

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2012

Guía de Mercado

FEDERACIÓN DE
RUSIA



prom
perú

Contenido

- 1. Información General**
- 2. Situación económica y de coyuntura**
 - 2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas**
 - 2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos**
 - 2.3. Nivel de Competitividad**
- 3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios**
 - 3.1. Intercambio Comercial de Rusia con el Mundo**
 - 3.2. Intercambio Comercial de Rusia con el Perú**
- 4. Acceso al Mercado**
 - 4.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias**
 - 4.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio**
 - 4.3. Distribución y Transporte de Mercaderías**
- 5. Oportunidades Comerciales**
 - 5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales**
 - 5.2. Productos con Potencial Exportador**
- 6. Tendencias del Consumidor**
- 7. Cultura de Negocios**
- 8. Contactos de Interés**
- 9. Eventos Comerciales**
- 10. Bibliografía**

Resumen Ejecutivo

La Federación de Rusia es el noveno país en población y el primero en extensión territorial a nivel mundial y es una de las economías emergentes más importantes, al registrar un PBI de US\$ 1,850 billones en el 2011.

El año 2011, la economía rusa creció 4.3%, después de un decrecimiento en el 2009, producto de la crisis financiera el crecimiento se ha mantenido constante. Hasta el 2008 tuvo un crecimiento consecutivo de diez años, con un promedio de 5.2% cada año desde la crisis financiera de 1998. El motor del crecimiento económico de la Federación de Rusia es el comercio exterior, cuyos volúmenes se están recuperando después de la caída del 2009, así como se observa un crecimiento de la demanda interna. Por ejemplo, los precios del metal que es una partida muy importante de las exportaciones rusas han llegado al nivel que se registró antes de la crisis. Asimismo, se estima aumentos del PBI de Rusia de 5.6% para este año.

Las importaciones rusas se incrementaron 9.3% en promedio anual entre los años 2007 y 2011. En el año 2011 las adquisiciones llegaron a niveles de la pre-crisis, es decir un año antes del 2009. Asimismo los principales proveedores fueron China (16.9%), Alemania (13.2%) y Ucrania (7.0%), mientras que nuestro país representó menos del 0.1%.

En 2011, el comercio entre Perú y Rusia fue de US\$ 546 millones, lo que significó un aumento de 152.8% respecto al año 2010. Las exportaciones peruanas a Rusia, en 2011, sumaron US\$ 79 millones, 33.9% de aumento con relación al año anterior. Del total exportado, 59.3% correspondió a productos no tradicionales y fueron las que más crecieron al totalizar US\$ 58 millones y registrar 65.7% de variación comparadas con el año 2010. Por otro lado el 40.7% de las exportaciones correspondieron al sector tradicional y registraron un descenso de 12.5% con respecto al año anterior. Con relación a los productos de valor agregado, los más exportados a Rusia fueron: cítricos, nueces, pescados, café, infusiones y carmín de cochinilla. Mientras que los commodities como el café (US\$ 14 millones) y harina de pescado (US\$ 4 millones) representaron un total de 85.7% del sector tradicional.

Por su tamaño el mercado ruso ofrece oportunidades para las empresas. Como en toda economía en transición, existen riesgos. Rusia ha cambiado mucho en muy poco tiempo. No es un mercado para colocar excedentes o productos de segunda categoría, las empresas deben situarse en el segmento medio-alto del mercado.

Es por ello que a través de la metodología CEPAL, se han identificado productos de la oferta peruana de textiles que tienen potencial en este mercado. Los calificados como estrellas son suéteres de punto de fibras sintéticas o artificiales y mantas de lana o pelo fino.



1. Información general

El principal rasgo característico de la situación geopolítica de Rusia consiste en que su parte occidental, europea, que habitan más de 4/5 de toda la población, se halla dentro de los límites del Este de Europa, mientras que la parte oriental, tramontando los Urales, ocupa el Norte de Asia. Rusia limita con catorce países y es el que tiene las fronteras más extensas. Tiene fronteras comunes con los

siguientes países (empezando por el noroeste y siguiendo el sentido antihorario): Noruega, Finlandia, Estonia, Letonia, Bielorrusia, Lituania, Polonia, Ucrania, Georgia, Azerbaiyán, Kazajistán, China, Mongolia y Corea del Norte. Además comparte fronteras marítimas con Japón y Alaska. Sus costas están bañadas por el océano Ártico, el océano Pacífico del Norte, y por mares interiores como el mar Báltico, el mar Negro y el mar Caspio. La capital es Moscú, en la cual habitan aproximadamente 11 millones de habitantes, luego le sigue Saint Petersburg con 5 millones, Novosibirsk con un poco menos de 2 millones y con un poco más de 1 millón se tiene a Yekaterinburg y Nizhniy Novgorod.

Con una tasa de crecimiento promedio anual de -0.47%, se estima una población aproximada de 139 millones de habitantes¹. La distribución de la población por edades es como sigue, el 15.2% se ubica entre los 0-14 años, el 71.8% entre 15-64 años y el 13% entre 65 años a más.

Hay pocos grupos étnicos, siendo los rusos la mayoría de habitantes (79.8%), otros grupos son: Tatar 3.8%, Ucrainianos 2%, Bashkir 1.2%, Chuvash 1.1% y otros 12.1%. En cuanto a la religión, 15-20% son rusos ortodoxos, 10-15% son musulmanes y los cristianos representan el 2%. El idioma oficial es el ruso pero otros idiomas también son utilizados pero por una minoría.

La unidad monetaria es el rublo (RUB). La equivalencia monetaria del rublo ruso con el nuevo sol PEN (Perú) se indica en cuadro adjunto² y de la misma forma para mayor referencia también se detalla la equivalencia del dólar americano con respecto al rublo.

Fecha 2012.11.19	
1.00 RUB	= 0.083 PEN
Rublo Ruso	Perú Nuevos Soles
1 RUB = 0.083 PEN	1 PEN = 12.0434 RUB
Fecha 2012.11.19	
1.00 USD	= 31.4332 RUB
Dólar Americano	Rublo Ruso
1 USD = 31.4332 RUB	1 RUB = 0.0318 USD

¹ The World Factbook, estimación a Julio del 2011

² Para mayor información: www.xe.com

2. Situación económica y de coyuntura

2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

La liberalización de su economía y sus fronteras comerciales han permitido acceder a un país con una población muy numerosa que precisa de tecnología y productos para atender las demanda interna de reconstrucción y modernización. Rusia terminó el año 2008 con su décimo año consecutivo de crecimiento, con un promedio de 5.2% cada año desde la crisis financiera de 1998.

A finales de 2008 e inicios de 2009, Rusia entró en una crisis debido a la bajada de la demanda global, falta de liquidez, bajada de precios de materias primas y, sobre todo, de petróleo. Así fue como Rusia cayó -7.8% terminando con el crecimiento continuo que venía dándose a lo largo de los años. En el 2010 se recuperó y creció 4.3% al igual que en el año 2011. Lo que se espera para el 2012, según el FMI es tener un crecimiento del PBI de 3.7%.

Cuadro Nº 1
Rusia: Indicadores Macroeconómicos

Indicadores Económicos	2008	2009	2010	2011	2012*	Var. % Prom (2011-2008)	Var % 11/10
Crecimiento real del PBI (precios constantes) (%)	5.2	-7.8	4.3	4.3	3.7	1.50	--
PBI per cápita (US\$)	11,704	8,617	10,408	12,993	13,765	3.54%	24.8
Tasa de inflación (%)	14.1	11.7	6.9	8.4	5.1	10.26	--
Tasa de desempleo (%)	6.4	8.4	7.5	6.5	6.0	7.20	--

* Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional
Fuente: FMI – World Economic Outlook Database

El motor del crecimiento económico de la Federación de Rusia es el comercio exterior, cuyos volúmenes están llegando a números de los años anteriores a la crisis económica, así como se observa un crecimiento de la demanda interna. Por ejemplo, los precios del metal que es una partida muy importante de las exportaciones rusas han llegado al nivel que se registró antes de la crisis y en el 2011 se puede ver que las sobrepasaron.

Actualmente el Gobierno de la Federación de Rusia planifica llevar a cabo un corte de gastos presupuestarios para conseguir en el año 2015 el cero déficit presupuestario.

En cuanto la parte de gastos de los Presupuestos Federales, a pesar de revisar la importancia de gastos se esperan gastos complementarios para superar problemas infraestructurales, para apoyar la diversificación de la economía nacional y para puesta en marcha de la reforma en el ámbito militar.

En el año 2010 Rusia sufrió la sequía más fuerte de los últimos diez años, lo que provocó alza de precios en flecha de los productos agroalimentarios. Fruto de condiciones climáticas se perdió el 40% de la cosecha de los cereales, de la carne y de la patata.

2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

Bienes de consumo. Entre éstos cabe destacar muebles, calzado, cerámica y textil. La escasa competitividad de su industria local representa oportunidades para estos sectores productivos.

Agroalimentario. Debido a una baja competitividad de estos productos dentro de la economía rusa el gasto se canaliza hacia la importación. El mercado de la Federación de Rusia sigue siendo atractivo y con muchas expectativas para el Sector Agroalimentario, y, en particular, para el segmento hortofrutícola.

La demanda de productos “gourmet” está concentrada en la capital de Rusia, ciudad de Moscú, a las cual corresponde una cuota del mercado de alrededor del 80%.

Maquinaria y equipos para la industria alimentaria, textil y de tratamiento de la madera, representan las partidas arancelarias con expectativas de aumento en el volumen de importación.

Sector naval. Rusia tiene una imperiosa necesidad de renovar su flota tanto mercante como pesquera.

Sector energético, principalmente el de la energía eléctrica.

Construcción. Oportunidades derivadas del Plan Ruso de Infraestructuras de Transporte, que prevé la construcción de una red de carreteras de peaje y de líneas férreas de alta velocidad, para cuyo desarrollo se convocarán distintos concursos en los próximos años.

Por otra parte cabe mencionar las oportunidades de negocio en relación de la celebración de los Juegos Olímpicos en invierno de 2014 en Sochi.

2.3 Nivel de Competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, de la “Facilidad de hacer negocios” (entre 185 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Rusia y para otros países similares.

Cuadro N° 2
Ranking Doing Business 2011

Criterios	Rusia	Perú	Chile	Brasil	Mongolia	Kazakhstan
Facilidad de hacer negocios	112	43	37	130	76	49
Apertura de un negocio	101	60	32	121	39	25

Manejo permiso de construcción	178	86	84	131	121	155
Registro de propiedades	48	19	55	109	22	28
Obtención de crédito	104	23	53	104	53	83
Protección de los inversores	117	13	32	82	25	10
Pago de impuestos	64	85	36	156	70	17
Comercio transfronterizo	162	60	48	123	175	182
Cumplimiento de contratos	11	115	70	116	29	3628
Cierre de una empresa	53	106	98	143	127	55

Fuente: Doing Business

El Perú se encuentra ubicado en la posición 43^o en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, muy por delante de Rusia quien se ubica en la posición 112^o. Los indicadores no son muy buenos para esta economía que no ofrece las facilidades para abrir un nuevo negocio y atraer a la inversión extranjera. Todos los criterios se encuentran muy rezagos (por encima o cerca de la posición 100), a excepción del registro de propiedades y el cumplimiento de contratos.

Por un lado, en Rusia se tiene ocho procedimientos con una duración de dieciocho días que un nuevo empresario deberá llevar a cabo para iniciar un negocio. Y por otro lado, el Perú tiene cinco procedimientos a realizar en veintisiete días.

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1 Intercambio Comercial de Rusia con el Mundo

Las exportaciones e importaciones de Rusia mostraron un incremento con respecto al año anterior, 19.5% y 14.5% respectivamente. El incremento en el volumen de exportaciones ha proporcionado al país una balanza comercial positiva, flujo de caja y reservas crecientes.

Cuadro Nº 3
Intercambio Comercial Rusia - Mundo

Comercio Exterior	Valor en millones US\$					Var. % Prom	Var % 11/10
	2007	2008	2009	2010	2011		
Exportaciones	352,266	467,994	301,796	400,100	478,009	7.93	19.5
Importaciones	199,726	267,051	170,827	248,700	284,737	9.27	14.5
Balanza Comercial	152,540	200,943	130,969	151,400	193,272	-	-
Intercambio Comercial	551,992	735,045	472,623	648,800	762,746	8.42	17.6

Fuente: Trademap

Rusia importa principalmente maquinarias y reactores nucleares, vehículos terrestres, productos farmacéuticos, aparatos de óptica, fotografía y cinematografía, manufacturas de fundición, de hierro o acero, carne y frutos comestibles. Los tres principales países proveedores en el 2011 fueron: China (16.9%), Alemania (13.2%) y Ucrania (7.0%).

Cuadro N° 4
Rusia: Ranking de Productos Importados

RK	Art.	Descripción	Valor en millones US\$			% Part. 2011	Var % 11/10
			2009	2010	2011		
1	'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	27,504	37,036	51,681	18.2	39.5
2	'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres	14,161	22,696	37,864	13.3	66.8
3	'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico	18,506	25,792	30,932	10.9	19.9
4	'30	Productos farmacéuticos	8,510	11,125	13,184	4.6	18.5
5	'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	5,753	8,139	10,069	3.5	23.7
6	'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	3,726	5,958	7,735	2.7	29.8
7	'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía	4,855	6,003	7,604	2.7	26.7
8	'72	Fundición, hierro y acero	3,325	4,750	6,303	2.2	32.7
9	'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	4,394	5,491	6,216	2.2	13.2
10	'02	Carne y despojos comestibles	6,245	5,848	6,190	2.2	5.8
Resto			73,848	115,860	106,957	37.6	-7.7
Total			170,827	248,700	284,737	100.0	14.5

Fuente: Trademap

Los productos principalmente exportados son combustibles y aceites minerales, abonos, perlas finas y piedras preciosas, manufacturas de aluminio, productos químicos inorgánicos, manufacturas de madera, níquel y cobre. Los tres principales países de destino de las exportaciones rusas en el 2011³ fueron: Países Bajos (12.8%), China (7.3%) e Italia (5.8%).

³ Fuente: Trademap

Cuadro N° 5
Rusia: Ranking de Productos Exportados

RK	Art.	Descripción	Valor en millones US\$			% Part. 2011	Var % 11/10
			2009	2010	2011		
1	'27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	190,171	261,850	282,392	59.1	7.8
2	'72	Fundición, hierro y acero	14,725	19,086	21,985	4.6	15.2
3	'31	Abonos	5,505	7,389	10,078	2.1	36.4
4	'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas	4,073	7,301	9,583	2.0	31.3
5	'28	Productos químicos inorgánicos.; compuestos inorgánicos./orgánicos de los metales	2,213	6,479	7,892	1.7	21.8
6	'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	5,791	6,835	7,796	1.6	14.1
7	'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	5,573	6,221	6,976	1.5	12.1
8	'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	5,581	5,656	5,333	1.1	-5.7
9	'74	Cobre y manufacturas de cobre	3,558	4,919	5,029	1.1	2.2
10	'75	Níquel y manufacturas de níquel	3,669	5,424	4,710		
		Resto	60,938	68,941	116,234	24.3	68.6
		Total	301,796	400,100	478,009	100.0	19.5

Fuente: Trademap

3.2 Intercambio comercial de Rusia con Perú

El comercio entre Perú y Rusia alcanzó US\$ 546 millones en el 2011, es decir 152.5% más que el año anterior; y significó para nuestro país un déficit de US\$ 388 millones. Cabe señalar que los principales productos demandados por el Perú desde Rusia fueron abonos, combustibles minerales y cereales.

En el 2011, las exportaciones peruanas a Rusia alcanzaron la cifra de US\$ 79 millones, lo cual representa un aumento de 33.9% en comparación con el año anterior.

En el primer bimestre del año 2012, las exportaciones del Perú hacia Rusia sumaron US\$ 2 millones, 30.9% más que lo registrado en iguales meses del año pasado. Esto se debe a la gran demanda de importaciones y la necesidad de revitalizar su estructura productiva, la mejora de su solvencia externa la cual es garantizada a corto plazo y sin riesgos estimados a medio plazo y a la necesidad de reformas estructurales.

Cuadro N° 6
Intercambio Comercial Perú – Rusia

Comercio Exterior	Valor en millones US\$					Var. % Prom	Var % 11/10
	2007	2008	2009	2010	2011		
Exportaciones	14	22	26	59	79	55.3	33.9
Importaciones	109	180	154	157	467	43.8	196.8
Balanza Comercial	-96	-159	-128	-99	-388	-	-

Intercambio Comercial	123	202	181	216	546	45.2	152.5
-----------------------	-----	-----	-----	-----	-----	------	-------

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

Los productos no tradicionales representaron 73.4% del total exportado a este país, y los principales sectores fueron agropecuario (US\$ 39 millones), pesquero (US\$ 12 millones) y químico (US\$ 5 millones). Con relación a los productos de valor agregado, los más exportados a Rusia fueron: uvas frescas, papa congelada, granadas frescas, lacas colorantes, langostino entero congelado y nueces.

Mientras que los commodities como el Café (US\$ 154 millones) y harina de pescado (US\$ 4 millones) representaron un total de 85.7% del sector tradicional. El sector tradicional representó el 26.6% de las exportaciones peruanas en el 2011.

Cuadro N° 7
Perú: Exportaciones por sectores económicos

SECTOR	Valor en millones US\$		Var % 11/10
	2010	2011	
TRADICIONAL	24	21	-12.5
<i>Minero</i>	<i>0</i>	<i>3</i>	<i>-</i>
<i>Pesquero</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>12.4</i>
Harina de Pescado	3	4	12.4
<i>Petróleo y Derivados</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>-</i>
Agrícola	20	14	-29.7
Azúcar	15	0	-
Café	6	14	148.4
NO TRADICIONAL	35	58	65.0
Agropecuario	24	39	62.7
Textil	1	1	-24.3
Pesquero	6	12	88.7
Químico	4	5	29.4
Metal-Mecánico	0	0	4200.0
Sidero-Metalúrgico	0	1	-
Minera No Metálica	0	0	300.0

Madera y Papeles	0	0	-50.0
Varios (incl. Joyería)	0	0	75.0

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

De un total de partidas tradicionales y no tradicionales, en el 2011 se exportaron 156, lo cual reflejó un aumento con respecto al año anterior siendo esta de 92. Como partidas no tradicionales se exportaron 97 en el 2009, 89 en el 2010 y 152 en el 2011.

Por otro lado, los diez productos no tradicionales mencionados a continuación registran alrededor de cincuenta millones de dólares, un 86.2% del total de las exportaciones del sector no tradicional.

Cuadro N° 8
Perú: Principales productos no tradicionales exportados a Rusia

RK	Partida	Descripción	Valor en millones US\$			Var % 10/09
			2009	2010	2011	
1	806100000	Uvas frescas	11	20	30	51.6
2	307490000	Pota congelada	2	5	6	33.9
3	810909000	Granadas frescas	0	1	3	252.5
4	3205000000	Lacas colorantes	1	2	3	16.6
5	306131100	Langostino entero congelada	1	1	2	237.9
6	801220000	Nueces del Brasil sin cascara frescas o secas	0	0	2	358.9
7	306131200	Langostino con cola sin caparazón	1	0	1	393.7
8	904201030	Paprika molida	1	1	1	27.6
9	3203001500	Materias colorantes de marigold	0	0	1	246.0

10	805201000	Mandarinas frescas o secas	0	1	1	-20.6
		Resto	4	4	8	100
		Total	22	35	58	65.7

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

De las 149 empresas exportadoras peruanas hacia Rusia se puede observar que ninguna empresa registra cantidades mayores a los US\$ 10 millones. Por otro lado, vemos que ha habido un ligero incremento del número de empresas peruanas que exportan entre US\$ 1 millón y menos de US\$ 10 millones, considerándose a estas como empresas medianas. Además, estas empresas han aumentado en términos de valor de exportación hacia Rusia llegando a exportar, en el 2011, US\$ 50.4 millones. De la misma forma pasa con las pequeñas, se han incrementado en veinte empresas y las exportaciones llegan a ascender a US\$ 26 millones. Con respecto a las microempresas vemos que el número de estas también ha aumentado y sus exportaciones han sido de US\$ 2 millones.

Cabe resaltar que en el año 2011 de las 149 empresas, 142 empresas exportaron productos no tradiciones y representaron el 95% del total de empresas.

Cuadro Nº 9
Perú: Empresas exportadoras a Rusia

Tamaño de Empresa	Número de Empresas		Exportación en Mill. US\$	
	2010	2011	2010	2011
Grande	1	0	S/. 10.06	S/. 0.00
Mediana	11	20	S/. 25.03	S/. 50.41
Pequeña	54	74	S/. 21.82	S/. 26.01
Micro	49	55	S/. 1.92	S/. 2.36
Total	115	149	S/. 58.83	S/. 78.78

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

4. Acceso al Mercado

El estado ruso está dando pasos para reformar su sistema de comercio exterior. Su próxima entrada en el OMC tendrá como consecuencia una flexibilización del sistema. Se trata de un proceso paulatino que sin duda favorecerá la entrada de empresas en el país.

Hoy en día existen todavía barreras arancelarias para acceder al mercado ruso, desde aranceles de importación, un complejo sistema de registro, y exigencias de etiquetado de los productos.

4.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

- **Medidas Arancelarias**

Los aranceles a la importación y la tasa de formulación aduanera, o tasa aduanera, se aplican a las mercancías que se importan al territorio aduanero ruso. Los aranceles pueden variarse dependiendo del tipo de producto que entre en el país.

La clasificación de las mercancías se realiza mediante una adaptación de la clasificación HS, (Nomenclatura aprobada por el Gobierno 30/11/01, N380, del Arancel aduanero de la Federación Rusa y de la Nomenclatura arancelaria aplicable a las operaciones de comercio exterior, la nomenclatura es común a todos los países del CEI), basada en códigos de diez dígitos y que, en la práctica, apenas se diferencia de la Nomenclatura Combinada.

Tarifas

El arancel de importación es el tributo al que están sujetas las mercancías que entran en territorio aduanero ruso en régimen, fundamentalmente, de despacho a consumo.

Los aranceles pueden ser "ad valorem" (en porcentaje sobre el valor aduanero de la mercancía), específicos (a tanto por cantidad de producto), o combinados, en cuyo caso se establece un arancel "ad valorem", pero combinado con un mínimo específico, y se aplica el arancel que resulte mayor entre ambas posibilidades.

La lista de los aranceles aplicables ha sido establecida por el Reglamento de 27 de noviembre de 2009. En su aplicación existen las siguientes posibilidades:

- A las importaciones procedentes de los países con quienes Rusia tenga aprobado el tratamiento de nación más favorecida (NMF) se aplican los aranceles de la lista general.
- Las importaciones de países que no se beneficien del tratamiento NMF están gravadas al doble de los tipos de la lista básica.
- Las importaciones procedentes de países en vías de desarrollo se gravan al 75% de los tipos de la lista básica.

A continuación se lista los aranceles tanto para el Perú como para el mundo de los principales productos exportados por el Perú hacia Rusia. De igual forma se puede observar la posición del Perú como proveedor de Rusia y sus principales competidores con sus respectivas participaciones de mercado.

Cuadro Nº 10
Rusia: Aranceles (Productos No Tradicionales)

RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	806100000	Uvas frescas	5	Turquía (35.7%) Uzbekistán (16.1%) Chile (10.7%)	5.0%	3.75%

2	307490000	Pota congelada	4	China (81.1%)	10.0%	7.5%
				Chile (4.6%)		
				Tailandia (3.3%)		
3	810909000	Granadas frescas	8	Azerbaiyán (36.0%)	10.0%	7.5%
				Turquía (18.3%)		
				Uzbekistán (17.6%)		
4	3205000000	Lacas colorantes	13	Alemania (60.5%)	5.00%	3.75%
				Italia (20.3%)		
				Luxemburgo (12.6%)		
5	306131100	Langostino entero congelada	10	Canadá (32.9%)	10.0%	7.5%
				China (24.6%)		
				Dinamarca (12.9%)		
6	801220000	Nueces del Brasil sin cascara frescas o secas	2	Bolivia (66.2%)	5.0%	3.75%
				Perú (33.8%)		
				Brasil (0,0%)		
7	306131200	Langostino con cola sin caparazón	10	Canadá (32.9%)	10.0%	7.5%
				China (24.6%)		
				Dinamarca (12.9%)		
8	904201030	Paprika molida	10	China (35.7%)	5.0%	3.75%
				México (15.4%)		
				India (11.3%)		
9	3203001500	Materias colorantes de marigold	4	Dinamarca (19.6%)	5.0%	3.75%
				Francia (17.1%)		
				Reino Unido (16.8%)		
10	805201000	Mandarinas frescas o secas	15	Marruecos (26.5%)	9.7%	7.28%
				Turquía (24.9%)		
				Pakistán (10.5%)		

Fuente: Market Access Map, Trade Map.

- **Medias No Arancelarias**

Todavía se ven obstáculos en la inseguridad en cuanto a la aplicación de normas legislativas impuestas por la burocracia rusa. A tenor de la ley de bases de regulación estatal del comercio exterior, la Federación Rusa puede imponer contingentes y cuotas (Art. 21).

A. Contingentes

Están vigentes los siguientes:

1. Sobre la importación de carne de ave, cerdo y ternera (Reglamento del Gobierno de FR de 5 de septiembre de 2005 hacia adelante, N 732
2. De exportación de materias primas que contengan metales preciosos (La decisión del gobierno de la FR del 1 de marzo de 2006 hacia adelante, N 276 – r, establece los contingentes de exportación).

B. Licencias de Importación y Exportación

Las licencias de importación son requeridas para la importación de varios productos como alcohol etílico, bebidas alcohólicas y vodka con un volumen de alcohol mayor de un 28%, televisores a color de 14, 21 y 25 pulgadas, armas para combate y deportivas, artículos para defensa personal, explosivos, equipo militar, material radiactivo y desperdicios de uranio, narcóticos y metales preciosos, aleaciones y piedras, productos de tabaco y medicinas, venenos y drogas. Los controles son ejercidos por el Ministerio de Desarrollo Económico y Comercio (en el caso de armas para deporte y defensa personal).

Se exigen en los siguientes casos:

1. Establecimiento de contingentes temporales.
2. Mercancías que pueden ser peligrosas para la seguridad y la salud.
3. Concesión de exclusividad para la importación y exportación de determinadas mercancías.
4. Cumplimiento de obligaciones internacionales.

Las licencias pueden ser por una vez, generales (para un número ilimitado de operaciones, pero con limitación de cantidad, por un plazo no superior de un año) o exclusivas.

4.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio

Se cobra una Tasa de Formalización Aduanera e Impuesto sobre el Valor Añadido, así como Impuestos Especiales. El IVA se aplica a toda la producción que se comercialice en la Federación Rusa, con independencia de que se produzca en el propio país o sea importado desde el extranjero. Las accisas se aplican a unos bienes determinados, con independencia de que hayan sido producidos en Rusia o en el extranjero.

El IVA aplicado en la Federación Rusa

Es un impuesto federal regulado por el Código Tributario de la Federación Rusa. El mecanismo de funcionamiento del mismo, en régimen general, es semejante al impuesto español del

mismo nombre. El tipo general es del 18% y el tipo reducido para la mayoría de los productos de alimentación y para la infancia es del 10%.

Los impuestos especiales o accisas

Las accisas son un impuesto indirecto especial, regulado por el Código Tributario de la Federación Rusa. Se aplican sólo a determinados tipos de productos, en particular alcoholes y bebidas alcohólicas, tabaco, automóviles (con motor de potencia superior a 150 caballos), combustible y aceite para motores, tanto si son importados como si se producen en Rusia. No están sujetas las mercancías que se exporten al extranjero.

Existen dos posibilidades de imposición de accisas:

- Accisas específicas, por cantidad de producto importado.
- Accisas "ad valorem". En este caso, se aplica un porcentaje sobre la suma del valor aduanero del producto y el arancel de importación.

Los tipos impositivos varían para cada producto. Para vinos naturales, excepto espumosos, por ejemplo, es de 2,20 rublos por litro.

4.3 Distribución y Transporte de Mercaderías

• Distribución

De acuerdo con varias oficinas de la investigación, el mercado podría de hecho ser fácilmente superior a 300 mil millones de dólares y crecer un 30-40% por año. Considerando que los sistemas de distribución son prácticamente inexistentes en la caída de la URSS, la privatización y la liberalización casi total del sector han llevado a una rápida transformación del mercado. Las cadenas de supermercados comenzaron a desarrollarse en la década de 1990 y la actual estructura integra los componentes del modelo occidental.

Una parte esencial de la distribución sigue siendo llevada a cabo por medio de puestos ambulantes y mercados. Representan más de la mitad de las ventas, con un 20% para los mercados al aire libre. Ser capaz de utilizar estos canales es a menudo la clave del éxito en Rusia.

En cuanto a las cadenas, el mercado está dominado por los supermercados, que representan más de la mitad de las ventas. Los hipermercados han aparecido recientemente (apertura de la primera Auchan en 2002), y ya están alcanzando el 10% de la facturación total, tienen un gran potencial. Se dirigen a una clientela relativamente acomodada. La proporción de tiendas de descuento también del 20%, pero el mercado parece estar más saturados. Por último, las tiendas locales representan del 10% al 15% de las ventas de la cadena.

Organizaciones en el sector minorista

Hipermercados

Situado en las afueras de las grandes ciudades.

Alimentos, productos de limpieza, cosméticos, ropa, joyas, aparatos electrónicos.

Real, Auchan

Supermercados

Situado en las zonas residenciales, cerca de una estación de metro o en una calle principal. Alimentos, productos de limpieza, cosméticos.

Perekrestok , Ramstor , continente Sedmoi , Mega

Tiendas especializadas

Situadas en la periferia, o en el centro de la ciudad, por lo general en los centros comerciales. Artículos deportivos, muebles, bricolaje, ropa, artículos metálicos.

Intersport , Sportmaster , Ikea , Shatura , Leroy Merlin , Castorama , Collins, Sela , Mexx, Arbat Prestizh , Douglas-Rivoli Intersport , Sportmaster , Ikea , Shatura , Leroy Merlin, Castorama , Collins, Sela , Mexx, Prestizh Arbat , Douglas-Rivoli

Tiendas de descuento

Situado en las zonas residenciales.

Principalmente alimentos.

Diksi, Magnit , Kopeika Diksi, Magnit , Kopeika

Las tiendas locales

Situado en las zonas residenciales.

Principalmente alimentos, abierto 24/24.

Kvartal, Pyaterochka Kvartal, Pyaterochka

Puestos

Ubicado en la vía principal y también las estaciones de metro cerca o mercados y centros comerciales.

Cada puesto está especializada en un tipo de productos: bebidas, ropa, discos compactos y DVD, joyas, iconos, frutas y hortalizas, tabaco, etc. Los productos vendidos son generalmente de baja calidad y bajo precio.

Abrir los mercados al aire

Estos suelen ser los lugares regulados en el que las personas pueden alquilar un stand. Los mercados de alimentos son relativamente pequeños y hay varios.

Otros mercados, especialmente para los sistemas estéreos y aparatos eléctricos son en menor número.

Gorbushka, Savelioskaya, Izmailovskiy, à Moscou VDNKh

La venta a distancia

La mayoría de las formas populares de marketing directo

Esencialmente por correo (70% del total). Privada de venta directa también está muy extendida, sino que pertenecen sobre todo al sector no oficial.

Tipo de productos

Productos de belleza y cosméticos, ropa, electrónica, productos culturales.

Evolución del sector

De acuerdo con el EMOTA (europeo E-comercio y del pedido por correo Trade Association), el volumen de negocios total de la venta a distancia en Rusia fue de 820 millones de euros en 2005. El mercado de venta a distancia está mostrando un crecimiento sostenido y las perspectivas son excelentes. De hecho, con un gasto medio de 6 euros por habitante en 2005 (frente a € 223 en Francia o 25 euros en Polonia), el mercado no está aún bien desarrollada. Los expertos estiman que el potencial de la demanda es por lo menos 4 veces mayor, sobre todo en razón del tamaño del país. El desarrollo de la actividad se facilita por el rápido crecimiento del número de usuarios de Internet y la densidad de la red postal, incluso en las zonas rurales, pero todavía es limitada por la falta de medios seguros on-line de pago.

- **Transporte de Mercaderías**

Incluso si el material necesario modernizar la red de ferrocarril es el medio más utilizado de transporte de mercancías Representa el 7% del tráfico mundial. No hay autopistas y la infraestructura es inadecuada para el transporte de mercancías (el 19% de todo el tráfico de mercancías). Sin embargo, los proyectos están en marcha para abrir el país hacia el Oeste. Rusia tiene 41 grandes puertos de los cuales sólo 11 están equipadas con infraestructuras para la importación-exportación, el más grande es San Petersburgo (42 millones de toneladas). El país está abierto al mar en tres lados: el mar Báltico, el Mar Negro y el Océano Pacífico. El gobierno tiene un ambicioso proyecto de modernización y quiere aumentar la capacidad de las terminales portuarias de carga aérea doméstica no está muy extendida.

Puertos

- San Petersburgo
- Vyborg Vyborg
- Vladivostok Vladivostok
- Nakhodka Nakhodka
- Petropavlosk-Kamchatcka Petropavlovsk-Kamchatcka
- Novorossiisk Novorossiisk
- Sotchi Sotchi

Aeropuertos

- Sheremetyevo (Moscú)
- Domodedovo (Moscow) Domodedovo (Moscú)
- Pulkovo (St Petersburg) Pulkovo (San Petersburgo)
- Koltsovo (Yekaterinburg) Koltsovo (Ekaterimburgo)
- Tolmachevo (Novosibirsk) Tolmachevo (Novosibirsk)
- Vnukovo (Moscow) Vnukovo (Moscú)

5. Oportunidades Comerciales

5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Perú evalúa un posible tratado de libre comercio con Rusia, debido a que existe un enorme potencial de intercambio comercial.

Además es un punto positivo que Rusia entre a la Organización Mundial de Comercio (OMC) pues permitirá negociar acuerdos de preferencias arancelarias. Los funcionarios de Perú y Rusia están en la mira no sólo de realizar un acuerdo bilateral de promoción y protección de inversiones sino también ver la posibilidad de un acuerdo de cooperación aduanera.

Varios señalan que hay un interés y un comercio potencial muy importante entre ambos países y es muy probable que surja un acuerdo entre ambos.⁴

5.2 Productos con Potencial Exportador

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de la Federación Rusa (del periodo comprendido entre 2007 y 2011). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Los sectores que han sido considerados con oportunidades por esta metodología fueron agrícola, confecciones, pesca y pecuario. En los siguientes cuadros se detallan productos potenciales en el mercado ruso en los sectores mencionados.

Cuadro Nº 11
Rusia: Productos potenciales / Confecciones

Partida	Descripción	Clasificación
611020	Suéter de algodón	Prometedor
610910	T-shirts de algodón	Prometedor
611030	Sueter de materiales sintéticos	Estrella
610990	T-shirts de materiales sintéticos	Estrella
611011	Suéter de lana	Prometedor

⁴ Fuente: El Comercio

610821	Bragas de punto de algodón para damas	Estrella
610443	Vestidos de punto de fibras sintéticas	Estrella
610711	Calzoncillos de punto de algodón	Prometedor
611120	Prendas de vestir de algodón para bebe	Estrella
610620	Polos shirt de fibra sintética para damas	Estrella
610462	Pantalones de punto de algodón	Estrella
610822	Bragas de punto de fibras sintéticas para damas	Estrella
610444	Vestidos de punto de fibras artificiales	Estrella
611710	Chales, pañuelos para el cuello, bufandas	Estrella
611241	Trajes de baño de punto de fibras sintéticas	Estrella
610610	Polos shirt de algodón para damas	Prometedor
610442	Vestido de algodón	Estrella
610510	Polo shirt de algodón	Prometedor

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

Cuadro Nº 12
Rusia: Productos potenciales / Sector Agrícola

Partida	Descripción	Clasificación
070960	Pimiento del genero capsicum	Estrella
071080	Las demás legumbres y hortalizas	Estrella
070320	Ajos frescos o refrigerados	Estrella
071333	Alubia común, seca desvainada	Estrella

071022	Alubia, incluso desvainadas, cocidas, congeladas	Estrella
071220	Cebolla, incluso en trozos o rodajas	Estrella
070920	Espárragos frescos o refrigerados	Estrella
080300	Bananas o plátanos, frescos o secos.	Estancado
080520	Mandarinas, clementinas y similares, frescos	Estrella
080610	Uva frescas	Estancado
080510	Naranja frescas	Estancado
080440	Paltas (aguacates)	Estrella
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	Estrella
090420	Pimiento seco, triturado o pulverizado	Estrella

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

Cuadro Nº 13
Rusia: Productos potenciales / Sector Pesca

Partida	Descripción	Clasificación
030374	Caballa congelada	Consolidado
030379	Los demás pescados congelados	Consolidado
030211	Truchas frescas o refrigeradas	Estrella
030378	Merluzas congeladas	Estancado
030380	Hígados, huevas y lechas de pescados congelado	Estrella
030799	Moluscos e invertebrados secos, salados o en salmuera	Estrella
030269	Los demás pescados frescos o refrigerados	Estrella
030749	Jibia, calamar y pota, congelados, secos, salados	Estancado
030530	Filete de pescado, secos, salado o en salmuera	Estrella
030192	Anguila viva	Estancado

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

Cuadro Nº 14
Rusia: Productos del Sector Textil exportados a Rusia

RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	5109100000	Hilados de lana o pelo fino con un contenido >=85% en peso	5	China (64.5%)	5.0%	5.0%
				Turquía (20.3%)		
				Australia (4.9%)		
2	5109900000	Los demás hilados de lana o pelo fino	8	Turquía (44.9%)	5.0%	5.0%
				China (38.3%)		
				Australia (5.1%)		
3	6111200000	Prendas y complementos de vestir de punto para bebés de algodón	18	China (38.1%)	10.00% ó 2878.49 \$/Ton, se aplica el mayor	10.00% ó 2878.49 \$/Ton, se aplica el mayor
				Uzbekistán (10.6%)		
				India (10.4%)		
4	5509610000	Demás hilados de fibras discontinuas acrílica mezclados con lana/pelo fino	9	Italia (52.1%)	5%	5%
				Turquía (20.4%)		
				China (8.1%)		
5	6110301000	Suéteres, pullovers, cardigans y chalecos de fibras acrílicas	43	China (65.4%)	10.00% ó 4317.74 \$/Ton, se aplica el mayor	10.00% ó 4317.74 \$/Ton, se aplica el mayor
				Bangladesh (8.2%)		
				Turquía (7.1%)		
6	6202110000	Abrigos impermeables para mujeres de lana o pelo fino	41	Italia (29.9%)	10.00% ó 6103.35 \$/Ton, se aplica el	10.00% ó 6103.35 \$/Ton, se aplica el
				China (20.3%)		

				Marruecos (8.3%)	se aplica el mayor	mayor
7	6301209000	Mantas de las demás materias textiles	5	Ucrania (40.1%)	10.00% ó 3662.13 \$/Ton, se aplica el mayor	10.00% ó 3662.13 \$/Ton, se aplica el mayor
				Alemania (25.1%)		
				Italia (11.7%)		
8	6102100000	Abrigos, chaquetas y capas de punto para mujeres de lana o pelo fino	50	Italia (45.1%)	20.00% ó 1007.47 \$/Ton, se aplica el mayor	20.00% ó 1007.47 \$/Ton, se aplica el mayor
				China (22.2%)		
				Francia (7.3%)		
9	6110191090	Los demás suéteres de lana o pelo fino	21	Italia (39.4%)	10.00% ó 4317.74 \$/Ton, se aplica el mayor	10.00% ó 4317.74 \$/Ton, se aplica el mayor
				China (36.6%)		
				Mongolia (5.6%)		
10	6301300000	Mantas de algodón	21	China (25.0%)	20.00% ó 1007.47 \$/Ton, se aplica el mayor	20.00% ó 1007.47 \$/Ton, se aplica el mayor
				Ucrania (24.1%)		
				Turquía (20.3%)		

6. Tendencias del Consumidor

En cuanto a los gustos del consumidor ruso, en el sector del hábitat se puede afirmar que se inclinan por un diseño clásico. Algunos importadores y distribuidores comentan que el gusto por los colores claros o cálidos en otros sectores se debe a los largos periodos de invierno y a las características de su climatología.

Los productos de gama alta y de marca tienen más posibilidad en la capital que en otras partes de la Federación de Rusia. A Moscú le sigue la segunda ciudad por su importancia que es San Petersburgo. En las regiones de Rusia el precio es un factor muy importante a la hora de tomar la decisión de compra. No obstante, en las ciudades (con una población superior a un millón de habitantes) como Rostov-on-Don, Ekaterimburgo, Samara, Kazan, Novosibirsk, Krasnoyarsk, Krasnodar, Nizhny Novgorod poco a poco la situación va cambiando lo que permite la entrada de productos "gourmet" en estas zonas.

7. Cultura de Negocios Contactos de Interés

Consejos para negociar en Rusia

Por su tamaño el mercado ruso ofrece oportunidades para las empresas. Como en toda economía en transición, existen riesgos, pero quizás el mayor de ellos es ignorar las oportunidades que brinda. Rusia ha cambiado mucho en muy poco tiempo. No es un mercado

para colocar excedentes o productos de segunda categoría. Las empresas deben situarse en el segmento medio-alto del mercado, en donde se encontrará con sus competidores habituales de otros mercados internacionales.

Las características del mercado requieren que la empresa tenga una cierta experiencia internacional para gestionar y diversificar con éxito los riesgos a los que se enfrentará.

Las barreras de acceso al mercado están con mucha frecuencia más relacionadas con factores idiomáticos, logísticos o burocráticos que con la calidad o el precio del producto ofertado. La estrategia de introducción de la empresa no debe centrarse únicamente en las adaptaciones del producto, sino también en la capacidad para superar los obstáculos mencionados. Es recomendable contar con intérprete propio para las entrevistas de trabajo.

8. Contactos de Interés

- **Camara de Comercio e Industria de Moscú**
www.mtpp.org
- **Banco Central de la Federación Rusa**
www.cbr.ru
- **Centro de Ferias Internacionales "EKSPOTSENTR", S.A.**
www.expocentr.ru
- **La Federación Rusa y el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo.**
www.ebrd.com/country/country/russia/index.htm
- **Ministerio para el Desarrollo Económico de la Federación Rusa**
www.economy.gov.ru/wps/portal/english
- **Página del Presidente de la Federación de Rusia**
www.kremlin.ru/eng/

9. Eventos Comerciales

- **Ferias Agrícolas**



World Food Moscow

Septiembre 13, 2011

Feria de la Industria Alimentaria en Moscú

Rusia, Moscú - Expocentr Krasnaya Presnya

- **Ferias Alimentarias**



Prodexpo

Febrero 07, 2011

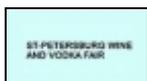
Feria internacional de productos alimenticios y materias primas de los alimentos
Rusia, Moscú - Expocentr Krasnaya Presnya



Foodmash

Junio 15, 2009

Foodmash, la feria internacional especializada de Equipos, Tecnología
Rusia, Moscú - Crocus Expo



Drink Expo

Abril 23, 2009

Drink Expo, el foro internacional de la industria de bebidas en San Petersburgo, Rusia
Rusia, San Petesburgo - Lenexpo St Petersburg

- **Ferías de Moda**



Obuv.Mir Kozhi

Octubre 18, 2011

OBUV.Mir Kozhi - Feria Internacional de Calzado y Productos de Cuero
Rusia, Moscu - Expocentr Krasnaya Presnya



CPM Collection Premiere Moscow

Septiembre 05, 2011

Estreno de moda en Moscú, la feria de moda en Rusia
Rusia, Moscu - Expocentr Krasnaya Presnya

**LeShow**

Mayo 17, 2011

Rusia, Moscu - Expocentr Krasnaya Presnya

**MosShoes Moscow**

Septiembre 27, 2010

Mos Shoes, la feria internacional de calzado, carteras y accesorios en Moscú

Rusia, Moscu - Crocus Expo

10. Bibliografía

- ***The Federation of International Trade Associations (FITA)***
www.fita.org
- ***Fondo Monetario Internacional (FMI)***
www.imf.org
- ***Euromonitor***
www.euromonitor.com
- ***Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú***
www.sunat.gob.pe
- ***Doing Business***
www.doingbusiness.org
- ***CIA, The World Factbook***
www.cia.gov
- ***Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú***
www.rree.gob.pe
- ***World Trade Atlas***
<http://www.gtis.com/gta/>
- ***Market Access Map***
www.macmap.org
- ***Mundo Ferias***
www.mundoferias.com/index.html

- **Comité Estatal para la estadística de Rusia**
<http://www.gks.ru/eng/>
- **Laposte Export Solutions**
<http://www.laposte-export-solutions.co.uk/uk>