinario según el modelo acordado entre Rusia y Chile, y firmado por SAG y Rosselkhoznadzor. Este certificado se obtiene en Chile y debe ir visado por un médico veterinario ruso encargado por las autoridades del país (en el caso específico de Chile, el médico ruso radica en la empresa Capitol con sede en Argentina, y tiene poder para certificar los embarques desde este país, Uruguay y Chile).
- Licencia de importación para carne de ave, vacuno, porcino, ovino y caprino, fresca o congelada: documento que autoriza a su titular a importar aquellos tipos de carne sujetos a cuota.
- Permiso veterinario de importación: lo tramita el importador en el Ministerio Ruso de Agricultura y se aplica a todos los productos sujetos a control veterinario.
- Inspección veterinaria en frontera: documento que acredita que se ha pasado la inspección veterinaria en el punto de entrada en territorio ruso.

**SÓLO PLANTAS HABILITADAS POR ROSELKHOZNADZOR PUEDEN EXPORTAR CARNE DE CERDO A RUSIA.**

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Las entidades públicas claves para el ingreso de la carne de cerdo a Rusia son Rosselkhoznadzor – fitosanitarios y veterinarios rusos ([www.fsvps.ru](http://www.fsvps.ru)), análogo de nuestro SAG; y la Aduana ([www.customs.ru](http://www.customs.ru) y [www.tsouz.ru](http://www.tsouz.ru)). Rosselkhoznadzor tiene en su sitio WEB información actualizada de la situación epizootica en los países proveedores de productos a Rusia, publica listados de plantas extranjeras habilitadas para exportar, por países y rubros, da a conocer problemas detectadas en tal o cual producto proveído, documentos que regulan el régimen de internación de productos de origen animal y vegetal a Rusia. Es una fuente clave tanto para los importadores como proveedores extranjeros.

Según informado por la Oficina Agrícola de la Embajada de Chile en la Federación de Rusia, la Autoridad Competente (AC) del país importador que establece los requisitos sanitarios para la importación de estos productos es el Servicio Federal de Control Veterinario y Fitosanitario de la Federación de Rusia, ROSELKHOZNADZOR.

- Para obtener la certificación de exportación, el exportador debe verificar que el establecimiento de origen de los productos a exportar tiene vigente las Resoluciones de Inscripción en: Listado de Establecimientos Elaboradores de Productos Pecuarios de Exportación (LEEPP) y Resolución de Habilitación específica para el país de destino. Para información específica sobre las Resoluciones de Habilitación para este producto, favor revisar la pestaña “Autorización del Establecimiento”.
- Una vez verificado lo anterior, el exportador puede solicitar la certificación a través de una Solicitud de Prestación de Servicios de Inspección de Productos Pecuarios (SPS), presentándola en la oficina SAG correspondiente a la ubicación del establecimiento donde se certificará el producto.
- El Médico Veterinario Oficial (MVO) que certifica, verificará que el/los producto/s cumplen con la normativa nacional y las exigencias del mercado de destino. Algunas normativas del país de destino que usted debe conocer, se encuentran disponibles en <http://www.sag.cl>

### Autorización del Establecimiento

- Es requisito que el establecimiento elaborador/exportador se encuentre inscrito en el Listado de Establecimientos Elaboradores de Productos Pecuarios de Exportación (LEEPP) y en la página Web del servicio veterinario oficial de Rusia (<http://www.fsvps.ru/fsvps/importExport/chili/index.html?language=en>)
- Para autorizar la exportación desde su establecimiento, es necesario que tenga vigente una Resolución de Habilitación específica para el país de destino.

- Si su establecimiento no posee los registros exigidos la certificación no podrá ser otorgada y le recomendamos revisar el sitio Web SAG o dirigirse a la oficina SAG más cercana.

**NO REQUIERE DECLARACION ADICIONAL**

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2011

**Glosa 0203:** Carne De Animales De La Especie Porcina, Fresca, Refrigerada O Congelada.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	133,049,991	429,934,463	20.26
Canadá	112,016,956	353,078,885	17.06
Alemania	110,293,321	339,333,416	16.80
Chile (13)	5,283,672	16,759,357	0.80
Subtotal	360,643,940	1,139,106,121	54.92
<b>Total</b>	<b>656,590,284</b>	<b>2,108,704,019</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020329:** Las Demás

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	100,790,729	351,324,282	19.52
Alemania	89,635,949	280,030,519	17.36
Canadá	78,251,332	255,326,136	15.16
Chile (12)	4,693,223	15,312,924	0.91
Subtotal	273,371,233	901,993,861	52.95
<b>Total</b>	<b>516,302,481</b>	<b>1,714,725,981</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020322:** Piernas, Paletas, Y Sus Trozos, Sin Deshuesar.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Canadá	33,765,381	84,004,586	46.48
Estados Unidos	14,340,222	35,810,151	19.74
Dinamarca	8,591,514	22,918,854	11.83
Chile (14)	37,800	96,769	0.05
Subtotal	56,734,917	142,830,360	78.10
<b>Total</b>	<b>72,639,245</b>	<b>183,824,597</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020321:** En canales o medias canales.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	25,586,213	62,466,869	64.04
Alemania	6,862,775	16,534,264	17.18
Polonia	2,087,910	4,601,816	5.23
Chile (7)	552,649	1,349,664	1.38
Subtotal	35,089,547	84,952,613	87.83
<b>Total</b>	<b>39,953,722</b>	<b>97,819,800</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020319:** Las demás.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	13,264,436	55,076,683	50.96
Dinamarca	4,390,641	18,089,468	16.87
Bélgica	3,925,706	16,348,913	15.08
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	21,580,783	89,515,064	82.91
<b>Total</b>	<b>26,027,946</b>	<b>107,272,172</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020311:** En canales o medias canales.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Países Bajos	449,109	1,247,312	27.04
Ucrania	435,373	1,546,862	26.22
Alemania	395,522	1,086,769	23.82
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	1,280,004	3,880,943	77.08
<b>Total</b>	<b>1,660,679</b>	<b>4,945,906</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020312:** Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	6,212	15,563	100
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	6,212	15,563	100
<b>Total</b>	<b>6,212</b>	<b>15,563</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

**Glosa 0203:** Carne De Animales De La Especie Porcina, Fresca, Refrigerada O Congelada.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	223,926,441	712,721,932	34.95
Alemania	112,028,885	316,233,791	17.49
Dinamarca	72,646,229	222,912,516	11.34
Chile (15)	1,599,594	4,536,539	0.25
Subtotal	410,201,149	1,256,404,778	64.03
<b>Total</b>	<b>640,625,838</b>	<b>1,923,033,545</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.



**Glosa 020329:** Las Demás

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	179,882,311	606,390,473	36.36
Alemania	83,128,788	228,451,406	16.80
Dinamarca	58,343,742	181,416,391	11.79
Chile (12)	1,599,594	4,536,539	0.32
Subtotal	322,954,435	1,020,794,809	65.27
<b>Total</b>	<b>494,793,409</b>	<b>1,541,445,722</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020322:** Piernas, Paletas, Y Sus Trozos, Sin Deshuesar.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Canadá	21,326,649	50,374,954	32.85
Estados Unidos	19,617,296	46,926,552	30.22
Dinamarca	11,461,929	31,045,113	17.65
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	52,405,874	128,346,619	80.72
<b>Total</b>	<b>64,923,397</b>	<b>160,695,677</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020321:** En canales o medias canales.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	40,980,464	99,073,091	72.58
Alemania	10,525,581	23,447,647	18.64
Polonia	2,979,844	5,572,785	5.28
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	54,485,889	128,093,523	96.50
<b>Total</b>	<b>56,459,231</b>	<b>132,669,986</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020319:** Las demás.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	12,996,901	50,806,178	64.41
Dinamarca	2,769,593	10,285,187	13.73
Finlandia	1,776,640	6,726,052	8.80
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	17,543,134	67,817,417	86.94
<b>Total</b>	<b>20,178,385</b>	<b>77,943,227</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020311:** En canales o medias canales.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	2.064.649	4,492,628	48.34
Finlandia	1,050,026	2,887,026	24.58
Estonia	702,807	1,878,315	16.45
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	3,817,482	9,257,969	89.37
<b>Total</b>	<b>4,271,353</b>	<b>10,278,804</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020312:** Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	63	129	100
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	63	129	100
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

**Glosa 0203:** Carne De Animales De La Especie Porcina, Fresca, Refrigerada O Congelada.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	249,688,008	769,404,196	39.28
Estados Unidos	107,670,661	298,996,009	16.94
Alemania	83,742,677	232,696,175	13.17
Chile (10)	2,027,183	5,877,759	0.32
Subtotal	443,128,529	1,306,974,139	69.71
<b>Total</b>	<b>635,669,954</b>	<b>1,860,678,848</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020329:** Las Demás

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	197,666,561	644,735,391	41.03
Estados Unidos	69,953,561	210,423,608	14.52
Alemania	59,802,556	164,974,317	12.41
Chile (12)	1,140,437	3,747,425	0.24
Subtotal	328,563,488	1,023,880,741	68.20
<b>Total</b>	<b>481,800,770</b>	<b>1,471,202,634</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020322:** Piernas, Paletas, Y Sus Trozos, Sin Deshuesar.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	37,529,738	88,078,245	55.85
Canadá	13,977,794	32,547,259	20.80
Dinamarca	5,370,100	14,473,129	7.99
Chile (9)	215,828	507,195	0.32
Subtotal	57,093,460	135,604,828	84.96
<b>Total</b>	<b>67,196,054</b>	<b>160,462,111</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020321:** En canales o medias canales.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Brasil	50,015,371	119,877,315	72.78
Alemania	13,713,403	31,452,640	19.95
Finlandia	1,344,750	3,055,951	1.96
Chile (6)	670,918	1,623,139	0.98
Subtotal	65,744,442	156,009,045	95.67
<b>Total</b>	<b>68,721,811</b>	<b>162,925,107</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020319:** Las demás.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	6,606,047	26,439,500	46.98
Finlandia	4,027,039	15,672,350	28.64
Bélgica	2,043,209	8,073,421	14.53
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	12,676,295	50,185,271	90.15
<b>Total</b>	<b>14,060,280</b>	<b>55,824,255</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020311:** En canales o medias canales.

Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Finlandia	3,195,845	8,530,957	85.95
Alemania	426,318	1,041,982	11.47
Francia	96,132	238,557	2.58
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	3,718,295	9,811,496	100
<b>Total</b>	<b>3,718,295</b>	<b>9,811,496</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

**Glosa 020312:** Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar.

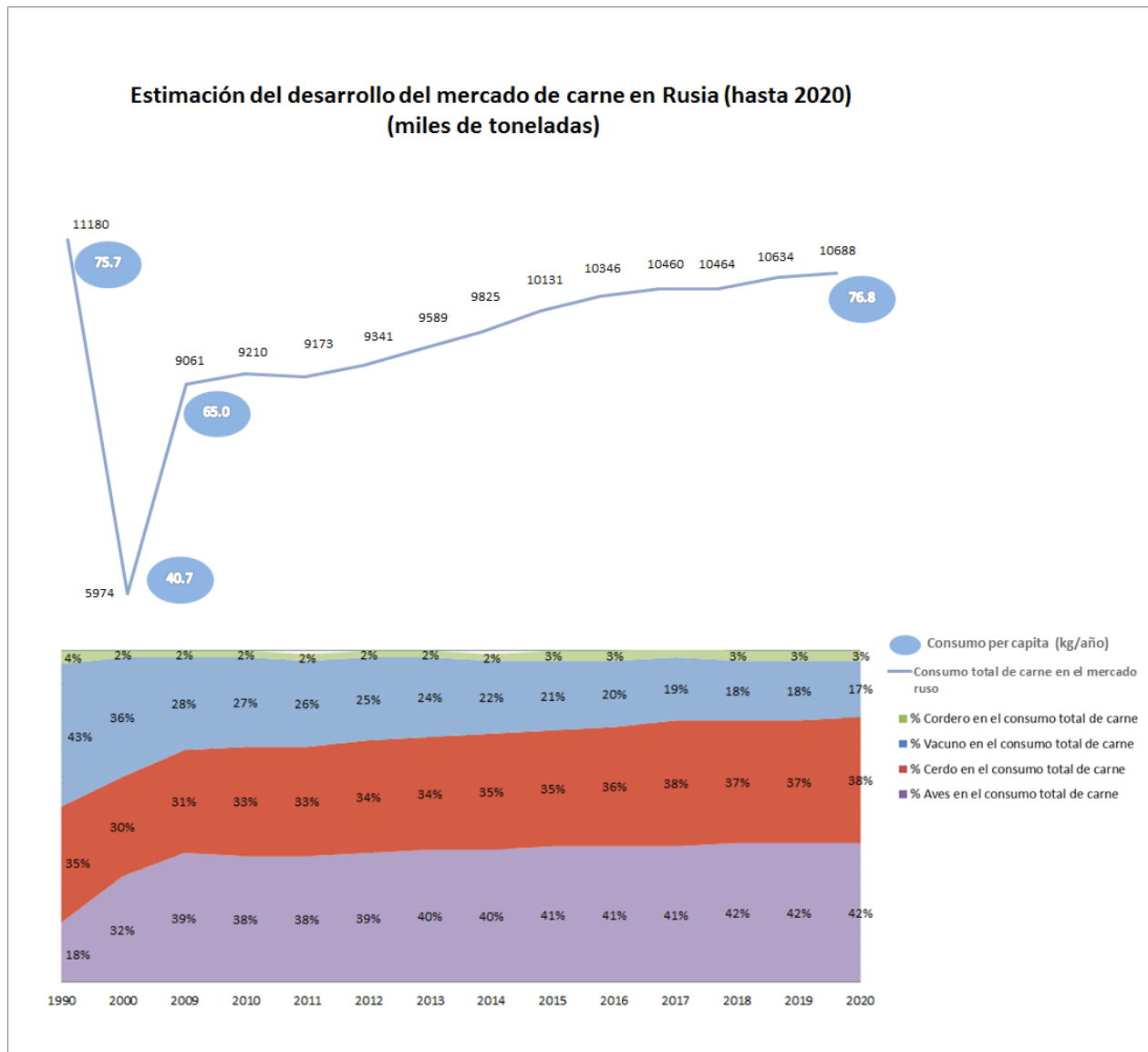
Principales Países de Origen	Cantidad (kg)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	172,744	453,245	100
Chile (n/a)	0	0	0
Subtotal	172,744	453,245	100
<b>Total</b>	<b>172,744</b>	<b>9,811,496</b>	<b>100</b>

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

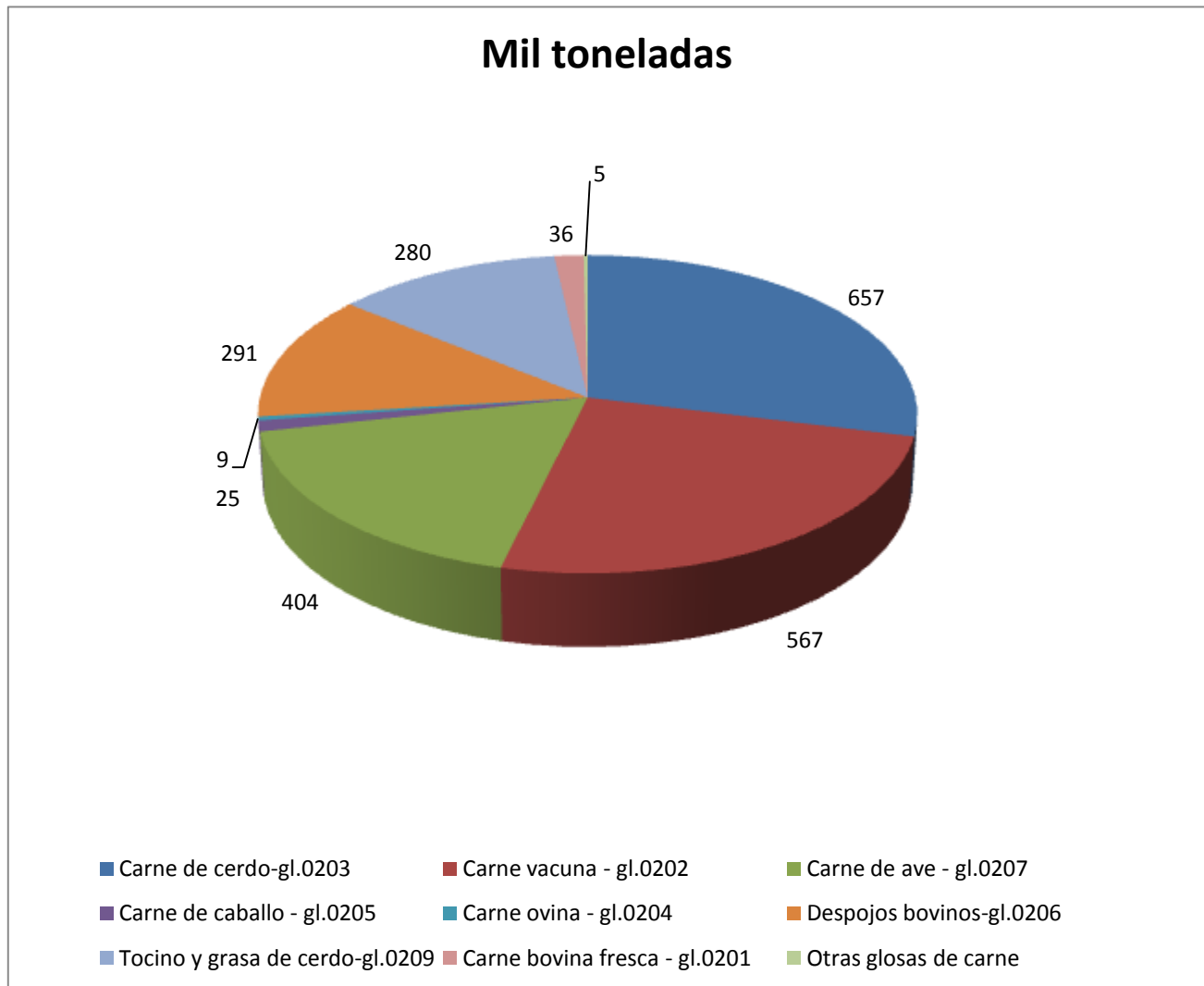
### Consumo de carne en Rusia (según la Unión Nacional de Productores de Cerdos)



El consumo per càpita de carne en Rusia experimentò una fuerte disminuciòn desde 75,7 kg en 1990 hasta 40,7 en 2000, alcanzando en 2009 65,0 kg, con expectativas de recuperar posiciones para el año 2020 al llegar a 76,8 kg. A pesar de ciertas diferencias entre las cifras de consumo de carne por especie que dan distintas fuentes de informaciòn, todas coinciden en la opiniòn sobre su dinàmica: el consumo de la carne bovina seguirà disminuyendo, llegando a 17% en 2020, mientras que el consumo de la carne porcina crecerà hasta 38%; la demanda de la carne de ave se estabilizarà en 42%, igual que la de la carne ovina (3%).

El consumo de carne de cerdo en Rusia en 2011 fue 3042 mil toneladas (carcass weight), el de carne de ave 3510 mil toneladas; mientras que el pronòstico para 2020 es 4031 y 4500 mil toneladas respectivamente. El consumo de carne de res, siendo ya inferior al de las dos especies antes mencionadas, continuarà disminuyèndo. De esta manera, se espera el aumento de consumo de carne de cerdo en 1 millòn de toneladas de aquì hasta 2020, mientras que las importaciones experimentarán un descenso en 0,4 millones de toneladas, alcanzando exportaciones rusas 0,1 – 0,2 millones de toneladas.

ESTRUCTURA DE IMPORTACIONES RUSAS DE CARNE EN 2011



Fuente: Global Trade Atlas

En la estructura de importaciones rusas de carne prevalecen carne de cerdo, carne bovina, carne de ave, despojos de bovinos y tocinos y grasas de animales de especie porcina. Las tres primeras representan 29%, 25% y 18% respectivamente, mostrando la carne de cerdo una tendencia clara de ascender, mientras que las importaciones de carne de ave cayeron 2 veces entre 2009 y 2011. Otras especies – carne de caballo y asno y carne ovina/caprina representan sólo 1,12 y 0,41% del total de importaciones.



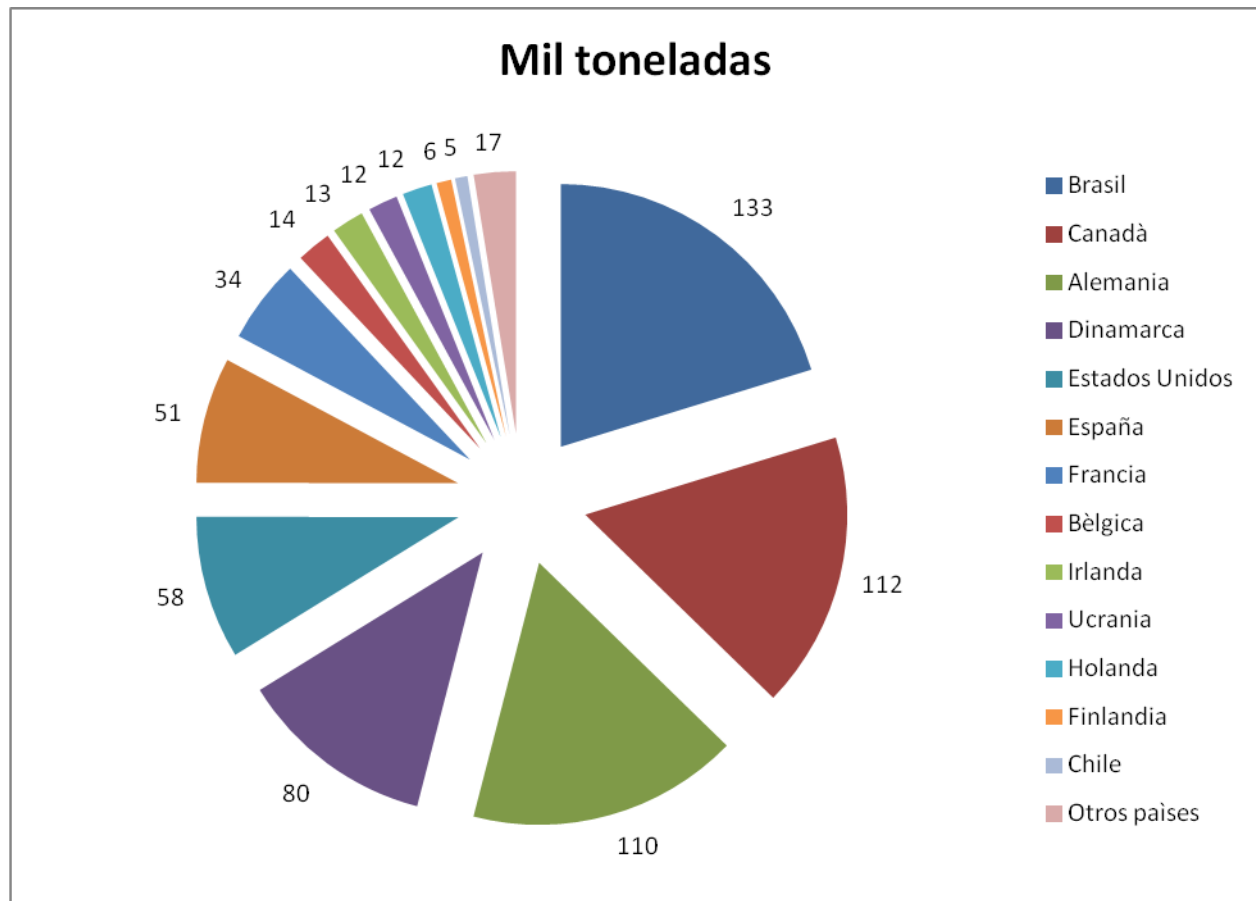
**GLOSA 0203, CANTIDADES IMPORTADAS DE CADA CORTE DE CARNE DE CERDO.**

Glosa	Descripción	Cantidad (kg)			% de participación		
		2009	2010	2011	2009	2010	2011
0203	Carne De Animales De La Especie Porcina, Fresca, R	635,669,954	640,625,838	656,590,284	100	100	100
020329	Las Demás	481,800,770	494,793,409	516,302,481	75.79	77.24	78.63
020322	Piernas, Paletas, Y Sus Trozos, Sin Deshuesar	67,196,054	64,923,397	72,639,245	10.57	10.13	11.06
020321	En Canales O Medias Canales	68,721,811	56,459,231	39,953,722	10.81	8.81	6.09
020319	Las Demás	14,060,280	20,178,385	26,027,946	2.21	3.15	3.96
020311	En Canales O Medias Canales	3,718,295	4,271,353	1,660,679	0.58	0.67	0.25
020312	Piernas, Paletas, Y Sus Trozos, Sin Deshuesar	172,744	63	6,212	0.03	0	0

Fuente: Estadísticas de Importación de Rusia Global Trade Atlas.

Entre las sub-glosas de la glosa 0203 "Carne de animales de especie porcina", en las importaciones prevalece 020329 "Las demás carnes" (más de 78% del total importado), con una clara tendencia de aumento; la siguen 020322 "Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar" (11%) y la 020321 "En canales o medias canales" (6%).

**PRINCIPALES PROVEEDORES DE CARNE DE CERDO A RUSIA EN 2011**



Fuente: Global Trade Atlas

Entre los proveedores de carne de cerdo a Rusia lideran Brasil, Canadá, Alemania y Dinamarca; cada uno de estos países tiene participación en el mercado superior a 10%. Sin embargo, el porcentaje de la participación experimentó cambios sustanciales en el transcurso de los últimos 3 años: entre 2009 y 2011 las exportaciones de carne de cerdo brasilera a Rusia bajaron casi dos veces, lo mismo pasó con la carne norteamericana. Los embarques desde Canadá crecieron 2,6 veces, desde Alemania en 32%, desde Dinamarca en 23%, desde España se duplicaron, de Francia en 29%, desde Irlanda en 80 veces (por supuesto, en 2009 este país exportó tan sólo 23 toneladas, pero en 2011 los embarques superaron 13 mil toneladas). Chile subió desde 2 mil toneladas a 5,3 mil toneladas, siendo el incremento de 160,7% o 2,6 veces en términos físicos, lo cual permitió ocupar el 13 lugar entre 29 proveedores. Cabe señalar que Argentina y Uruguay no exportaron esta especie de carne en 2011. La participación en el mercado ruso de carne de cerdo aún es muy modesta (0,8%), pero la tendencia es positiva. Esto fue comentado también por importadores rusos contactados, los cuales destacan calidad de la carne de cerdo chilena.

El anàlisis de cifras del primer semestre de 2012 muestra que respecto al mismo periodo de 2011, Chile subió al 9no lugar al exportar casi 7 mil toneladas (más que en todo el año 2011), aumentando su participación en las importaciones globales rusas de carne de cerdo desde 0,04% en el primer semestre de 2011 a 2,15% en el mismo periodo de 2012 (+404% de aumento). Canadá, Estados Unidos, España y Ucrania mostraron dinámica positiva de los embarques, mientras que otros países, en particular Brasil y Francia, marcaron un descenso sustancial.

Hablando de la estructura de nuestros embarques de carne de cerdo a Rusia, el grueso son dos sub-glosas, 020329 “Las demás carnes de cerdo” y 020321 “Carne de cerdo en canales y medias canales”. Del total de 516 mil toneladas importadas por Rusia en 2011, a Chile le corresponde menos de 1%, 4,7 mil toneladas y el 12 lugar en el rating de 26 proveedores, pero la tasa de crecimiento respecto 2010 fue una de las más altas (193,4%). Sólo Ucrania dio un salto cuantitativo más impresionante, llegando desde 409 toneladas en 2010 hasta 10,3 mil toneladas en 2011. Altas tasas de crecimiento marcaron Holanda, España y Canadá, mientras que Brasil marcó un decremento de 44%.

Entre 16 exportadores de la sub-glosa 020321, Chile también ocupa una posición en el medio del rating, ocupando el 7 lugar, al exportar en 2011 553 toneladas. Líderes de embarques de este producto son Brasil, Alemania, Polonia y Holanda, sin embargo, la tasa de variación de sus importaciones globales en Rusia fue – 29%, cayendo todos los proveedores en las cifras de embarques en más de 30%.

En la sub-glosa 020322 “Piernas, paletas y trozos sin deshuesar” que representa 73 mil toneladas de importaciones totales a Rusia, a Chile le corresponde sólo 38 toneladas; en 2010 no hubo embarques, pero en 2009 Chile embarcó 216 toneladas de este producto.

Cabe recalcar la importancia que obtiene el mercado ruso para Chile, siendo uno de los mercados más lejanos y poco conocidos para este grupo de productos. En pocos años Rusia subió desde 0 hasta el 4to lugar entre 24 destinos de nuestra carne de cerdo, o casi US\$ 17 millones, dejando atrás Colombia, Canadá, Perú, China y Reino Unido. La tasa de crecimiento fue 255%, lo cual aseguró a Rusia más de 4% de nuestros embarques en términos de valor.

**ESTRUCTURA DE IMPORTACIONES DE CARNE DE CERDO A RUSIA**

<b>Año</b>	<b>Cuota (Mil toneladas)</b>	<b>Importaciones dentro de la cuota (Mil toneladas)</b>	<b>Importaciones fuera de la cuota (Mil toneladas)</b>
<b>2008</b>	494	502	320
<b>2009</b>	532	485	182
<b>2010</b>	500	458	186
<b>2011</b>	430	463	192
<b>2012</b>	430	395	199
<b>2013</b>	430	400	87
<b>2014</b>	430	404	24
<b>2015</b>	430	395	44
<b>2016</b>	430	396	89
<b>2017</b>	430	395	101
<b>2018</b>	430	377	0
<b>2019</b>	430	336	0
<b>2020</b>	430	287	0

Fuente: Unión nacional de productores de cerdos

**PRONOSTICO DE DESARROLLO DEL MERCADO RUSO DE CARNE DE CERDO EN 2012 – 2020  
(CONDICIONES VIGENTES ANTES DE LA INCORPORACIÓN DE RUSIA A LA OMC)**

<b>Año</b>	<b>Producción nacional (Mil toneladas)</b>	<b>Importaciones (sin despojos y grasas, incluye importaciones desde Belarús) (Mil toneladas)</b>	<b>Exportaciones (Mil toneladas)</b>	<b>Consumo global (Mil toneladas)</b>
<b>2008</b>	2042	822	0	2864
<b>2009</b>	2170	667	0	2837
<b>2010</b>	2331	682,5	0	3013,5
<b>2011</b>	2428	706	0	3134
<b>2012</b>	2615	593	0	3208
<b>2013</b>	2818	486	0	3304
<b>2014</b>	3005	429	0	3404
<b>2015</b>	3185	439	50	3574
<b>2016</b>	3328	484	60	3752
<b>2017</b>	3476	496	70	3902
<b>2018</b>	3625	377	100	3902
<b>2019</b>	3775	336	170	3941
<b>2020</b>	3923	287	200	4010

Fuente: Unión nacional de productores de cerdos

Ver comentarios del gremio acerca del posible escenario de desarrollo de este mercado en el capítulo “Opinión importadores”.

## 1.1. PRODUCCIÓN NACIONAL

De acuerdo al estudio preparado por la empresa rusa Agriconsult, el sector pecuario es uno de fundamentales en la producción nacional agraria de Rusia. Entre 1992 y 2001 los indicadores cuantitativos del ganado y de la producción de carne iban disminuyendo: en el ganado vacuno el número de cabezas bajó desde 52,2 hasta 27,4 millones, en el sector porcino – desde 31,5 hasta 16,2 millones, en el de aves – desde 56,8 hasta 34,7 millones y en el de corderos y cabras – desde 51,4 hasta 15,6 millones de cabezas. Sólo a partir de 2002 la dinámica cambió para mostrar un crecimiento positivo, llegando en 2011 el ganado vacuno a 20,07 millones de cabezas, el porcino a 17,3 millones, el avícola a 47,1 millones y el de corderos y cabras a 22,4 millones de cabezas.

### Producción del ganado y aves en canales

Entre 2005 y 2011 la producción total de ganado y aves en canales ascendió de 4920 a 7410 mil toneladas, en 50,6%: de aves – en 128,6%, de cerdos - en 53,9%, de cabras y corderos – en 22%, mientras que la producción del ganado vacuno marcó un descenso de 10,6%.

#### DINAMICA DE PRODUCCION DEL GANADO Y AVES EN PESO DE CANALES (MIL TONELADAS)

Categoría	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ganado vacuno	1809	1722	1699	1769	1741	1727	1635
Ganado porcino	1569	1699	1930	2042	2170	2331	2414
Corderos y cabras	154	156	168	174	183	185	188
Aves	1388	1632	1925	2217	2555	2847	3174
Total ganado y aves	4920	5209	5722	6202	6648	7090	7410

Fuente: Servicio Federal de Estadísticas de Rusia y Russian Food and Drinks Magazine Nro.4, 2012

**Producción rusa de carne de cerdo ( sobre la base de los materiales de EPP Congress 2012 e informe de Yuri Kovalev, Director General de la Unión Nacional de Productores de Cerdos).**

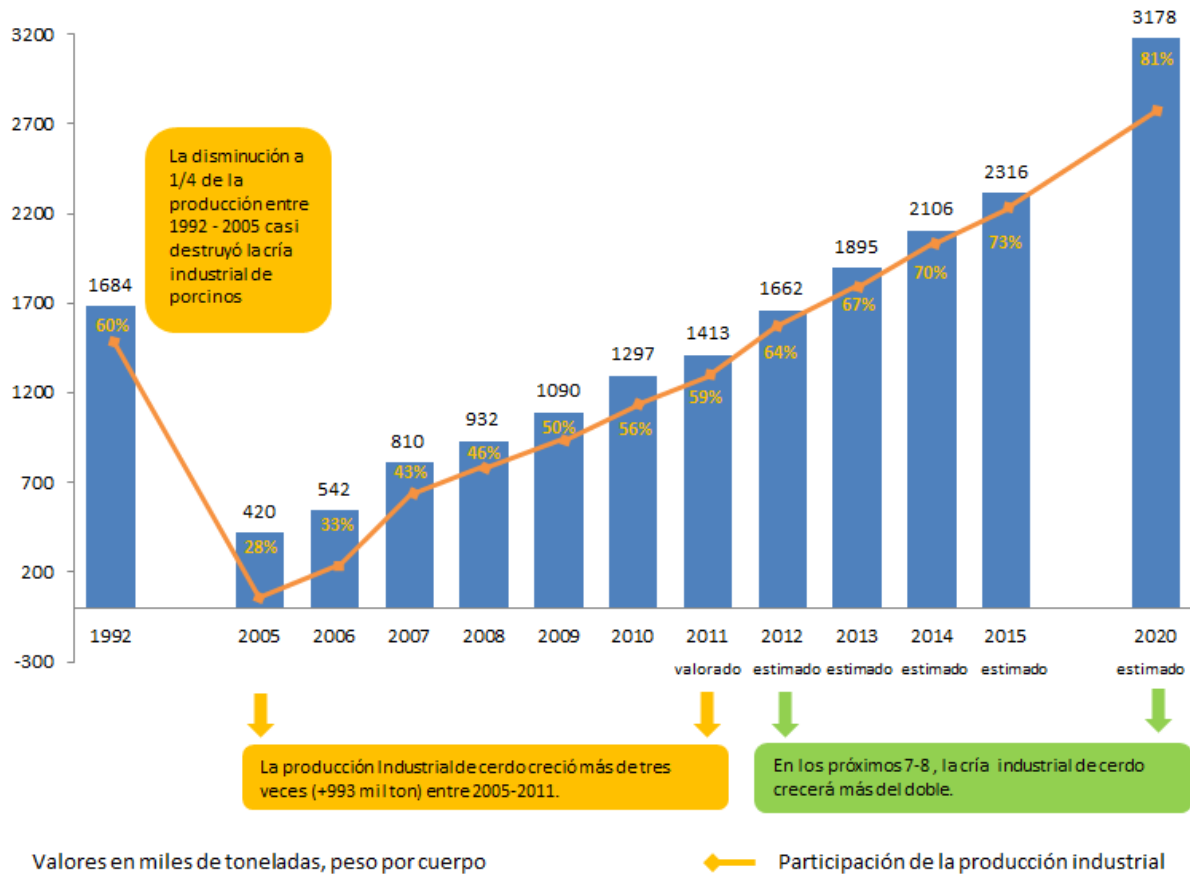
Entre 1992 y 2005 la producción global rusa de la carne de cerdo marcó un decremento de casi dos veces, desde 2784 mil toneladas hasta 1520 mil toneladas (en peso de canal): la producción industrial bajó 4 veces, desde 1684 mil toneladas hasta 420 mil toneladas, mientras que la producción en granjas privadas se mantuvo en el mismo nivel en 1100 mil toneladas, aumentando su participación en la producción global desde 40% hasta 72%. Entre 2006 y 2011 en el sector pecuario fueron invertidos más de 8 mil millones de dólares estadounidenses contra el Proyecto Nacional para el Desarrollo de Agricultura y el Programa Público de Desarrollo, lo cual permitió modernizar más de 750 instalaciones de criaderos porcinos.

El resultado fue el crecimiento paulatino de la producción de carne de esta especie hasta 2406 mil toneladas en 2011 (en 58% o en 886 mil toneladas), con el pronóstico positivo de aumento hasta 2615 mil toneladas en 2012 y hasta 3923 mil toneladas en 2020 (en peso de canal – carcass weight). La producción industrial de carne de cerdo creció entre 2005 y 2011 en más de 3 veces, mientras que la producción en granjas privadas marcó una caída drástica, representando en 2011 tan sólo un 41% de la producción global, siguiendo el pronóstico negativo hasta 2020 (la participación será de 19%).

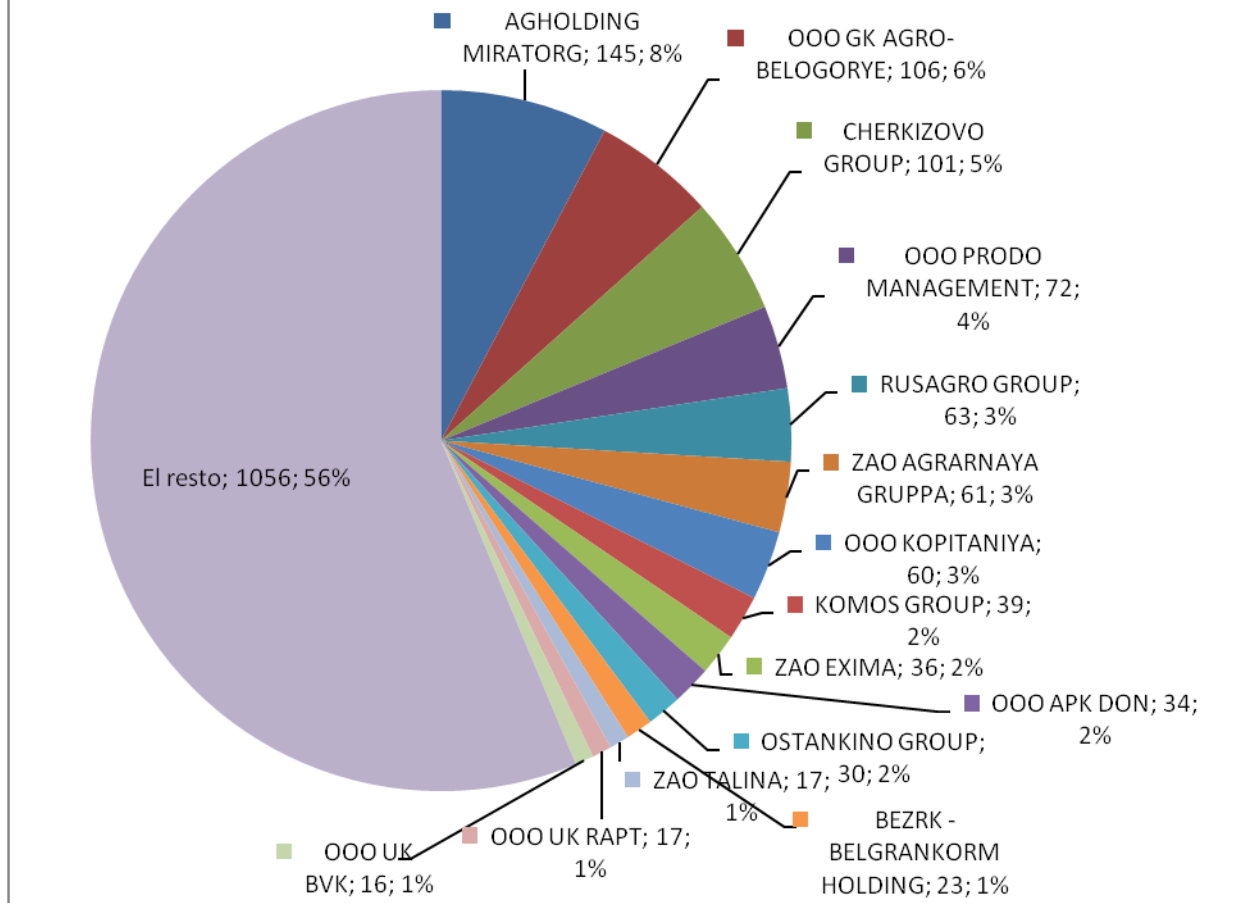
Se hizo hincapié en el aumento de la eficiencia de criaderos y la elevación de su competitividad, lo cual se reflejó en los indicadores de desarrollo: la proporción entre las empresas de alta eficiencia, eficientes y poco eficientes representa ahora 48%, 42% y 10%, siendo el costo de producción en peso vivo en cada uno de estos grupos de empresas 50, 55 y 59 rublos por 1 kg (IVA excluido).

Líderes de producción de cerdos en Rusia son regiones europeas del país: Belgorod, Voronezh, Tambov y Kursk.

## Producción Industrial de cerdo bajo las actuales condiciones de apoyo gubernamental y la protección del mercado



## Clasificación de Grandes Empresas Productoras Industriales de Cerdo en 2011



Indicadores del rating de producción de carne de cerdo – en mil toneladas de peso vivo y % del total.

Las 15 mayores empresas sólo alcanzan el 44% del mercado en 2011 lo cual indica su alta fragmentación. La consolidación del mercado se llevará a cabo en 2015 y la participación de las 15 mayores empresas crecerá hasta el 65%. Como sigue del diagrama, Miratorg es un líder del mercado de la carne porcina (ver entrevista con el presidente de la empresa Víctor Linnik en el p.3 del estudio).

El número de cerdos faenados aumentará desde 25 millones de cabezas en 2010 hasta 26,6 millones en 2015, creciendo la cifra de faenados en mataderos modernos desde 12% en 2010 hasta 63-65% en 2015.



Segùn Agriconsult, entre 2005 y 2011 las importaciones de carne fresca y congelada cayeron en 33,9%, desde 2585 hasta 1698 mil toneladas, siendo el decremento por especies la siguiente: aves – más de 3 veces, desde 1318 hasta 419 mil toneladas, carne vacuna - en 18,2%, desde 674 hasta 570 mil toneladas, mientras que las de cerdo crecieron en 19,7% desde 585 hasta 700 mil toneladas. Las importaciones de la carne de especies ovina y caprina siguen siendo pequeñas, alrededor de 10 mil toneladas.

Principales proveedores de carne de res a Rusia son Brasil, Uruguay, Australia, Paraguay, EE.UU., los de carne de ave y despojos son EE.UU., Brasil y UE.

Líderes en las exportaciones de carne de cerdo a Rusia son Brasil, Alemania, Canadá, Dinamarca y EE.UU.

Una gran parte de la carne importada está destinada para el procesamiento, siendo muy demandada debido a los precios inferiores que los de productores nacionales, y la calidad estable. Sin embargo, a diferencia de la carne local, 95% de la carne importada no es fresca, sino congelada.

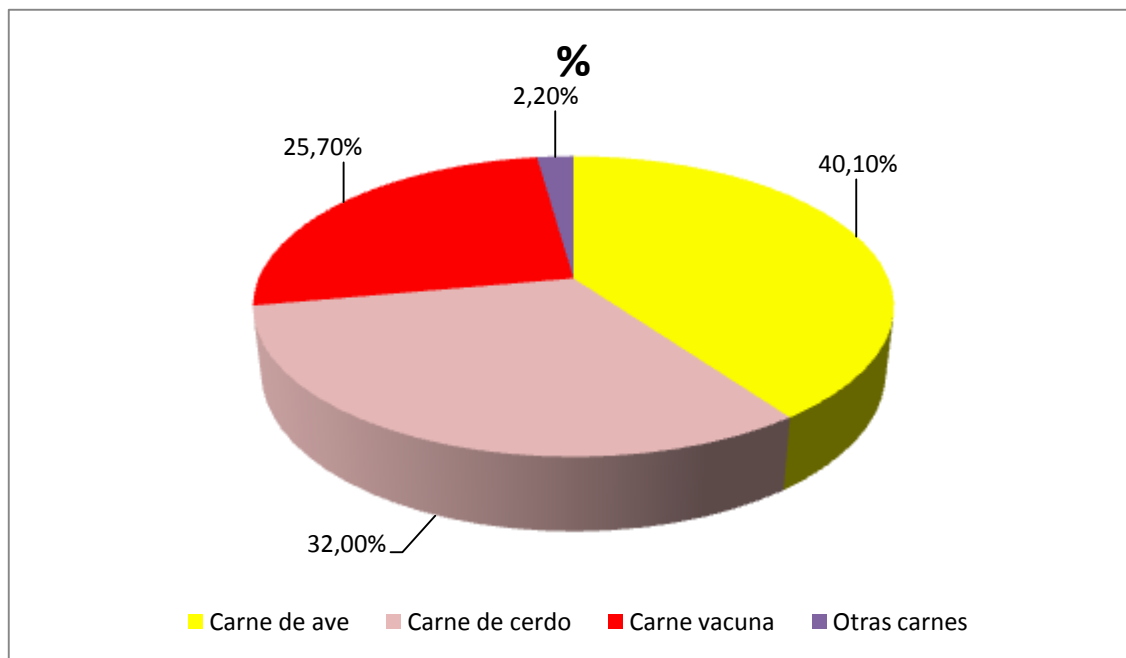
Las exportaciones de carne rusa comenzaron a crecer desde 2009, llegando en 2011 a 20 mil toneladas en la carne de ave y aumentando en más de 20 veces respecto a 2005. Rusia exporta pollos completos, partes de pollos y despojos. Principales importadores de esta especie son Abjasia, Vietnam y Hong Kong, los cuales absorben más de 97% del total de la oferta rusa. Los volúmenes de las exportaciones de carnes bovina y porcina son mínimas.

**2. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

**2.1. HÁBITOS DE CONSUMO**

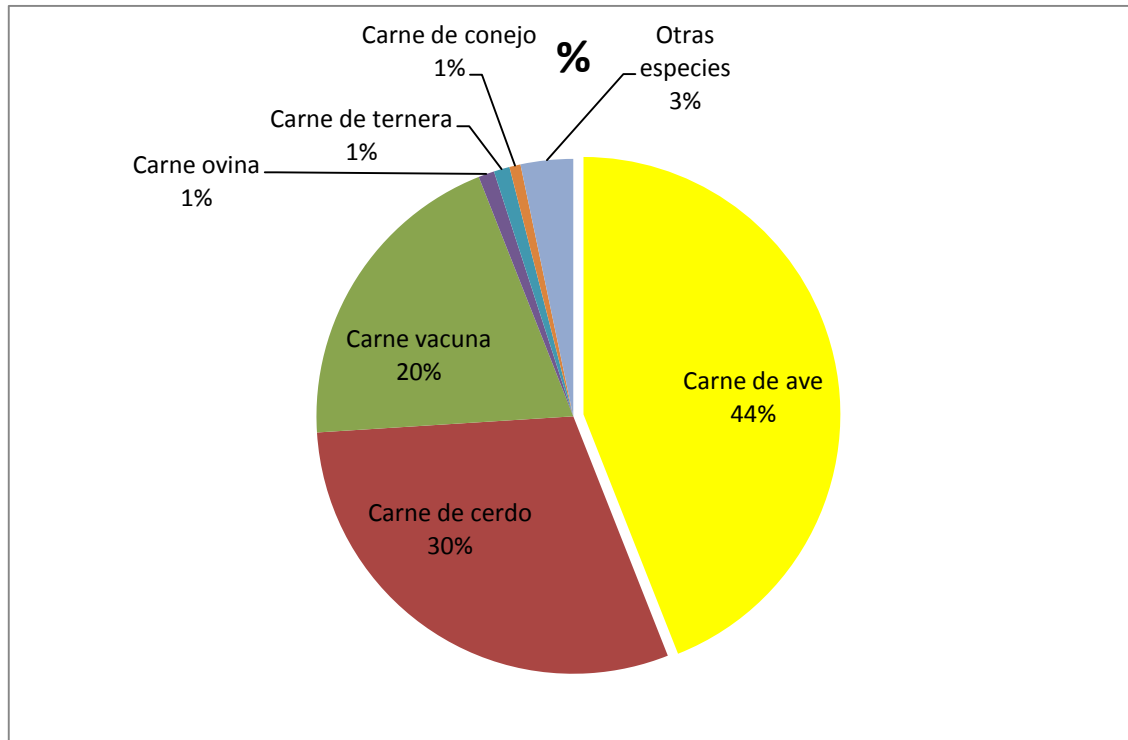
A pesar de ciertas discrepancias en cuanto a las cifras mencionadas por distintos estudios acerca de este tema, las preferencias de los rusos en cuanto a la carne son muy claras: carne de pollo, carne de cerdo, carne vacuna, otras especies – este es el rating actual.

**Consumo de la carne y productos cárnicos en Rusia, en términos de la carne cruda, en 2011**



Fuente: Agriconsult

**Estructura de consumo de carne en Rusia: preferencias del consumidor**



Fuente: Empresa outsourcing “Professionalnie Kompleksnie Reshenia”

Según estudio presentado por esta empresa, en el consumo de carnes de Rusia lidera la carne de ave – 44%. La siguen la carne de cerdo con 30% y la carne vacuna con 20%. Otras carnes – la de cordero, ternera y conejo representan 1%, 1% y 0,7% respectivamente; a otras especies de carnes les corresponde 3,3%.

La crisis financiera tuvo un serio impacto en las preferencias de consumidores: según pronósticos, el consumo de las carnes de ave y de cerdo seguirá creciendo, mientras que el de la carne vacuna continuará marcando un descenso. A modo de comparación: en 2002 el consumo de la carne de ave fue 32%, de cerdo 31% y de vacuno 34%.

Eligiendo la carne en supermercados y mercados el consumidor presta mayor atención a los siguientes factores:

- frescura – 32,9%
- suavidad – 16,1%
- jugosidad – 8,7%.

La mayoría de consumidores prefiere comprar carne de productores nacionales, sin dar mucha preferencia a tal o cual fabricante.

En el futuro próximo los consumidores velarán por la seguridad y calidad, textura y la composición (ausencia de proteínas de origen vegetal e ingredientes ajenos) de la carne y sus derivados, al país de origen, condiciones de transporte y guarda del producto, por lo cual seguirá aumentando la demanda de carnes frescas y refrigeradas de origen nacional.

La mayor parte de consumidores prefiere comprar carne a granel (60%), sólo 40% compran carne envasada. En ciudades grandes donde hay cadenas de supermercados e hipermercados tipo Auchan, la situación cada día más está a favor de este formato moderno de retail. Los que prefieren carne a granel apelan a que sin el embalaje es más fácil evaluar el aspecto exterior y la calidad del producto. En todo caso, el cliente ruso comienza a reconocer que el desarrollo acelerado de nuevas tecnologías de envases y empaques permite aumentar el período de la conservación y comercialización del producto, manteniéndose la calidad y la presentación de la carne.

En cuanto a las preferencias respecto al tipo de embalaje, el producto más demandado se provee en bandejas y bolsas plásticas. Una pequeña parte de consumidores compra la carne de cerdo en baldes plásticos (generalmente es un envase típico para shashlik). Otros compran carne en la película celofán y al vacío.

Cabe señalar que el segmento de la carne fresca y refrigerada tiene tasas de crecimiento mucho más altas que él de la carne congelada.

## 2.2. PREFERENCIAS DE LOS RUSOS EN CUANTO AL CONSUMO DE LA CARNE DE CERDO

La carne de cerdo la compran en forma regular más de 72% de la población del país. Estructura de consumo de la carne por especies (información del holding Miratorg, principal productor e importador de carne de cerdo a Rusia):

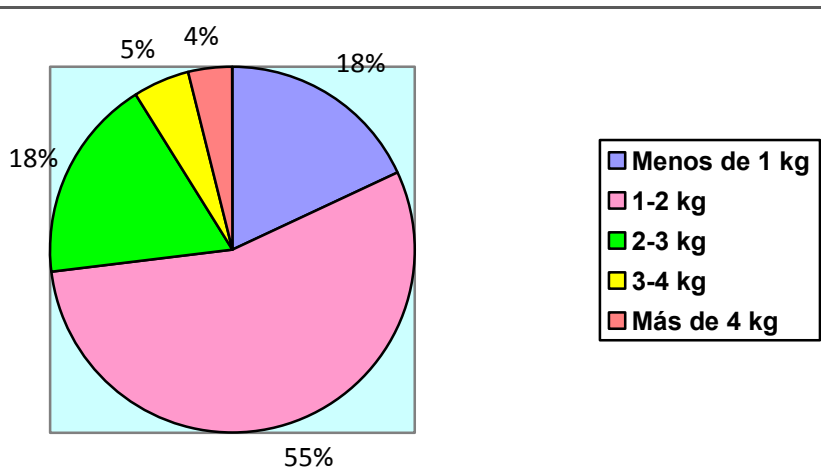
Del total de 67 kg per cápita 25,5 kg corresponde a la carne de ave, 17,5 kg a la carne vacuna, a la carne de cerdo alrededor de 23 kg. Cabe señalar que las cifras de Rosstat y otros organismos públicos requieren un análisis minucioso, porque en los cálculos no se aplican coeficientes y correcciones relacionadas con la carne deshuesada y carne con huesos. Por ejemplo, las importaciones de la carne vacuna son 100% la carne deshuesada, mientras que la producción nacional de esta especie se calcula en “peso en faena”, por lo cual sumando estas dos cifras se comete un gran error en obtener indicadores de balance, consumo etc.

El ganado porcino de Rusia al 92% representa las razas de la carne y grasa, que sirven básicamente para el producto tradicional ucraniano “salo” (grasa). Hace tiempo que el mercado exige el cerdo de carne, su demanda supera la oferta en varias veces. Sin embargo, la mayoría de las granjas siguen trabajando de manera antigua y los procesadores se ven obligados a importar la carne del extranjero.

Cabe destacar que las exigencias a la calidad de la carne en Rusia son muy altas. Por ejemplo, eligiendo a proveedores empresas rusas de proceso toman en cuenta las razas del ganado, alimentos que se usan para su engorda, situación epizootica del país, la organización del servicio veterinario etc. Granjas de cerdos deben contar con unas condiciones ideales de su mantención, sistemas de aire acondicionado y líneas automatizadas de distribución de los alimentos; cada cerdo destinado a sacrificio debe pesar 100 kg, tener anchas piernas y espalda, porque justo estas partes sirven para la producción más demandada. El matadero recibe sólo el ganado calibrado por el tamaño y el peso.

Muy pocas granjas en Rusia tienen posibilidad de cumplir con estas normas, por lo tanto los procesadores rusos compran mucha carne de cerdo en el extranjero. Los ganaderos rusos trabajan mayormente con una raza tradicional – “grande blanca”, la cual tiene mucha grasa – cosa prohibida para los productos del segmento Premium, que se producen cada día en Rusia. Para ellos se requiere la carne de cerdo magra de las razas de tocino y de alimentación especial, que tienen los cortes más demandados (filetes, jamón, carbonada) de un tamaño, humedad y color determinado. Dado a que en Rusia hay pocos cerdos de estas razas, los animales se transportan en camiones desde Europa (caso empresa Velcom).

**Volumen promedio de la compra de carne de cerdo**



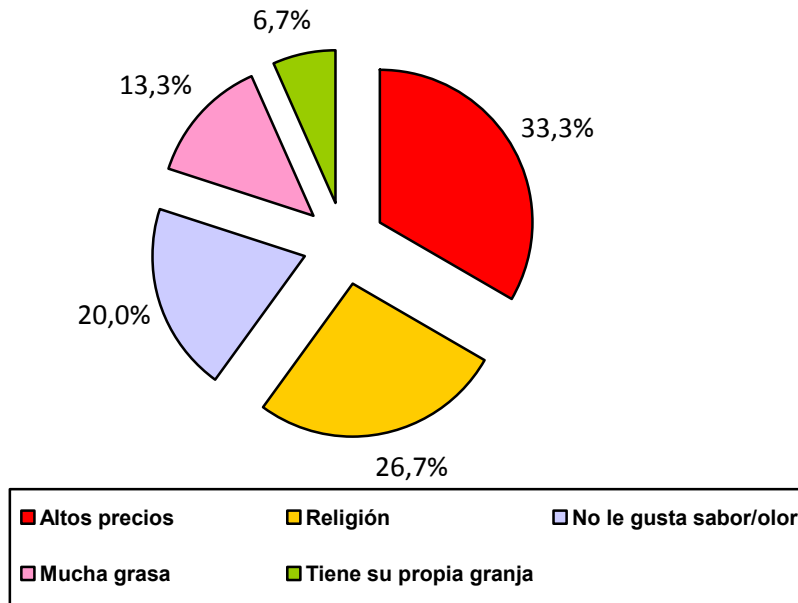
Fuente: Instituto de Marketing Agrario

Es muy representativo el ejemplo de la ciudad de Moscú, siendo ésta la capital cuya población es superior a 14 millones de habitantes con una escala de los ingresos más completa.

Según la encuesta realizada unos años atrás en Moscú por el Instituto de marketing agrario, un tercio de los respondientes prefieren la carne de cerdo a otros tipos de la carne debido a su suavidad y ternura. El sabor de la carne lo destacaron 25%, 11% señalaron la jugosidad y 11% la calidad de grasa, 7% se pronunciaron por la rapidez y facilidad en la preparación de la carne, la capacidad nutritiva destacaron 6% de los respondientes. Cabe mencionar que junto con la elevación del bienestar de la población se mejora la información acerca del contenido de colesterol en la carne.

Últimamente se publican artículos acerca del consumo de la carne de cerdo de alta calidad por la gente que está en régimen, tratando de explicar que este tipo de carne, siendo muy nutritiva, puede ser dietética.

RAZONES QUE IMPIDEN EL CONSUMO DE LA CARNE DE CERDO EN MOSCU



Fuente: Instituto de Marketing Agrario

No consumen carne de cerdo sólo 7,5% de los moscovitas. El motivo principal son altos precios del producto, aunque cadenas retail realizan acciones de venta a precios de promoción, co-financiadas por el productor. Más de una cuarta parte de los respondientes no consumen carne de cerdo por motivos de religión (se considera que estas cifras se modificaron a favor de la carne de cerdo en los últimos 4 años)

**Carne de cerdo en HoReCa**

Empresas proveedoras rusas ofrecen a los restaurantes distintos cortes de carne de cerdo (filetes, lomo vetado, paletas, costillas y guisados, piernas etc., al igual de cortes pequeños – raciones – stakes, chuletas, guliash de la paleta, ragout de la costilla, shashlik y longanizas crudas (kupati). Es curioso que sólo 14 años atrás los restaurantes aceptaban canales y semicanales, cortándolos ellos mismos, sufriendo incomodidades debido a la pérdida de tiempo y del producto. Grandes proveedores ofrecen la carne de cerdo desde Australia, Alemania, Dinamarca, Rusia, Estados Unidos y Francia. El factor clave es relación entre el precio y la calidad.

La mayoría de cocineros prefieren trabajar con la costilla – este factor determina su gran demanda en el segmento de restaurantes. Se usa la costilla con hueso y sin hueso.

Los cocineros destacan la carne de cerdo australiana (proviene de los cerdos alimentados con los granos que se parece a la carne de res “color mármol”) y la carne norteamericana, la cual tiene fama por su forma de tratamiento especial (en una solución que mata bacterias). Fuente: Revista “Un millón de Menú”

Es importante hacer notar que el desarrollo del sector de restaurantes en sí y el aumento de importaciones de carne de cerdo, al igual que inversiones en este sector en Rusia, tuvieron un gran impacto en la cultura de consumo del producto. Se formaron conceptos de steak houses y grill houses, los cuales hicieron de la carne su especialidad. En general, la carne grill es uno de platos más populares en los restaurantes. Asimismo experimentaron cambios conocimientos de los clientes sobre la calidad del producto: los consumidores se hicieron más exigentes y sofisticados.

### 3. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Un tema cada día más atractivo para retail gourmet y para proveedores son productos orgánicos (BIO)

En Rusia la demanda de los productos BIO (ecológicamente limpios) se define por un grupo de consumidores de ingresos altos. Las dificultades que sufren productores rusos son altos precios minoristas y fuerte competencia por parte de productos frescos de granjas privadas no certificadas. Se trata principalmente de productores de carne, porque en su mayoría el ganado se alimenta de los pastos naturales, por lo tanto esta carne, aunque no cuente con un certificado biológico, se considera limpia de aditivos artificiales y sustancias químicas, se ofrece a precios bajos y se percibe por el consumidor ruso como un producto fresco de alta calidad.

Los expertos piensan que la situación económica favorable apoyará a los fabricantes de productos biológicos. El crecimiento estable de ingresos de la clase media será estímulo de la demanda de productos Premium, incluyendo la carne orgánica.

Otro factor que influye en el desarrollo de este segmento es la preocupación por el modo de vida sano, característica para algunos estratos de consumidores rusos, y los esfuerzos de instituciones públicas y sociales para consolidar esta tendencia.

En 2010 el Ministerio de Salud y Desarrollo Social de Rusia aprobó el programa de estimulación del modo de vida sano, enfocado en la lucha contra alcohol, tabaco y obesidad. Se elaboraron programas de



capacitación de la población, centradas en la alimentación sana, basada en las dietas que consideraban productos biológicos buenos para la salud.

Cabe señalar que la legislación en el ámbito de la certificación de productos no corresponde a los estándares europeos, lo cual puede obstaculizar el desarrollo de la demanda de productos biológicamente limpios a corto plazo. Desde el 15 de febrero de 2010 en Rusia no existe la certificación obligatoria de alimentos. El grupo de productos orgánicos envasados y bebidas fue afectado también. Los productores rusos deben presentar garantías de correspondencia de sus productos a los estándares nacionales de calidad y normas de seguridad y no el certificado. Se cree que la ausencia del organismo regulador y el sistema nacional de certificación representan un obstáculo principal para el desarrollo del mercado ruso de productos biológicos.

Dado a que en Rusia no existen normas explícitas de marcación de productos BIO, los fabricantes nacionales de productos orgánicos se ven obligados a certificarlos ante la Unión Europea, para tener derecho de marcarlos como BIO u ORGANICOS y para poder exportarlos.

#### **La demanda de productos BIO envasados en Rusia**

En 2011 el mercado de estos productos marcó tasas de crecimiento muy modestas. La sequía del año 2010 que afectó la cosecha, tuvo como consecuencia el aumento de precios de alimentos, lo cual a su vez tuvo un impacto negativo en la demanda de productos BIO envasados en Rusia.

Altos precios de este grupo de productos fueron empujados por la inflación. En 2011 entre los productos sanos, los BIO envasados ocuparon el espacio más pequeño, siendo su volumen de ventas retail tan sólo US\$ 176 millones, o 0,2% de todas las ventas minoristas de productos envasados en Rusia en términos de valores. Entre las debilidades de la categoría se destacan altos precios de estos productos y la ausencia del sistema nacional de certificación, lo cual obliga a los productores rusos buscarla en la UE, ascendiendo por este motivo sus precios más todavía.

Los productos BIO se importan y se posicionan en las categorías Premium y Super Premium, siendo sus consumidores ciudadanos de Moscú y San Petersburgo con ingresos altos, bien informados de los productos sanos. Canales de distribución de productos BIO son supermercados y tiendas elite, especializados en este nicho.

En grandes ciudades, la carne BIO se comercializa por las cadenas especializadas como BIO-Market de Moscú ([www.bio-market.ru](http://www.bio-market.ru)).

Bio-Market – cadena de tiendas de productos orgánicos bajo su marca “paraguas” “Vsyo svoyo” (Todo propio). Por el momento venden carnes del segmento BIO de las especies vacuna, cordero, ternera, conejo, pollo, perdiz, faisán, pato y pavo, no venden cerdo todavía:

[http://www.bio-market.ru/catalog/myasnaya-lavka/okhlazhdennoe-myaso-i-ptitsa?sort\\_by=field\\_producer\\_value&sort\\_order=ASC](http://www.bio-market.ru/catalog/myasnaya-lavka/okhlazhdennoe-myaso-i-ptitsa?sort_by=field_producer_value&sort_order=ASC)

*“Precios estàn indicados en rublos por 100 gramos de producto”.*

“Vsyoy svoyo” es una empresa rusa que representa productos de granjas pequeñas privadas tanto en retail como directamente a los asociados del Club del mismo nombre (para esto hay que registrarse en el sitio WEB de la empresa). Conjuntamente con la Universidad pública agraria Michurinsky, dicha empresa elaborò sus propios estàndades de calidad de productos orgànicos – cultivo sin aplicaciòn de pesticidas, reguladores de crecimiento, aditamentos sintéticos y artificiales. Sin embargo, el costo de la carne orgànica de esta marca es muy elevada: 6350 – 15290 rublos por 1 kg de la carne vacuna (US\$ 200 – 500). Los clientes de esta tienda son consumidores ricos que velan por la frescura y la calidad de productos orgànicos. Segùn estudios, estos clientes compran la carne para sus hijos: en este caso altos precios del producto se justifican por el concepto de que la carne de alta calidad es sumamente importante para el crecimiento y el desarrollo normal de los niños.

Una parte de productos BIO se importa directamente por las tiendas. Ademàs de BIO-Market se destacan los siguientes retailers:

MegaCentre Italia

<http://www.megaitalia.ru/product/list/?maincat=2&rubric=85> - todas las carnes

<http://www.megaitalia.ru/product/list/?maincat=2&rubric=85&optiongroup=svinina-okhlazhdennaya>

-carne de cerdo refrigerada y

Globus Gourmet (su sitio no es nada representativo para este producto).

En San Petersburgo hay una cadena Premium Land [http://supermarket-land.ru/catalog.html?g\\_name=3](http://supermarket-land.ru/catalog.html?g_name=3).

En San Petersburgo se comercializa tambièn la carne sin marca importada, la cual se posiciona como orgànica del segmento Super Premium, por ejemplo los stakes Premium australianos y la ternera de Nueva Zelanda, siendo destinados para los clientes de ingresos muy altos.

Es interesante que la categoría BIO se desarrolla tambièn en el segmento de marcas propias de cadenas (private label), aunque la carne aùn no perfila entre estos productos. Ejemplo es la cadena Auchan que ofrece productos orgànicos bajo la marca propia Mieux Vivre (La Mejor Vida), pastas, conservas de carne y platos preparados de carne y vegetales, salsas orgànicas y otros a precios razonables.

**Pronóstico:**

Entre 2010 y 2015 se espera el aumento de ventas minoristas de productos orgánicos envasados en 30% en términos físicos; en valores las ventas alcanzarán US\$ 225 millones, según pronósticos de Euromonitor International. El aumento de la categoría será logrado gracias a la integración de nuevos productos, mejoramiento del sistema de distribución y el crecimiento de la demanda por parte de clientes ricos, la cual a su vez será apoyada por la consolidación de la tendencia de la preocupación por la salud y el modo de vida sano, por las campañas de educación del consumidor etc. A mediano plazo se pronostica la incorporación de productos orgánicos envasados a precios más accesibles y de la clase media en otras ciudades del país. Pero el aspecto clave sigue siendo la certificación de estos productos, porque el cliente tiene que estar seguro de que el gasto en su adquisición, en el fondo, es una inversión en su salud. Mientras que no exista la certificación de productos BIO en Rusia, su demanda será restringida por la competencia por parte de productos frescos no certificados, “de alta calidad, sin sustancias químicas”, según los percibe el consumidor. Fuente: Euromonitor International

**4. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).**

**Entrevista al presidente del holding Miratorg Victor Linnik y al vice-presidente Vadim Kotenko:**

El holding Miratorg es uno de principales operadores rusos del mercado de carne de cerdo. Tiene estructura de integración vertical, desde sus propias granjas de cerdos, plantas productoras de alimentos para el ganado, mataderos, plantas de proceso y cadena retail (12 supermercados y 9 mini mercados en Moscú y 9 supermercados en las regiones de Moscú y Vladimir). El punto de partida en el negocio propio del holding fue el apoyo del Gobierno: en 2006 las autoridades crearon condiciones para inversionistas en este sector, estableciendo previo, en 2003 cuotas para la importación de la carne vacuna, porcina y de ave, lo cual a su vez estabilizó precios del mercado interno. Luego el Ministerio de Agricultura comenzó a realizar un monitoreo permanente de ambos mercados, internacional e interno, de la carne, reaccionando en forma muy expedita ante cualquier cambio y manteniendo relaciones con los productores e importadores a través del gremio Asociación Nacional de Productores de Carne de Rusia. El mercado no fue cerrado para importaciones, sino las autoridades hicieron hincapié en el desarrollo de la propia producción de la carne competitiva, basada en tecnologías avanzadas. El éxito más grande se obtuvo en el sector avícola: si un tiempo atrás un ruso tenía posibilidad de comprar 25,5 kg de carne de ave al año, ahora esta cifra subió a 30 – 35 kg (evaluación Miratorg), pero se invirtió muchísimo en la producción. Por ejemplo, en 2013 Miratorg está lanzando un proyecto grande de producción de carne de ave en la región de Bryansk, de 100 mil toneladas al año, llegando inversiones a 20 mil millones de rublos. Aparte de Miratorg, hay otros inversionistas en la producción avícola en Rusia, por lo tanto se espera una fuerte competencia: en el sector avícola ya existe, en la carne porcina se espera en 3-5 años y

en la vacuna – en 7-8 años (pronóstico Miratorg). Todo va a depender del apoyo de las autoridades del país, de su formato.

Se lleva a cabo un proyecto eminente de desarrollo de producción de la carne vacuna; para su ejecución se construyen criaderos para vacas de razas de carne, mataderos y plantas de proceso. En junio de 2011 Miratorg trajo desde Australia 5700 cabezas, luego se importaron más, incluso de EE.UU., cuya experiencia positiva fue aplicada por la empresa. Según está programado, para 2014 Miratorg contará con 100 mil cabezas de ganado vacuno.

El consumo de la carne per cápita en Rusia es 67 – 68 kg, mientras que en los EE.UU. este indicador que se usa para evaluar el estado de salud y bienestar de la nación, llega a 100 – 110 kg.

En el sector porcino todavía hay muchas empresas poco eficientes y las importaciones siguen siendo altas. Las cuotas no es todo, hay que considerar 600 mil toneladas de subproductos de cerdo que siempre llegaban a Rusia con bajos aranceles (es un campo importante para apoyar al productor nacional).

En 2006 Miratorg invirtió 65 mil millones de rublos en desarrollo de producción de carnes, perfilando hoy día como principal productor de carne porcina y alimentos para el ganado en Rusia, ocupa el 1-2 lugar en la producción de la carne bovina y de ave. Las capacidades de 4 plantas de alimentos combinados representan 1,5 millones de toneladas al año, siendo todo el mercado ruso de alimentos para el ganado de 16 millones de toneladas.

La integración vertical permite disminuir el riesgo en todos los eslabones – producción, alimentación, faena, logística de traslado de la carne hasta los centros de distribución y retail, respetando siempre normas veterinarias y llegando siempre la carne fresca a las góndolas de supermercados propios de la empresa y de todas las cadenas principales de Rusia. Gana el consumidor porque la empresa está obligada a producir carne de alta calidad al precio óptimo. En 3 años Miratorg tiene programado llevar el número de tiendas propias a 500.

En 2013 la empresa comienza a faenar las aves, en 2014 – empiezan a funcionar mataderos vacunos. De esta manera, en 2014 la empresa será número 1 en la producción de tres tipos de carne, alcanzando la producción total 500 mil toneladas al año.

En la oferta de supermercados de Miratorg 30-40% representan productos cárneos, el resto son lácteos, pan, vino y otros, todo lo que pueda acompañar la carne. En otras palabras, no son 100% tiendas de carne, pero el proveedor asegura alta calidad y precios razonables. La empresa tiene programado comercializar 60-70% de su propia producción de carnes a través de su retail, el resto a otras cadenas.

**Opiniòn de la Asociación de Productores de Carne de Rusia:**

La Asociación Nacional de Productores de Carne de Rusia se dirigió al Ministerio de Agricultura del país solicitando que se adoptaran medidas proteccionistas para defenderles de las importaciones de la carne de cerdo. Según esta asociación gremial, la situación en el sector es dramática: la producción interna va creciendo, las importaciones igual, por lo tanto los precios mayoristas del producto marcaron un descenso desde 90 – 95 rublos por 1 kg hasta 70 – 75 rublos en los últimos dos meses. Los presupuestos de productores rusos están calculados considerando el precio de 75 – 80 rublos por 1 kg, siendo inferiores los precios de alimentos para el ganado. De mantenerse la situación con los precios mayoristas actuales, los plazos de recuperación de inversiones en la industria porcina se aumentan en 1,5 – 2 veces, hasta 11 – 12 años.

La Asociación indica que la capacidad total del mercado ruso de carne representa 10,25 millones de toneladas (en peso de canal, incluyendo despojos), de lo cual en 2012 el consumo de la carne de ave llegará a 3,95 millones de toneladas

**Opiniòn de la Unión nacional de productores de cerdos de Rusia:**

Este gremio està sumamente preocupado por el escenario que espera el sector luego de la incorporación de Rusia a la OMC, debido a la modificación del régimen de internación de la carne a Rusia.

**RESUMEN DE CAMBIOS DEL REGIMEN ARANCELARIO DE INGRESO DE CARNES A RUSIA**

	<b>Antes del verano(ruso) 2012</b>	<b>Después de incorporación a la OMC</b>
Cuota total 2012 carne de cerdo, Mil toneladas	430	430
Arancel base importación dentro de la cuota	15%, pero no menos de 0,25 euro/kg	0%
Arancel base importación fuera de la cuota	75%, pero no menos de 1,5 euro/kg	65%
Arancel cerdos vivos para engorda (fuera de cuota)	40%, pero no menos de 0,5 euro/kg	5%
Arancel base despojos de cerdo	25%, pero no menos de 0,25 euro/kg	15%
Alrededor de 500.000 toneladas de grasas, despojos cerdos vivos y otros no est�n incluidos en la cuota	Protegido por elevados aranceles de internación desde 2010	Aranceles volvieron al nivel de 2006

Fuente: Unión nacional de productores de cerdos

La Unió nacional de productores de cerdos espera que todas estas modificaciones arancelarias afectarán la producción nacional, reduciendo los precios de animales vivos mínimo en 10 rublos/kg y llevando a las pérdidas de la producción industrial porcina de 20 millones de rublos (US\$ 700 millones). Este indicador está calculado sobre la base del pronóstico de producción desde 2012 de 2000 toneladas en peso vivo, multiplicado por 10 rublos/kg. El plazo de recuperación de inversiones en proyectos de construcción de nuevas plantas y modernización de antiguas, aumentará de 8 a 12 años, lo cual afectará planes y programas de producción existentes. Como consecuencia existe el riesgo de crecimiento de importaciones de carne de cerdo hasta 35-45% del consumo total.

Año	Consumo de carne de cerdo (Mil toneladas)	% de importaciones	Producción global de carne de cerdo, planes previos a la incorporación de Rusia a la OMC (Mil toneladas, carcass weight)	Producción global de carne de cerdo, pronóstico luego de la incorporación de Rusia a la OMC (Mil toneladas, carcass weight)
2009	2836		2170	-
2010	3012		2331	-
2011	3042	20%	2428	-
2012	3133		2615	2615
2013	3258		2818	2604
2014	3421		3005	2522
2015	3592	32%	3185	2439
2016	3772		3328	2357
2017	3923		3476	2319
2018	3923		3625	2282
2019	3962		3775	2244
2020	4031	45%	3923	2207

Fuente: Unión nacional de productores de cerdos

La Unión llama a autoridades del país a proteger el mercado y la producción doméstica, implantando medidas de salvaguardia, trabajar para reducir el costo de producción en el sector porcino industrial y mantener resultados positivos logrados de las inversiones realizadas en el sector.

#### 4.1. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

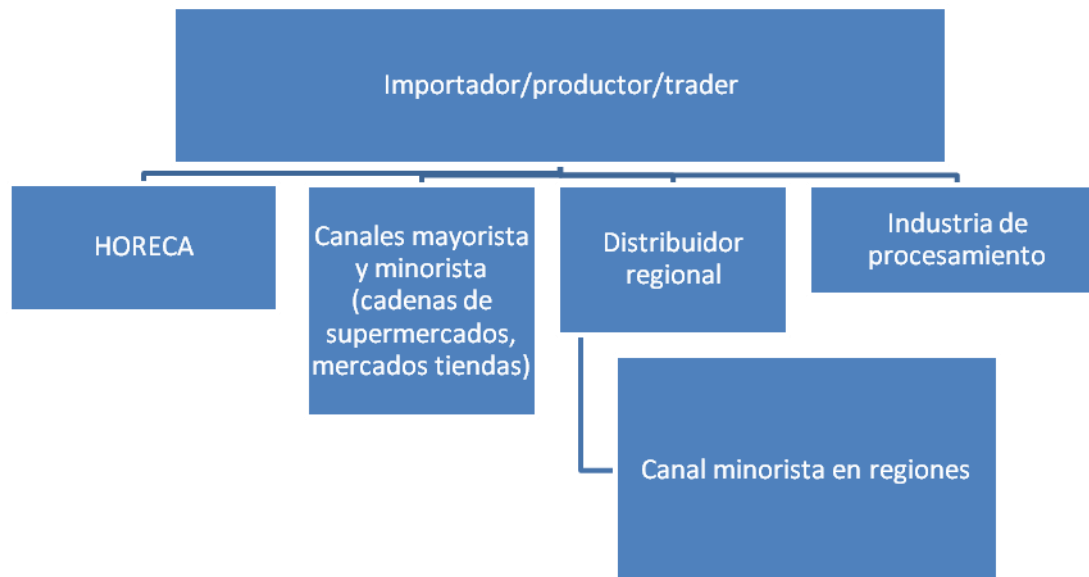
La demanda de la carne de cerdo es más o menos pareja durante todo el año, creciendo en las temporadas de fiestas (sobre todo de fiestas largas de Navidad – Año Nuevo que duran casi dos semanas y se caracterizan por numerosas recepciones que se organizan en el hogar). Asimismo en los meses de primavera – verano (mayo – agosto) aumenta la demanda de carne de cerdo para “shashlyk” (una especie de bbq que acompaña viajes de familias y grupos de amigos a los bosques, camping etc). Por lo

general, los rusos se alimentan muy fuerte en los meses fríos, consumiendo más fruta y vegetales en el verano – principios de otoño, lo cual, sin embargo, no afecta en gran medida la demanda de esta especie de carne.

**4.2. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

La carne de cerdo se consume en todo el país, sin embargo el consumo de carne deshuesada fresca y refrigerada de alta calidad, que se comercializa a través de cadenas retail, es más característico para grandes ciudades del país, donde la oferta y altos ingresos del consumidor permiten mantener una demanda estable del producto. En la zona rural la carne se adquiere principalmente en los mercados. Rusia es un país multinacional: hay regiones y repúblicas donde rige la religión musulmana, la cual no permite consumir esta especie de carne. Según experiencia, la carne de cerdo procesada para cecinas se consume muchísimo en todo el país.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



Principal canal de distribución de la carne de cerdo sigue siendo el importador, el cual abastece distribuidores nacionales (locales y regionales), el sector retail (cadenas de hiper y supermercados, tiendas, mercados), la industria de procesamiento y en algunos casos HoReCa (se trata principalmente de carnes frescas y refrigeradas, deshuesadas). La tendencia de compras directas al proveedor que comienzan a aplicar grandes cadenas rusas aún no llega a la carne, siguiendo cadenas coordinando sus

compras a través de importadores y distribuidores grandes, comprando en forma directa sólo a productores nacionales.

**Con respecto al retail ruso, principales cadenas de distribución minorista son las siguientes:**

- Auchàn
- Lenta
- O´Key
- Metro cash and carry
- Real (perteneía a grupo Metro, fue adquirido recientemente por grupo Auchan)
- Magnit (**#2 en ventas, #1 en tiendas**)
- X5 Retail Group (Perekriostok/Pyatirochka/Karussel ) (**#1 en ventas, #2 en tiendas**)
- Séptimo Continente (7 Continent)
- Azbuka Vkusa (gourmet)
- Globus Gourmet (gourmet)
- Alie Parusà (gourmet)
- Bahetlè (gourmet)
- Land (gourmet)
- Spar
- Billa
- Stockman
- Dixi

*\* Dentro de este grupo, Pyatirochka y Dixi representan el segmento inferior, aunque muy demandado por los compradores debido a las políticas de precios amigables, amplio surtido y cercanía a los hogares*

Entre los canales de ventas minoristas, supermercados e hiper mercados adquieren un rol cada día más importante, quitando en muchos casos una parte de nicho a mercados agropecuarios. Cabe señalar que en cadenas retail se venden generalmente carnes frescas y refrigeradas, mientras que en los mercados agrícolas y llamados “mayoristas” se puede encontrar carnes congeladas.

**Mercados agropecuarios – ejemplo: mercado Torzhkovsky de San Petersburgo**

([www.torzhokmarket.ru](http://www.torzhokmarket.ru))







En cada ciudad rusa hay mercados agropecuarios que comercializan carnes, fruta y hortalizas frescas, fruta deshidratada y frutos secos, lácteos, flores, aceites etc. En Moscú los ejemplos de este tipo de instalaciones son mercados Dorogomilovsky, Danilovsky, Lyublinsky, Vykhinsky y otros (radican al lado de estaciones de metro, hay muchos), en San Petersburgo son Torzhkovsky, Sytinsky y otros. Representan un canal importante de distribución de carne en Rusia, sobre todo de carne fresca. En grandes ciudades pierde de a poco su rol como principal lugar de compra de carnes, ocupando su espacio cada día más cadenas de tipo occidental; en las regiones sigue siendo importante.

Tiendas especializadas



Son pequeñas tiendas que comercializan principalmente carnes, aunque cada día más se complementan con otros productos, siendo su surtido bastante restringido. Este tipo de tiendas se ubican principalmente cerca de granjas porcinas, mataderos y plantas de proceso, vendiendo carne de su propia producción y sus derivados.

**Tienda nuevo formato que pertenece al productor – importador de carne de cerdo empresa Miratorg** ([www.miratorg.ru](http://www.miratorg.ru)) Uno de los últimos supermercados inaugurados en Moscú en Volzhsky Bulevar



Està posicionada como supermercado de carne, aunque tiene de todo: 30-40% representan productos cárneos, el resto son lácteos, pan, vino y otros, todo lo que pueda acompañar la carne. En otras palabras, no son 100% tiendas de carne, pero el proveedor asegura alta calidad y precios razonables. La empresa tiene programado comercializar 60-70% de su propia producción de carnes a través de su retail, el resto lo entrega a otras cadenas. Actualmente Miratorg tiene operando 12 supermercados, así como 9 mini mercados en Moscú y 9 supermercados en las regiones de Moscú y Vladimir.

### **Tiendas formato antiguo llamadas Universam y Gastronom**

Este tipo de tiendas quedan en los barrios periféricos, especialmente los Universam (en los tiempos de la URSS así se llamaban las tiendas de autoservicio, superiores por el tamaño y el surtido de las tiendas habituales del barrio; no había muchas ni tampoco existían en las ciudades provinciales). Distribuyen productos alimenticios y bebidas de calidad media, ofreciendo una variedad más o menos amplia. Su superficie es superior a 400 m2. Numerosos Gastronom que tiempo atrás se ubicaban en el centro de Moscú, perdieron su competitividad, cuando los precios de arriendo de superficies, tanto comerciales, como de oficina, vieron un incremento importante. La mayoría de ellos se reconvirtieron en oficinas, y fueron sustituidos por pequeñas tiendas “Producty” (Alimentos), incluso se usan en forma muy habitual los sótanos de los edificios residenciales, para lo cual los dueños de estos negocios deben contar con el visto bueno de los propietarios de departamentos, la administración del barrio y una serie de autoridades sanitarias y de otra índole. De hecho, actualmente en el centro de Moscú, San Petersburgo y otras ciudades grandes no es fácil encontrar una tienda grande de alimentos y bebidas.

El formato muy habitual “Tienda al lado de la casa” que se desarrolla por las municipalidades en forma muy activa y que poco tiempo atrás contaba sólo con un surtido básico de productos de primera necesidad, comenzó a vender carnes envasadas, generalmente en bandejas plásticas, al vacío. Se trata de un número no muy grande de este tipo de tiendas, las cuales cuentan con facilidades para guardar y exponer este producto.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Precios de la carne de cerdo en **retail** pueden ser observados en los sitios WEB de las siguientes cadenas de supermercados:

**Sedmoy Kontinent:** <http://www.7cont.ru/catalog/229/> - carne de cerdo fresca y refrigerada

Precios de la carne de cerdo retail refrigerada en la cadena Sedmoy Continent. 1 kg de esta variedad de carne varía entre US\$ 9.00 y 11,50 en dependencia de la categoría del producto y de la calidad.

**Utkonos:** <http://www.utkonos.ru/cat/600/> - carne de cerdo congelada

Precio de la carne de cerdo congelada por 1 kg en retail (UTKONOS), envasada al vacío es 305 rublos (US\$ 9,68).



<http://www.utkonos.ru/cat/550/> - carne de cerdo fresca y refrigerada

**Tienda BIO-Market:** [http://www.bio-market.ru/catalog/myasnaya-lavka/okhlazhdennoe-myaso-i-ptitsa?sort\\_by=field\\_producer\\_value&sort\\_order=ASC](http://www.bio-market.ru/catalog/myasnaya-lavka/okhlazhdennoe-myaso-i-ptitsa?sort_by=field_producer_value&sort_order=ASC)

Bio-Market – cadena de tiendas de productos orgánicos. Por el momento venden carnes del segmento BIO de las especies vacuna, cordero, ternera, conejo, pollo, perdiz, pato y pavo, no venden cerdo.

Precios están indicados en rublos por 100 gramos de producto.

**Mega Centre Italia:** <http://www.megaitalia.ru/product/list/?maincat=2&rubric=85> todas las carnes

<http://www.megaitalia.ru/product/list/?maincat=2&rubric=85&optiongroup=svinina-okhlazhdennaya>

carne de cerdo refrigerada

**Cadena supermercados gourmet de San Petersburgo Land:** [http://supermarket-land.ru/catalog.html?g\\_name=3](http://supermarket-land.ru/catalog.html?g_name=3)

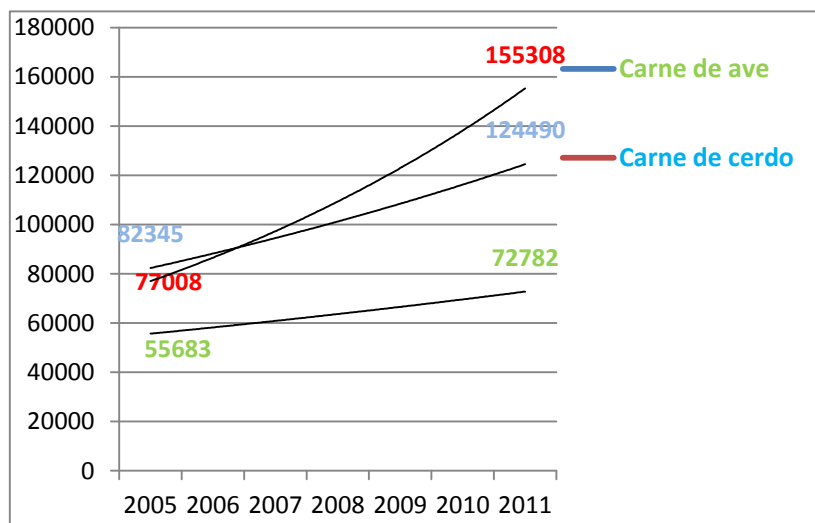
Precios **mayoristas** de oferta de la carne de cerdo congelada están publicados en los sitios WEB de importadores rusos. Uno de los ejemplos es la empresa GOLDEN HOUSE, LLC de Moscú que trae carne chilena (<http://www.promyso.ru>). Precios de referencia están publicadas en su sitio WEB: <http://promyso.ru/images/price/pig.pdf> . También se puede ver precios de venta en el sitio WEB del importador Vecom: <http://www.td-vecom.ru/>

Precios mayoristas de carne de cerdo deshuesada de origen belga, danesa y española, a finales de noviembre, fue 207,00 rublos por 1 kg (US\$ 6,78) – cortes de cuello; trimming 80/20 alemán y canadiense costò 147,00 rublos por 1 kg (US\$ 4,81). El costo de 1 kg de la carne de cerdo en seminales de origen chilena y brasileña fue 132 rublos (US\$ 4,32). Hígado de origen canadiense se vendía a US\$ 1,51 por 1 kg. En todos los casos el IVA de 10% fue incluido en el costo.

Según informa el Servicio Federal de Estadísticas de Rusia, los precios mayoristas de la carne de cerdo aumentaron en 51,2% (desde 82.345,1 hasta 124.490,7 rublos por una tonelada, sin el IVA) en el período de 2005 – 2011. De modo de comparación, los precios mayoristas de la carne de ave experimentaron un aumento de 30,7% desde 55.683,6 hasta 72.782,2 rublos por una tonelada, mientras que los de la carne vacuna crecieron en 101,7% desde 77.008,9 hasta 155.308,0 rublos por una tonelada, todo sin considerar el IVA. Analizando la inflación en el país en este período, salta a la vista que las cifras de aumento de los precios de la carne de cerdo son equivalentes a la inflación acumulada, las de la carne de ave son inferiores a la inflación y las de la carne vacuna son superiores.

Según el estudio de la empresa rusa Agrocconsult, la dinámica de precios en el mercado ruso de la carne entre 2005 y 2011 fue la siguiente:

**Dinámica de precios promedio anuales de la carne en peso en canales, mil rublos por una tonelada (sin/ IVA)**



## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En términos generales, la estrategia de promoción de productos cárneos en Rusia está centrada en las siguientes acciones:

- Participación en las ferias Prodexpo, World Food y PIR;
- Incorporación de carnes en el menú de comidas con invitación de líderes de opinión, importadores etc.;
- Organización de visitas de importadores rusos a plantas productoras de países exportadores;
- Degustaciones en puntos de venta (sólo para cecinas y productos delicatessen);
- Promoción en revistas y sitios WEB especializados.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Imágenes carne de cerdo están publicadas en los sitios WEB de principales importadores rusos de cadenas retail (ver también capítulo sobre precios del producto).

[http://www.td-vecom.ru/images/pork\\_france/3075\\_hrjaschi\\_sv\\_france\\_2.jpg](http://www.td-vecom.ru/images/pork_france/3075_hrjaschi_sv_france_2.jpg)

<http://promyso.ru/katalog/svinina.html>



Carne de cerdo del principal productor ruso MIRATORG



### Chuleta de cerdo



Nombre	Envase	Plazo de duración	Peso	Cantidad de envases en una caja	Peso caja
Carne de cerdo chuleta, refrigerada, bandeja ~ 600 g x 9 (5,4 kg) Planta matadero MC Belgorod	1624*35	10 días	600	9	5400

### LOMO DE CERDO



Nombre	Envase	Plazo de duración	Peso	Cantidad de envases en una caja	Peso caja
Lomo de cerdo sin hueso, refrigerada ~400g*6 (~2.4 kg) Planta matadero MC Belgorod	1520*85	10 días	400	6	2400



GULYASH DE CERDO



Nombre	Envase	Plazo de duración	Peso	Cantidad de envases en una caja	Peso caja
Gulyash de carne de cerdo, refrigerada, bandeja de ~600g*6 (~3,6kg) Planta matadero MC Belgorod	1520*85	10 días	600	6	3600

LOMO DE CERDO AL VACIO



Nombre	Envase	Plazo de duración	Peso	Cantidad de envases en una caja	Peso caja
Lomo de cerdo refrigerado, bandejita plástica, al vacío, ~1100g*6 (~6.6kg)TF Miratorg Belgorod	Bandejita plástica TF	15 días	1100	6	6600

Presentación de carne de cerdo en uno de los mercados de San Petersburgo





Presentación de carne en uno de supermercados



Carne de cerdo Kosher





Platos de carne de cerdo que se comercializan en supermercados



Cecinas



Conservas de lengua de cerdo en gelatina



## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Participación en ferias internacionales en Europa y en Moscú (ver listado de ferias) donde asisten importadores, sea como expositores o visita. Son muy útiles eventos Imagen País como Sabores de Chile, donde en la cena de gala siempre están incluidos productos estrellas del país. Considerando el gran potencial de regiones, se cree conveniente llevar a cabo eventos de promoción en grandes ciudades como San Petersburgo, Ekaterinburgo, Samara, Nizhny Novgorod, Krasnoyarsk y Novosibirsk, Krasnodar y Rostov-Don.

Dado a que Chile exporta carne principalmente para el procesamiento y no para el consumo final, según importadores, no tiene sentido promoverla en forma especial e independiente de otros productos de exportación. Podrían ser útiles algunas publicaciones en revistas y sitios WEB especializados, por ejemplo en Russian Food and Drinks Market Magazine, Prod&Prod y otras, ediciones enfocadas en los profesionales. Nuestras exportaciones están restringidas por el número de plantas habilitadas por las autoridades sanitarias rusas y por el mismo volumen de producción. Independientemente de esto, se deben realizar más esfuerzos en difusión del sector entre empresas distribuidoras, procesadoras en otras ciudades de Rusia donde hay distribuidores grandes, y en la difusión de participación de nuestros empresarios en ferias europeas.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

**FERIA PRODEXPO 2013, 20 EDICION, Rusia, Moscú, Recinto ferial: EXPOCENTR en Krasnaya Presnya**

Sector: Alimentos y Bebidas, Insumos para su producción, Equipamiento de restaurantes, cafeterías y supermercados; Periodicidad: anual; Fechas: Febrero 11-15,, 2013

Antecedentes generales: más de 40.000 m2 neto, espacio de exhibición requerido por cada empresa Mínimo 9 M2 como expositor individual, un Pabellón Nacional puede subdividirse como sea necesario, - Nº de visitantes versión anterior: 56.223 personas, entre ellas 51.163 profesionales. En 2012 participaron 57 países, 2100 expositores de 55 países del mundo.



**Presentación del pabellón en versión anterior:**

1995 – 2000, pabellones nacionales financiados por ProChile;

2012 - pabellón nacional organizado por ProChile, Expositores: BDP, AMI Chile, Pesquera Villa Alegre, Viña Valle Secreto, Agroindustrial Siracusa, Compañía Pisquera de Chile representada por Alco-Chile, Bodegas y Viñedos de Aguirre.

Página web de la feria: [www.expoctr.ru/expo](http://www.expoctr.ru/expo); [www.prod-expo.ru](http://www.prod-expo.ru)

**FERIA WORLD FOOD MOSCOW, 2013 – 22 Edición**

**Feria Internacional de Alimentos, Bebidas, Tecnologías y Servicios Relacionados.**

**Incluye capítulos especiales WORLD SEAFOOD, WORLD SWEETS, WORLD, DRINKS RUSSIA y TABACEX**

Sector: ALIMENTACIÓN, BEBIDAS, TECNOLOGÍA Y SERVICIOS RELACIONADOS

16-19 de Septiembre, 2013 Espacio de exhibición ferial (mts.2): 25.000 m2 (neto).

Edición 2012 - 1.420 expositores de 65 países. 44.971 visitantes

Espacio de exhibición requerido por cada empresa (estimado en mts.2): MINIMO 9 M2 como expositor individual, un Pabellón Nacional puede subdividirse como sea necesario.

Pabellón institucional de ProChile desde 2005 hasta 2012

[www.feriasalimentarias.com/worldfood-moscow](http://www.feriasalimentarias.com/worldfood-moscow) ; [www.world-food.ru](http://www.world-food.ru)

# XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Son muy informativos los sitios WEB de las ferias y de los importadores.

## PORTALES ESPECIALIZADOS DE INTERNET

<http://www.natmeat.ru/> Asociación Nacional de Carne (Director ejecutivo Sr.Serguey Yushin)

[www.nssrf.ru/](http://www.nssrf.ru/) Unión Nacional de Prroductores de Cerdos

<http://www.myasnoy-soyuz.ru/> Guía de la industria de carnes

<http://www.meatunion.ru/> Uniones y asociaciones de productores y operadores del mercado de carne de Rusia

## REVISTAS IMPORTANTES PARA PUBLICAR INFORMACION:

**RUSSIAN FOOD AND DRINKS MARKET** - revista mensual que publica interesantes reseñas de productos y bebidas en el Mercado ruso, tiene tirada de 45.000 ejemplares.

Internet: [www.rus-fdm.com](http://www.rus-fdm.com)

Contacto: Sra.Valentina Malaya – Directora Comercial

E-mail: [rfmarket@sp.ru](mailto:rfmarket@sp.ru)

Tel/fax: +7-812 – 380 1205

**GASTRONOM** – revista sobre la comida, productos, receta platos y etc. Escuela culinaria, blog y el sitio WEB

Internet: [www.gastronom.ru](http://www.gastronom.ru)

Contacto: Sr.Andrey Zakharin – Director E-mail: [info@gastronom.ru](mailto:info@gastronom.ru)

Tel/fax: + 7 495 725 1070

**KHLEB – SOL (BreadSalt)** – revista sobre la comida, productos, receta platos y etc.

Internet: [breadsalt@ppmt.ru](mailto:breadsalt@ppmt.ru) Contacto: Sra.Lyudmila Nikitina - Directora

E-mail: [breadsalt@eksmo.ru](mailto:breadsalt@eksmo.ru)

Tel/fax: + 7 495 411 6886

**MOYO DELO. FOOD SERVICE** – REVISTA SOBRE EL MERCADO DE ALIMENTACION FUERA DE LA CASA

Internet: [www.cafe-future.ru](http://www.cafe-future.ru)

Contacto: Sra.Inga Lobzhanidze – Directora Comercial

E-mail: [inga@prph.ru](mailto:inga@prph.ru)

Tel/fax: +7 495 228 1966

**MOYO DELO. MAGAZIN** – revista sobre la organización de trabajo y ofertas de supermercados y tiendas nuevo formato

Internet: [www.mdmag.ru](http://www.mdmag.ru)

Contacto: Inga Lobzhanidze – Directora Comercial

E-mail: [inga@prph.ru](mailto:inga@prph.ru)

Tel/fax:+7 495 228 1966

**SIMPLE WINE NEWS:** Revista editada por Simple, empresa importadora de vinos de calidad. Revista de calidad excepcional tanto por contenidos como diseño y acabados. Publica información acerca de vinos, licores y gastronomía. Se edita mensualmente y su tirada es de 30.000 ejemplares.

E-mail : [aprohorova@simplewine.ru](mailto:aprohorova@simplewine.ru)

Contacto: Sra.Anastasia Prokhorova, Redactora Jefe

Tel/fax : +7-495-1055544

**STOL:** revista sobre productos y bebidas, HoReCa, se edita en Ekaterinburgo

Internet: [www.stolmagazine.com](http://www.stolmagazine.com)

Contacto: Sr.Alexey Vanchenko – Redactor jefe

E-mail:[editor@stolmagazine.com](mailto:editor@stolmagazine.com)

Tel/fax: +7 343 310 0026

Documento elaborado por:

Svetlana Tarjova, Asistente Comercial Senior OFICOM Moscú;

Gabriela Legues, Alumna en práctica de la OFICOM