



GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL
FEDERACIÓN RUSA
2018

CONTENIDO

1.	Resumen ejecutivo	3
2.	Información general	3
3.	Situación económica y de coyuntura	3
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas	3
3.2.	Evolución de los principales sectores económicos	4
4.	Comercio exterior de bienes y servicios	4
4.1.	Intercambio comercial de Rusia con el mundo	4
4.2.	Intercambio comercial de Rusia con Perú	5
5.	Acceso al mercado	5
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias	5
5.2.	Otros Impuestos Aplicados al Comercio	6
6.	Oportunidades comerciales	7
6.1.	Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales	7
6.2.	Productos con potencial exportador	7
7.	Tendencias del consumidor	9
8.	Cultura de negocios	9
9.	Links de interés	10
10.	Eventos Comerciales	10
11.	Bibliografía	10

I. Resumen ejecutivo

Rusia es el país más extenso del planeta con una superficie superior a los 17 millones de km², además ser la séptima economía del mundo y ser considerado como uno de los mercados emergentes más importantes de la actualidad. Tiene una población superior a 146 millones de habitantes, con lo que se convierte en el 9° mercado de consumidores más grande del planeta.

Actualmente, gracias a las políticas económicas aplicadas por el gobierno, Rusia ha podido superar la crisis económica. De ese modo se logró estabilizar la economía del shock producido por la baja en los precios de petróleo y las sanciones que se dieron debido a la anexión de Crimea en 2014, por lo que se espera crecimientos superiores al 1% en los próximos años.

En materia de comercio exterior, Rusia se adhirió a la Organización Mundial del Comercio en 2012, lo cual ha reducido las barreras comerciales para bienes y servicios extranjeros que ingresan al país. De otra parte, Rusia ha consolidado la integración con ex países soviéticos con la creación de la Unión Económica Euroasiática junto con Bielorrusia, Kazajistán, Kirguistán y Armenia.

II. Información general



Rusia es el país más extenso del planeta con una superficie superior a los 17 millones de km², es transcontinental ya que ocupa la región norte de Asia y casi 40% de Europa. Sus fronteras, empezando por el noroeste y siguiendo en sentido anti horario: Noruega, Finlandia, Estonia, Letonia, Bielorrusia, Lituania, Polonia, Ucrania, Georgia, Azerbaiyán, Kazajistán, China, Mongolia y Corea del Norte. Además, posee límites marítimos con Japón y Estados Unidos y sus costas están bañadas por los océanos Ártico y Pacífico, y por mares internos como el Báltico, Negro y Caspio. Tiene las mayores reservas de recursos forestales, energéticos y minerales a nivel mundial.

Rusia es una república federativa de tipo presidencialista, integrada por 83 sujetos federales¹. Las principales ciudades del país son, Moscú (12 millones de habitantes), San Petersburgo (5 millones), Novosibirsk (1,5 millones) y Ekaterimburgo (1,4 millones). Es el 9° país más poblado al tener más de 146 millones de habitantes; pese a ello, la población rusa decrece como consecuencia de su bajo índice de natalidad. El idioma predominante es el ruso y, la religión, predominante es la ortodoxa.

El Presidente es elegido por sufragio universal por un lapso de 6 años, con posibilidad de reelección. La última fue el 4 de marzo de 2012, ganando Vladimir Putin con más del 63% de votos. La próxima elección presidencial será en marzo de 2018.

Rusia es miembro permanente del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas, G8, APEC y OCS; y desde 2012 forma parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

III. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2013	2014	2015	2016	2017*
Crecimiento del PBI (%)	1.3	0.7	-2.8	-0.2	1.8
PBI per cápita (US\$)	15 559	14 388	9 521	8 946	10 248
Tasa de inflación (%)	6.45	11.36	15.5	7	4.2
Tasa de desempleo (%)	5.5	5.2	5.6	5.5	5.5

Fuente: FMI Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPeru *Estimado

Rusia atravesó una recesión entre 2015 y 2016 debido a la fuga de capitales, la bajada del precio del petróleo y las sanciones comerciales que surgieron luego de la crisis ucraniana. El crecimiento fue negativo durante dos años consecutivos (-3,7% en 2015 y -0,8% en 2016), pero para 2017 se prevé un crecimiento de 1,1% gracias al impulso del consumo privado.

La inflación, desde 2015 se ha reducido a la mitad y se espera que esta tendencia continúe con el fortalecimiento del rublo. Es más, el objetivo es reducir el déficit estimulando la demanda, con vistas a las elecciones presidenciales de 2018.

El desempleo, que había aumentado como consecuencia de la crisis financiera de 2008, se ha reducido pero acompañada de una disminución de ingresos. Las desigualdades siguen siendo fuertes, en especial entre las grandes ciudades y las zonas rurales.

¹ 21 repúblicas, 46 regiones, 9 kray, 4 distritos autónomos, 1 región autónoma y 2 ciudades federales

La moneda oficial de la Federación Rusa es el rublo (RUB). Las equivalencias monetarias en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN), se muestran a continuación:

1,00 USD US Dólar	=	56,8607 RUB Rublo Ruso
1,00 PEN Sol Peruano	=	17,3957 RUB Rublo Ruso

Fuente: XE.com Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPeru. Fecha 01/03/2018

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

Rusia tiene una gran riqueza de recursos naturales. Es el primer productor de gas natural y de petróleo del mundo, y también uno de los principales productores y exportadores de diamantes, níquel y platino.

A pesar de que su superficie cultivable es relativamente pequeña debido a las condiciones climatológicas poco favorables, cuenta con 10% de las tierras agrícolas del mundo. Las regiones del norte del país se concentran en el ganado, mientras que las regiones meridionales y la Siberia occidental producen cereales. La agricultura aporta el 4% del PIB.

La industria representa el 36% del PIB y emplea a casi el 28% de la población. Los sectores más desarrollados son la química, la metalurgia, la construcción, la mecánica y la defensa.

El sector servicios emplea a cerca de dos tercios de la población y genera alrededor del 60% del PIB. Dado el tamaño del país, los sectores del transporte, las comunicaciones y el comercio son especialmente significativos. Además, el turismo se está convirtiendo en una fuente de ingresos cada vez mayor.

3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Rusia y otros países similares.

Cuadro N° 02
Facilidad para hacer negocios 2018

Criterios	Rusia	Perú	Colombia	Kazajistán	Bielorrusia	Chile
Facilidad de hacer negocios	35	58	59	36	38	55
Apertura de un negocio	28	114	96	41	30	65
Manejo permiso de construcción	115	61	81	52	22	15
Acceso a electricidad	10	63	81	70	25	44
Registro de propiedades	12	44	60	17	5	61
Obtención de crédito	29	20	2	77	90	90
Protección de los inversores	51	51	16	1	40	57
Pago de impuestos	52	121	142	50	96	72
Comercio transfronterizo	100	92	125	123	30	68
Cumplimiento de contratos	18	63	177	6	24	56
Insolvencia	54	84	33	39	68	52

Fuente: Doing Business 2018. Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

IV. Comercio exterior de bienes

4.1. Intercambio comercial de Rusia con el mundo

Cuadro N° 03
Millones de US\$

Comercio Exterior	2013	2014	2015	2016	2017	Var % Promedio	Var% 2017/2016
Exportaciones	527 266	497 834	343 908	285 491	357 083	-9.3	25.1
Importaciones	314 945	286 649	182 782	182 262	226 966	-7.9	24.5
Balanza Comercial	212 321	211 185	161 126	103 229	130 117	-	-
Intercambio Comercial	842 211	784 482	526 690	467 753	584 050	-8.7	24.9

Fuente: Trademap. Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

El comercio exterior representa cerca del 50% del PIB, a pesar de su estricta legislación y sus políticas arancelarias. Además, se encuentra entre los 15 exportadores y los 23 importadores más grandes del mundo. Exporta principalmente hidrocarburos, minerales, productos agrícolas y fertilizantes, e importa sobre todo medicinas, vehículos, maquinaria y electrodomésticos.

Tiene como principales socios comerciales a China, Alemania, Países Bajos, Estados Unidos y Bielorrusia. Sin embargo, el llamado embargo agrícola a los países de la UE y Estados Unidos, ha disminuido las compras provenientes de esos países. Además, las exportaciones de hidrocarburos, se han visto afectadas por la caída de los precios mundiales.

4.2. Intercambio comercial de Rusia con Perú

La balanza comercial de Perú con Rusia ha sido deficitaria históricamente debido a que el país euroasiático es uno de nuestros principales proveedores de fertilizantes elaborados a base de nitrato de amonio y de commodities como el trigo.

Cuadro N° 04

Información Comercial: Federación Rusa - Perú (US\$ Millones)							
Indicadores	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % Prom. 17/13	Var. % 17/16
Exportaciones de Perú a Rusia	151	142	85	91	85	-13.3%	-5.8%
Importaciones de Perú desde Rusia	295	278	288	256	275	-1.7%	7.4%
Balanza Comercial	-144	-136	-202	-166	-190	-	14.6%
Intercambio Comercial	446	420	373	347	361	-5.2%	3.9%

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

Las exportaciones por sectores indican una representatividad mayor para los envíos no tradicionales (US\$ 80 millones / 94% de participación) en relación a los tradicionales (US\$ 5 millones / 6%) en 2017. En el caso de las ventas tradicionales la caída se dio a razón de una menor venta de productos minerales, plomo principalmente.

En tanto, las exportaciones no tradicionales han experimentado un incremento de 45.8%, lo que representa US\$ 35 millones más con respecto a 2016. En ese sentido, las mayores ventas de productos agropecuarios y pesquero han sido las que han coadyuvado al buen desempeño de este sector, con ventas por US\$ 40 millones y US\$ 28 millones, respectivamente.

Cuadro N° 05

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2016	2017	Var. % 17/16
TRADICIONAL	36	5	-86
Minero	30	1	-96.9
Agrícola	6	4	-29.3
Petróleo y gas natural	0	0	-
NO TRADICIONAL	55	80	45.8
Agropecuario	26	40	57.5
Pesquero	19	28	48.1
Químico	10	9	-0.8
Metalmecánico	0	1	303.5
Minería no metálica	0	1	333.0
Textil	0	1	250.6
Varios (inc. Joyería)	0	0	49.0
Maderas y Papeles	0	0	-30.4
Resto	0	0	-70.2
TOTAL GENERAL	91	85	-5.8

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

Los productos de valor agregado más exportados a Rusia han sido las uvas frescas (US\$ 17 millones / +26.7% de variación), seguidas por las granadas frescas (US\$ 10 millones / +77.1%). De otra parte, entre los productos más dinámicos destacan, principalmente los pesqueros como: caballa congelada (+US\$ 2 millones), pota cocida congelada (US\$ 4 millones / +297.9%), y langostinos enteros congelados (US\$ 3 millones / +161.2%). Se debe remarcar, que parte de este crecimiento es gracias al veto del gobierno ruso hacia los productos alimenticios provenientes de la UE que antes eran los mayores proveedores.

Cuadro N° 06

Federación Rusa: Exportación Peruana de Productos No Tradicionales (US\$ millones)									
PARTIDA	DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017	Var. Prom. 17/13	Var. 17/16	Part. 17
0806100000	Uvas frescas	43	32	18	13	17	-21.1%	26.8%	21%
0810909000	Granada fresca	5	7	7	5	10	20.6%	77.1%	12%
3205000000	Lacas colorantes	1	1	1	5	5	55.1%	-1.7%	6%
0805299000	Wilkins e híbridos similares de agrios	0	0	0	0	5	-	-	6%
0307430000	Pota congelada	5	3	3	6	6	4.6%	11.4%	8%
1605540000	Pota cocida congelada	1	0	1	1	4	52.5%	297.9%	5%
0303660000	Merluzas congeladas	3	4	4	2	4	6.8%	73.6%	5%
0303140000	Truchas	0	1	1	4	3	71.0%	-22.6%	4%
0306171100	Langostinos enteros congelados	3	1	0	1	3	2.5%	161.2%	4%
3203002100	Carmin de cochinilla	0	0	1	3	3	62.6%	-14.7%	3%
Resto		17	19	12	14	22	6.2%	54.3%	27%
TOTAL		78	68	50	55	81	0.8%	46.4%	100%

Fuente: SUNAT, Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

V. Acceso al mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias

Rusia tiene cuatro posibles tributos a los que están sujetas las importaciones: los aranceles de importación con un tipo medio del 15%, la tasa de formalización aduanera.

Cuadro N° 07

Federación Rusa: Preferencias arancelarias para Perú para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	080610	Uvas frescas	4	Moldavia (13%) India (12%) Chile (10%)	5%	3.75%
2	081090	Otros frutos frescos (Incluye granadas)	4	Turquía (19%) Azerbaiyán (18%) Egipto (16%)	5%	3.5%
3	320500	Lacas colorantes	2	Alemania (64%) Reino Unido (17%)	5%	3.75%
4	080529	Wilkins e híbridos similares	11	Marruecos (30%) Turquía (28%) Pakistán (14%)	5%	3.75%
5	030743	Pota congelada	25	China (97%) Tailandia (3%) Túnez (0.3%)	8%	6%
6	160554	Pota cocida congelada	3	China (67%) Bielorrusia (17%)	8%	6%
7	030366	Merluza congelada	3	Argentina (58%) China (17%)	7%	5.25%
8	030314	Trucha congelada	2	Chile (78%) Turquía (8%)	3%	2.25%
9	030617	Langostinos congelados	8	China (28%) India (26%) Vietnam (14%)	5%	3.75%
10	320300	Carmin de cochinilla	1	Reino Unido (14%) Dinamarca (13%) Francia (10%)	5%	3.75%

Fuente: TradeMap, Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

Medidas no arancelarias

Existen licencias de importación para determinados productos (químicos, programas de cifrado, bebidas alcohólicas, armas y explosivos, industria nuclear y sustancias psicotrópicas y venenosas) y coexisten alrededor de 15 esquemas de certificación obligatoria, entre los que destacan el certificado de conformidad con las normas GOST y el certificado higiénico.

Todos los productos agrícolas y alimentos en general que se exportan a Rusia, deben tener una certificación acorde a la “Ley de protección de los derechos del consumidor”. El certificado avala la aptitud del producto importado para el consumo humano. La certificación se puede obtener dentro del país o en instituciones de certificación foráneas acreditadas por el Comité Estatal de Estándares de Rusia (GOSSTANDART). Además, únicamente para las frutas frescas, hortalizas, semillas, maderas y plantas el certificado fitosanitario es emitido por la Inspección Estatal de Cuarentena de Plantas adjunto al Ministerio de Agricultura de Rusia.

Por otro lado la Unión Económica Euroasiática (UEEA) se está convirtiendo en un bloque que tiene al proteccionismo comercial y algunas de las medidas anti crisis que Rusia había adoptado para proteger su mercado de la competencia internacional se han traspuesto a la normativa de la Unión Económica entre Rusia, Kazajistán, Armenia, Kirguistán y Bielorrusia.

- Etiquetado y regulación

La lengua rusa es obligatoria para el etiquetado de los productos. Las demás lenguas oficiales de algunos sujetos federales o de minorías étnicas tienen carácter opcional.

Rusia utiliza el sistema métrico decimal, para lo cual se puede consultar la “Ley Rusa sobre la Clasificación de Unidades de Medición” (<http://www.consultant.ru/sys/english/>).

En el caso de los productos alimentarios, hay que añadir el peso o volumen, los ingredientes, el valor nutricional, las condiciones de almacenamiento, la fecha de caducidad, tipo de producto, dirección legal del productor, contenido de los alimentos, la instrucción para los productos semi-acabados o para niños, advertencia acerca de cualquier uso indebido y efecto secundario, términos y condiciones de uso. En el caso de los productos no alimentarios, las características y las instrucciones de uso, nombre del producto, el país de origen y el nombre del fabricante, características principales para un uso eficaz y seguro.

5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

El IVA es de 18% en general - y 10% para alimentos y ropa para niños, todo sobre el valor CIF de importación.

VI. Oportunidades comerciales

6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales

Actualmente, Perú y la Federación Rusa no tienen un Acuerdo Comercial vigente, pero existe interés por parte del Gobierno peruano en iniciar las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio con este país a mediano plazo.

Por otra parte, vale indicar que Perú es un beneficiario del Sistema General de Preferencias (SGP). El cual fue aprobado por el Gobierno ruso, a través de la Resolución N° 414/2000, en el año 2002 y que brinda descuentos arancelarios a una lista de productos procedentes de países en vías de desarrollo y menos desarrollados.

6.2. Productos con potencial exportador

Sector Agropecuario

Cuadro N° 08

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
080521	Mandarinas frescas	Estrella	361	3.75%	Marruecos (30%) Turquía (28%) Pakistán (14%)
080522	Clementinas	Prometedor	159	3.75%	Marruecos (31%) Turquía (28%) Pakistán (14%)
080390	Plátanos frescos o secos	Consolidado	1 140	3%	Ecuador (98%) Costa Rica (1%) México (0.4%)
210690	Preparaciones alimenticias	Consolidado	578	10%	Alemania (26%) EE.UU. (15%) Austria (6%)
080610	Uvas frescas	Consolidado	398	3.75%	Moldava (13%) India (12%) Chile (10%)
180690	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	Consolidado	267	4.74%	Polonia (24%) Alemania (22%) Italia (20%)
070190	Patatas, papas frescas o refrigeradas	Consolidado	206	7.5%	Egipto (46%) China (22%) Azerbaiyán (16%)
080550	Limonas, citrus limón	Consolidado	201	3.75%	Turquía (51%) Argentina (23%) Sudáfrica (10%)
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Consolidado	189	0%	Indonesia (36%) Malasia (19%) Países Bajos (12%)
070960	Frutos de los géneros "capsicum" o "pimienta", frescos o refrigerados	Consolidado	162	7.5%	Israel (55%) China (28%) Marruecos (6%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERÚ

La demanda de frutas varía en Rusia y se puede caracterizar por dos patrones comunes. El primero es que las frutas con una fuerte dependencia de estacionalidad se producen en el país (cerezas, fresas, frambuesas, sandías, melones, albaricoques y melocotones). La producción de estos frutos depende principalmente de las condiciones climáticas imperantes y los patrones de consumo implican una demanda activa solo durante los seis meses más cálidos del año. Esto mismo sucede en caso de los vegetales como el brócoli o la coliflor.

El segundo patrón se refiere a las frutas importadas, que se consideran exóticas, como plátanos, mandarinas y naranjas, pomelos, kiwis, peras, uvas, piñas y limones, entre otros. La demanda de estas frutas tiende a ser constante durante todo el año. Sin embargo, la sensibilidad al precio es mayor cuando se trata de frutas exóticas. Los rusos generalmente están menos dispuestos a sacrificar el consumo de frutas cultivadas tradicionalmente en el país, mientras que el crecimiento de los precios de las frutas exóticas afecta en gran medida la demanda.

Hay que resaltar que en Rusia hay una creciente demanda de productos exóticos y de diferentes tipos de cocina, esto debido al creciente turismo ruso. En ese sentido, uno de los segmentos que mayores posibilidades tiene de adaptarse a la demanda por sabores exóticos o diferentes son los *snacks*, como por ejemplo el lanzamiento de palomitas con sabor a cereza, chocolate, canela o los *snacks* salados con sabor a hongos, salmón, langosta.

Sector Pesquero

Cuadro N° 9

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030539	Filetes de pescado, secos, salados o en salmuera	Estrella	77	5%	Bielorrusia (91%) China (8%) Tailandia (0.4%)
030520	Hígados, huevas y lechas, secos, salados e salmuera o ahumados	Prometedor	11	12%	Indonesia (51%) China (23%) Bielorrusia (18%)
030617	Camarones y langostinos congelados	Consolidado	188	3.75%	China (28%) India (26%) Vietnam (14%)
030499	Congelados de carne de pescado	Consolidado	52	3.75%	Vietnam (36%) India (31%) Tailandia (15%)
160417	Preparaciones y conservas de pescado	Consolidado	40	11.25%	China (97%) Bielorrusia (2%) Kazajstán (0.3%)
160419	Preparaciones y conservas de pescado enteros o en trozos	Consolidado	19	11.25%	China (52%) Islandia (22%) Vietnam (9%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERÚ

Después de la imposición del embargo a la importación en 2014, las ventas pescados y de mariscos en Rusia sufrieron bajas significativas. Y es que los fabricantes rusos no podían competir siempre con los productos importados, debido a la variedad más amplia y de mayor calidad que representaban los pescados y de mariscos importados. Sin embargo, a partir del año 2016 las ventas de estos productos han ido incrementándose.

De otra parte, se debe indicar que los pescados y mariscos son una categoría de productos que se venden predominante en supermercados e hipermercados. Los pescados empaquetados y a granel se venden extensamente a través de este canal, debido a las mejores condiciones de almacenaje y a la conveniencia total que proporcionan a los consumidores.

Sector Textil y Confecciones

Cuadro N°10

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
620342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos, de algodón, para hombres o niños	Estrella	353	10%	Bangladesh (29%) China (20%) Pakistán (9%)
620462	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos, de algodón, para mujeres o niñas	Estrella	347	6.26%	China (30%) Bangladesh 826%) Pakistán (7%)
620213	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y similares, de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	168	10%	China (70%) Vietnam (8%) Italia (5%)
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas	Estrella	152	3.13%	China (51%) India (12%) Marruecos (5%)
620444	Vestidos de fibras artificiales para mujeres o niñas	Estrella	66	2.88%	China (37%) Italia (15%) India (12%)
610442	Vestidos de Punto, de algodón, para mujeres o niñas	Estrella	58	10%	China (32%) Uzbekistán (19%) Bangladesh (14%)
610620	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de fibra sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas	Estrella	51	3.78%	China (43%) Turquía (9%) Alemania (6%)
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y similares de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	Estrella	43	3.78%	Italia (34%) China (25%) Marruecos (9%)
620311	Trajera "ambos ternos" de lana o pelo fino, para hombres o niños	Prometedor	34	1.88%	Italia (45%) China (12%) Turquía (11%)
620192	Anoraks, cazadoras y similares, de algodón, para hombres o niños	Prometedor	31	10%	China (53%) Bangladesh (16%) Vietnam (8%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERÚ

A pesar de una declinación ininterrumpida de 3 años en los ingresos reales de los consumidores de los rusos, su optimismo económico y confianza aumentaron marginalmente en 2017. Esto fue posible debido a la estabilización de las tasas de cambio de moneda nacional y la desaceleración de la inflación.

La confianza del consumidor mejorada influyó favorablemente en la vestimenta y el calzado al final del año pasado. Además, la demanda diferida desde el pico de la crisis económica también jugó un papel en el crecimiento del valor de la indumentaria y el calzado en 2017. Sin embargo, la dinámica de ventas de 2017 no alcanzó los niveles previos a la crisis; los consumidores seguían siendo muy sensibles al precio al final del período de revisión. Los descuentos y las ventas de oferta tuvieron una gran demanda, y el comportamiento del consumidor se mantuvo racional. Los consumidores rusos continuaron respondiendo más a menudo a los descuentos y pospusieron las compras de ciertas prendas hasta las temporadas de ventas.

Los consumidores rusos aumentaron su preferencia para las combinaciones, que ofrecen comodidad, telas atléticas y los materiales con una mirada ocasional en el final del período de la revisión.

Sector Manufacturas Diversas

Cuadro N°11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
848180	Artículos de grifería y órganos reguladores similares para tuberías	Consolidado	1 374	Entre 5 % y 10%	China (22%) Italia (16%) Alemania (14%)
392190	Placas, láminas, hojas y tiras, de plástico, reforzadas, estratificadas o combinadas	Estrella	478	6.5%	China (20%) Italia (20%) Alemania (18%)
391990	Placas, láminas, hojas, cintas, tiras y demás formas planas, autoadhesivas, de plástico	Estrella	254	6.5%	Alemania (37%) China (16%) Finlandia (8%)
430310	Prendas y complementos "accesorios", de vestir, de peletería	Estrella	234	10%	China (56%) Turquía (13%) Italia (12%)
390799	Poliésteres, saturados, en formas primarias	Estrella	221	4%	Alemania (20%) Países Bajos (19%) Italia (12%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERÚ

VII. Tendencias del consumidor

El consumidor ruso suele comprar productos de forma impulsiva y dan mucha importancia a las marcas y a la calidad del producto, así como a la vida útil del mismo. El precio suele ser secundario, pero los rusos se sienten atraídos por las ofertas.

Los rusos ahorran poco debido a la poca confianza que tienen en el sistema bancario. A menudo gastan más del 80% de su ingreso. También es importante resaltar que sólo 16% de los rusos consideran que comprar sea agradable.

Alrededor de 73% de la población vive dentro de las ciudades, siendo el grupo con mayor poder adquisitivo. La clase media emergente llega a los 25 millones de habitantes y genera el 80% de la demanda del país. El consumidor ruso valora el estilo de vida occidental, suele ser educado y aprecia los gustos sofisticados. La publicidad televisiva y en redes sociales son métodos especialmente efectivos.

VIII. Cultura de negocios

Para cerrar negocios de manera exitosa en Rusia, debe tener mucha paciencia y contar con astucia para resolver situaciones difíciles. Algunos puntos que se deben tomar en cuenta para negociar en Rusia son los siguientes:

- Utilice el correo electrónico, ya que el correo postal no es muy fiable. Si prepara un viaje de negocios a Rusia, informe con tiempo a la empresa que quiere contactar. A los rusos les gusta el contacto directo y utilizan mucho el teléfono.
- Las reuniones se cancelan frecuentemente. Para evitar sorpresas desagradables, intente confirmar con regularidad sus reuniones.
- Los rusos se sienten más cómodos si una tercera persona realiza las presentaciones. Es habitual iniciar la conversación con temas personales (por ejemplo la familia) para conocerse mejor antes de comenzar a hablar de negocios.
- Las relaciones profesionales se solapan a menudo con las personales. Aunque no es obligatorio, es un aspecto importante de la relación. Para un ruso es muy importante crear un clima de confianza a través de una relación fluida. Un ruso no tendrá

problemas en mostrar sus sentimientos y emociones, sobre todo si se siente en confianza. No tenga miedo de hacer lo mismo.

- Dar regalos es habitual en Rusia. Éstos muestran la calidad de la persona que los ofrece y resaltan la importancia del encuentro.

Escoja regalos personalizados representativos de su región o país o que tengan el logotipo de su empresa.

- Ningún contrato es vinculante hasta que se firma. Aunque una parte importante de la negociación se lleve a cabo de manera informal en un restaurante, la finalización tendrá lugar siempre en un despacho en un lugar austero.

IX. Links de interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Cámara de Comercio e Industria de la Federación Rusa	www.tbprf.ru
Cámara de Comercio e Industria de Moscú	www.msttp.ru
Organización de Industriales y Empresarios de Rusia	www.rspp.ru
Oficina de Aduanas de la Federación Rusa	http://eng.customs.ru/
Oficina de Estadísticas de la federación Rusa	www.gks.ru
Banco Central de la Federación Rusa	www.cbr.ru

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
PRODEXPO	Alimentos	Moscú	Del 05 al 09 de febrero	/www.prod-expo.ru/en
Food Industry HORECA	Alimentos	Krasnojarsk	Del 28 al 31 de marzo	www.krasfair.ru/en/events/food_en
Interfood St. Petersburg	Alimentos	San Petersburgo	Del 17 al 19 de abril	www.interfood-expo.ru
WorldFood	Alimentos	Moscú	Del 17 al 20 de setiembre	www.world-food.ru/ru-RU
Fashion Industry	Moda	San Petersburgo	Del 15 al 18 de marzo Del 27 al 30 de setiembre	http://www.fi-expo.ru/
Construction Materials – OSM	Construcción	Moscú	Del 29 de enero al 01 de febrero 2019	www.osmexpo.com/news/exhibition/56499
INTERCHARM Professional	Cosméticos	San Petersburgo	Del 07 al 09 de febrero de 2019	www.intercharmspb.ru/en/HOME
INTERPLASTICA	Plásticos	Moscú	Del 29 de enero al 01 de febrero de 2019	www.interplastica.de

Fuente: Auma. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

XI. Bibliografía

- Euromonitor Internacional
- Santander Trade
- WorldFactBook
- Base de datos utilizadas: SUNAT, FMI statistics, TRADEMAP
- Ferias internacionales: www.auma.de