



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y
Monitoreo de las Oficinas
Comerciales del Perú
en el Exterior

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN MOSCÚ

FICHA MERCADO PRODUCTO LAS DEMAS PREPARACIONES DE MAQUILLAJE

1. Nomenclatura arancelaria

3304990000

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Las demás preparaciones de maquillaje (las demás reparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros.)

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

- ✓ Aranceles: 8,6 %
- ✓ IVA: 18%

No se necesitan Certificaciones para esta partida.

Regulaciones y Normas de Ingreso:

Se necesita Declaración de conformidad con los requisitos del Reglamento Técnico "Sobre la seguridad de productos de perfumería y cosméticos»

Los requisitos están expuestos en la versión inglesa del Reglamento:
<http://customsunioncertificate.com/wp-content/uploads/2014/06/TR-TC-009-Perfumery-Cosmetics-ENG.pdf>

4. Tendencias del mercado

Según las investigaciones de RBK Research, Rusia representa alrededor del 3% del volumen total de negocios mundiales de productos del segmento de cosméticos con un volumen de alrededor de \$ 14 mil millones (año 2014). El mercado interno de los cosméticos actualmente es el cuarto más grande de Europa. Los primeros tres puestos ocupan Reino Unido, Alemania, Francia. Los productos importados representan 70% del mercado ruso de cosméticos.

Entre los países de Europa Oriental, el mercado ruso de cosméticos y cuidado personal es el más grande. Según Euromonitor Internacional, en 2013 el volumen total del mercado de Europa Oriental fue USD 29,6 billones, Rusia tomó una participación del 49%.

En los últimos años, el sector ha estado en constante crecimiento debido al aumento del número de puntos de venta, tiendas especializadas y cadenas de tiendas especializadas. Además, el factor demográfico también ha tenido influencia - 45,6 millones de más de 140 millones de personas son mujeres entre 20 y 60 años (edad activa de uso de cosméticos).

Según BusinesStat, el volumen de la demanda de cosméticos en Rusia del 2009 al 2013 creció en 46% y en el 2013 alcanzó casi 4 millones de unidades de los productos. En el 2009, durante la crisis, los consumidores solían de abstenerse de compras de cosméticos en las



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

cantidades habituales debido a que en este periodo se registró un valor mínimo de la demanda durante últimos cinco años. En el 2010 la demanda comenzó a crecer y superó el nivel anterior a la crisis a finales de 2011: los consumidores fueron finalmente capaces de permitirse de gastar dinero en productos no esenciales. Comenzó a desarrollar el segmento Retail. En el 2013 el número de tiendas especializadas de cosméticos y perfumería en Rusia aumentó en 27 %. Por el momento, en Rusia hay más de 200 cadenas de tiendas, incluso el formato drogerie.

Se está generando una tendencia de interés por la salud, por lo cual se abren muchas tiendas especializadas de este sector. Por ejemplo, cadena de tiendas Organic Shop <http://www.organic-shops.ru/> que ya cuenta con 20 tiendas en las ciudades principales rusas.

Se registra una disminución de la concentración geográfica del mercado de la cosmética y la perfumería en solamente Moscú y San Petersburgo, como era hasta hace poco tiempo. L'Etoile se hizo un líder absoluto entre las principales cadenas, que tiene 900 tiendas en las ciudades principales del país. Esta cadena también tiene su propia marca del mismo nombre. Prácticamente todas las cadenas principales abrieron nuevas tiendas y las expandieron en las regiones. L'Etoile tiene planeado abrir mil tiendas en total.

El líder del segmento de ventas directas sigue siendo Avon <https://my.avon.ru/>.

Los fabricantes rusos todavía no pueden competir con los extranjeros, aunque muchos ya han alcanzado una gran popularidad y el crecimiento de ventas de sus productos, sobre todo los de cuidado personal.

Según las estadísticas de aduanas rusas, del 01.01.16 al 30.06.16 Rusia importó 21 144 173 kilos (peso neto) de dicha partida de valor USD 257 579 043. El país exportador principal fue Francia con participación de 33% (USD 85 108 712), seguido por Polonia 9,9%, Alemania 8,4 %, EEUU 8,2%, Italia 5,5%, Corea 4,1%, Suiza 3,7%, Israel 3,1 %, China 2%.

La mayoría de dichas importaciones es de marcas muy conocidas en Rusia durante muchos años tales como L'oreal (3,1%), Avon (2,4%), Chanel (1,5%) etc.

Se está generando una tendencia de importación de shampoos naturales de marcas de Indonesia, Corea, China, Polonia, Israel, Japón. Según la demanda de los usuarios de las tiendas online, las marcas de shampoos naturales más solicitadas son Yves Rocher <http://www.yves-rocher.ru/> (Francia), Lush <https://www.lushrussia.ru/> (Inglaterra), Loccitane <http://www.loccitane.ru/> (Francia), Body Shop <http://www.thebodyshop.ru/> (EEUU), Natura Siberica <http://naturasiberica.ru/> (Rusia). Asimismo, existe interés en marcas de los países que en Rusia se consideran "exóticos". Por ejemplo, Israel - AHAVA, Sea of Life; Grecia - Korres; Jordania - Bloom; India - Himalaya Herbals; Corea - KeraSys Homme; Nueva Zelanda - Living Nature; Australia - Aesop, Palmer'S, Desert Essence etc.

5. Estacionalidad de la producción local

En el cuadro se observa los meses que importan preparaciones de maquillaje en Rusia

Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: OCEX-MOSCÚ

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y
Monitoreo de las Oficinas
Comerciales del Perú
en el Exterior

En este cuadro se observa los meses que importan preparaciones de maquillaje naturales en Rusia

Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: OCEX-MOSCÚ

Las preparaciones de maquillaje así como las naturales importan durante todo el año sin crecimiento o decrecimiento significantes.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

Vía	Días de Transporte	Puerto	Ubicación
Marítima	29-38	San Petersburgo	San Petersburgo
Marítima	33-42	Kaliningrado	Kaliningrado
Marítima	40-42	Novorossiysk	Novorossiysk
Marítima	51-57	Vladivostok	Vladivostok
Aérea	1-2	Vnukovo	Moscú
Aérea	1-2	Domodedovo	Moscú
Aérea	1-2	Sheremetyevo	Moscú

Fuente: OCEX-MOSCÚ

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores).

La distribución de las preparaciones de maquillaje se concentran principalmente en tiendas especializadas, seguido supermercados y las compras online están tomando fuerza. Las preparaciones de maquillaje naturales normalmente no se venden en supermercados.

Las principales redes de tiendas grandes de cosméticos son:

- ✓ “L’etoile”: cuenta con 900 tiendas, ubicadas en unas 400 ciudades rusas <https://www.lettoile.ru/>, también tienen tienda online
- ✓ “Rive Gauche”, con 200 tiendas ubicadas en 76 ciudades rusas, <http://www.rivegauche.ru/>, también tienen tienda online
- ✓ “Il de beaute”, con 139 tiendas, ubicadas en 49 ciudades rusas <http://iledebeaute.ru/>, también tienen tienda online
- ✓ “Podrzhka”, 168 tiendas, ubicadas en 36 ciudades rusas <http://www.podrygka.ru/>, también tienen tienda online

Asimismo, las principales tiendas de cosméticos naturales son:

- ✓ “Organic Shop”, 20 tiendas en 12 ciudades rusas <http://www.organic-shops.ru/>
- ✓ “Podrzhka, 168 tiendas, ubicadas en 36 ciudades rusas <http://www.podrygka.ru/>, también tienen tienda online (tienen línea de cosméticos naturales)

Se está generando aumento de ventas a través de internet. En el territorio de todo el país Está creciendo la cantidad de tiendas online de cosméticos naturales.

- ✓ La Moda <http://company.lamoda.ru/>
- ✓ Wildberries <https://www.wildberries.ru/>
- ✓ SkinCareStore <http://skincarestore.ru/>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y
Monitoreo de las Oficinas
Comerciales del Perú
en el Exterior

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

La cadena comercial está compuesta por muchos importadores, grandes y pequeños, que abastecen a los supermercados y tiendas. En algunos casos, los supermercados y tiendas, también importan directamente. En caso de cosméticos naturales, lo mismo.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

El Perú no presenta exportaciones de dicha partida al mercado ruso.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

Para promocionar shampoos peruanos en Rusia, así como cosméticos peruanos se participará:

- ✓ Feria de cosméticos Intercharm <http://www.intercharm.ru/>
- ✓ Invitar a los importadores rusos en participar en la feria peruana de cosméticos FIBELLA 2016 y la feria de SUPPLIERS DAYS 2016 PERU: Feria de Proveedores para la Industria Cosmética Lima.





PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Tienda online de la red de tiendas de cosméticos Podryzhka www.podryzhka.ru	1 caja	2.72 USD	Francia	26/06/2016	Caja de plastico	
Tienda online de la marca rusa de cosméticos naturales Natura Siberica http://bioshoper.ru/	1 caja	10.82 USD	Rusia	26/06/2016	Caja de plastico	
Tienda online de la red de tiendas de cosméticos Rive Gauche http://www.rivegauche.ru/	1 botella	44.65 USD	Japón	26/06/2016	Botella de plastico	