



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

Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto

- 1. Nomenclatura arancelaria**
62
- 2. Denominación o nombre comercial en el país de destino**
Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto
- 3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)**
 - ✓ Aranceles: 7,5 - 10 %
 - ✓ IVA 18% / IVA 10% ropa para los niños

No se necesitan Certificaciones para esta partida.

Normas para su ingreso:

- Declaración aduanera en ruso para su presentación a la aduana;
- Factura comercial o una factura pro forma, en ruso, inglés o español (traducción al ruso);
- Documento de transporte;
- Packing list, en ruso o inglés (a veces la aduana exige una traducción);
- Certificado de origen de la mercancía.
- En el caso de las prendas de vestir infantiles, la ropa interior y ropa de baño, y prendas especiales protectoras se exige también un certificado que asegure la homologación con las normas GOST R;
- "Pasaporte" de la operación. Se trata de un documento exigido por la normativa rusa de control de cambios.

Aspectos aduaneros – certificado de conformidad (GOST R)

Para introducir mercancía al mercado ruso, los exportadores y los productores necesitan certificados de correspondencia de las mercancías a los estándares rusos de calidad y seguridad. Para todas aquellas prendas infantiles, para la ropa interior y ropa de baño, tanto infantil como para hombre o mujer, así como para otro tipo de prendas especiales protectoras que se importen con destino a venta y consumo en la Federación Rusa, es necesario que se acompañe obligatoriamente un certificado de conformidad.

Para la declaración en aduana con respecto a ropa, incluyendo la determinación correcta del código HS (que determina el importe de los pagos del arancel efectivo) requieren la presentación de la siguiente información:

- Nombre comercial (falda, camisa, suéter, etc.);
- Tejidos de punto o no de punto;
- Ropa de adultos o ropa de niños;
- El porcentaje de material de las prendas. Por ejemplo (10% algodón, 90% poliamida);
- Signos de dimensiones en cm: la altura, el pecho, circunferencia de la cintura (cadera) circunferencia del cuello;



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

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

- Sexo (hombre o mujer);
- Modelo (Artículo);
- Marcas;
- Fabricante;
- País de origen;
- El peso neto del producto (kg.);
- Número de unidades.;
- El precio.

Mayor información sobre las normas principales contienen los siguientes reglamentos:

- Reglamento técnico de la Unión Aduanera 017/2011 sobre la Seguridad de los productos de la industria manufacturera ligera. <https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwIj9KSyaPOAhWBGcWkHfJaD5gQFggmMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.mglobe.it%2FImagePub.aspx%3Fid%3D165364&usq=AFQjCNGLFsPBftVUiUKjD3DWolxVSYzNQ&sig2=UPT-eOu-z8DqxBeuX2tGgA&bvm=bv.128987424,d.bGg>
- Reglamento técnico de la Unión Aduanera 007/2011 sobre la Seguridad de los productos para los niños y adolescentes. [http://www.assocalzurifici.it/anci/main.nsf/alldocs/513B9C8047179023C1257B5D0033668B/\\$file/Regolamento%20tecnico%20importazione%20calzature%20bambino.pdf](http://www.assocalzurifici.it/anci/main.nsf/alldocs/513B9C8047179023C1257B5D0033668B/$file/Regolamento%20tecnico%20importazione%20calzature%20bambino.pdf)
- Reglamento técnico «Sobre el etiquetado y marcado de los productos alimentarios y no alimentarios». <http://customsunioncertificate.com/wp-content/uploads/2014/06/TR-TC-005-Safety-Package-ENG.pdf>

4. Tendencias del mercado

Tanto las prendas de vestir como el calzado son los principales productos afectados por la falsificación, principalmente me de China, Turquía y Polonia. Estos productos reducen no solo los ingresos sino también los volúmenes de producción de los fabricantes.

Debido al estilo de vida ocupado de los consumidores, internet toma un papel cada vez más importante en el distribución de prendas de vestir y calzado, a través de aplicaciones móviles que mejorar la experiencia de compra del consumidor. En 2015, se estima que alrededor del 8% de todas las ventas de prendas de vestir y calzado en Rusia se generaron en línea.

Las 100 primeras empresas de ropa y calzado apenas lograron el 22% de participación, debido a la proliferación de pequeñas marcas que gozan de ventajas competitivas.

Según Trademap, en el 2015 Rusia importó productos de esta partida de valor total USD 2'681,147. El país exportador líder fue China (USD 1'254,200), seguido por Bangladesh (USD 22'900), Turquía (USD 175'373), Italia (USD 169'031), Vietnam (USD 149'927).

5. Estacionalidad de la producción local

La producción local se realiza de la manera regular durante todo el año, con dos picos antes de la apertura de cada temporada: otoño-invierno y primavera-verano.

En el cuadro se observa los meses que importan dicha partida a Rusia

Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic
SI	SI	SI	SI	SI	SI	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible

Fuente: OCEX-MOSCÚ

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

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).

Comienzan por una red de grandes importadores que representan un significativo número de marcas europeas quienes tienen almacenes minoristas, cadenas especializadas a lo largo del país y se encargan de la promoción del producto, cubriendo entre 20% y 30% de la distribución. Los mercados tradicionales ("rinok") distribuyen entre 40% y 45% del producto, mientras que los almacenes no especializados, hipermercados y otros, entre un 25% y un 40%.

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 ropa.

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

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

- Mayoristas
- Minorista – multimarca
- Minorista – marca propia
- Agente de compras
- Agente de ventas
- Empresa trading

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

La presencia de los productos textiles peruanos en el mercado ruso solamente consiste en que Perú fabrica la ropa para las marcas europeas y norteamericanas (Armani Jeans, Ralf Lauren, Guess, Emporio Armani, Paul Smith, Hugo Boss, Kissy Kissy, Lacoste, Giorgio Armani etc.) que posteriormente la exportan a Rusia.

Según las estadísticas de aduanas rusas, solo 0,24% de valor FOB total de los productos de este sector son las marcas peruanas (periodo analizado 01.01.16 – 31.05.16).

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

Para promoción de sector textil en Rusia se ve importante y necesario realizar las siguientes actividades:



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- Participar con el stand nacional en la feria CPM <http://www.cpm-moscow.com/>
- Organizar una Expo Perú en Moscú
- Aumentar cantidad de cupos para las empresas rusas para tales eventos como Perú Moda, Alpaca Moda etc.
- Invitar a la prensa a estos eventos.






PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

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 empresa Oodji http://www.oodji.com/	1 blusa, marca "Oodji"	3.88	No disponible	20/06/2016		
Tienda online de ropa "LA MODA" http://www.lamoda.ru/	1 blusa, marca "Cavalli Class"	593.44	Italia	20/06/2016		
Tienda online de la empresa Oodji http://www.oodji.com/	1 camisa, marca "Oodji"	8.56	No disponible	20/06/2016		




PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

Tienda online de ropa "LA MODA" http://www.lamoda.ru/	1 camisa, marca "Vivienne Westwood"	401.4	Italia	20/06/2016	
--	---	-------	--------	------------	---

*NOTA: para comparación fueron tomados como ejemplo el más caro y más barato ejemplar de cada producto (blusa, camisa).