

# MERCADO DE CALÇADOS E VESTUÁRIO NA RÚSSIA

Estudo setorial de mercados prioritários para exportação

**EURÁSIA**

**APEX-BRASIL**

Roberto Jaguaribe Gomes de Mattos  
PRESIDENTE

Márcia Nejaim Galvão de Almeida  
DIRETORA DE NEGÓCIOS

Sueme Mori Andrade  
GERENTE DE ESTRATÉGIA DE MERCADO

SEDE:

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,  
CEP 70.040-020 - Brasília - DF  
Tel.: 55 (61) 3426-0202 / Fax: 55 (61) 3426-0263  
[www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)  
E-mail: [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)

© 2017 Apex-Brasil  
© Euromonitor International

Um estudo realizado pela Euromonitor International em parceria com  
APEX

## Index

<b>SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>4</b>
<b>CONTEXTO DA RÚSSIA.....</b>	<b>7</b>
DADOS GEOGRÁFICOS E DEMOGRÁFICOS.....	8
DADOS MACROECONÔMICOS.....	9
INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA.....	11
<b>FLUXO COMERCIAL DO SETOR DE CALÇADOS E VESTUÁRIO.....</b>	<b>13</b>
VISÃO GERAL.....	14
SUBCATEGORIAS.....	15
IMPORTAÇÃO.....	16
PRODUÇÃO INTERNA.....	17
EXPORTAÇÃO.....	20
PRINCIPAIS ALIANÇAS.....	21
<b>MERCADO DE CALÇADOS E VESTUÁRIO .....</b>	<b>22</b>
CONSUMO HISTÓRICO.....	23
ANÁLISE DE DEMANDA FUTURA.....	26
PRINCIPAIS IMPULSIONADORES DE DESEMPENHO.....	28
CATEGORIAS.....	29
CONCORRÊNCIA.....	38
DISTRIBUIÇÃO.....	45
PRECIFICAÇÃO.....	48
ANÁLISE DE OPORTUNIDADES.....	50
<b>NORMAS E REGULAÇÃO.....</b>	<b>56</b>
VISÃO GERAL.....	57
<b>ANEXO.....</b>	<b>61</b>
INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE A RÚSSIA.....	62
METODOLOGIAS E DEFINIÇÕES.....	69
<b>SOBRE A APEX E A EUROMONITOR.....</b>	<b>76</b>

## SUMÁRIO EXECUTIVO

Calçados e vestuário constituem uma indústria considerável na Rússia. Em 2015\*, os produtos importados representaram expressiva participação no consumo total de calçados e vestuário. A percepção em relação às marcas internacionais é de que elas são de melhor qualidade, mais elegantes e atraentes. Muitas empresas que alegam ser nacionais fabricam parte ou mesmo toda sua produção no exterior, principalmente nos países do Leste Asiático.

Como resultado da desvalorização do rublo e dos significativos aumentos de preço, os consumidores reduziram a frequência e o volume de compras de calçados e vestuário, têm gastado mais tempo escolhendo e comparando preços e, na maioria das categorias, têm adiado as compras, especialmente das roupas esportivas, das roupas femininas e masculinas. Espera-se uma mudança maior em direção a roupas e calçados menos caros durante o período projetado. O mercado de calçados e vestuário deverá sofrer com isso.

Este é um setor altamente fragmentado na Rússia. Os varejistas internacionais lideram a categoria de calçados e vestuário, enquanto as marcas nacionais operam geralmente dentro dos segmentos econômicos. O varejo *on-line* é o único canal com bom desempenho, apesar da deterioração do ambiente econômico na Rússia. A oportunidade ofertada por alguns varejistas *on-line* de experimentar calçados e roupas antes de pagar, se não estiver satisfeito (encomendar, experimentar e devolver sem custo para o consumidor) aumentou expressivamente as vendas por esse canal. Espera-se que as empresas nacionais e internacionais ampliem o foco no canal *on-line* e no *m-commerce* (comércio por intermédio de aparelhos de telefonia celular) para ganhar participação em um ambiente cada vez mais competitivo.

A crise econômica forçou os fabricantes a buscar soluções lucrativas, e levou à expansão de esquemas diretos, o que reduziu o número de pedidos de menor porte e permitiu que os varejistas fizessem compras diretas, de modo a evitar atacadistas e custos intermediários. Varejistas e distribuidores, por sua vez, tiveram que diminuir suas margens de lucro para incentivar as vendas.

O pouco vigor da economia russa deve representar uma ameaça significativa para o desenvolvimento de calçados e vestuário. A expectativa é que os hábitos de consumo se tornem mais conservadores, e que os consumidores migrem para o segmento de preços baixos. Apesar de a produção nacional ter aumentado, o mercado de calçados e vestuário deve permanecer instável e altamente dependente das importações. Se o rublo se fortalecer e as exportações brasileiras de calçados e vestuário oferecerem uma vantagem competitiva em termos de preços, a Rússia poderá aumentar sua demanda por elas.

\* OBS: O presente estudo foi realizado com dados de 2015 e com projeções de 2019-2020. Desde então, a economia russa mostra sinais de recuperação, o que contribui para o aumento da confiança do consumidor e da demanda. Ressalta-se que houve mudança no ambiente competitivo das empresas, especialmente de calçados, com a falência da empresa líder de mercado, a Centrobuv TD ZAO.

## SUMÁRIO EXECUTIVO

## Desvalorização do rublo tira atratividade do mercado russo para os exportadores

1

### Visão geral do país

O recuo da economia russa causou relevante queda dos gastos do consumidor. A desvalorização do rublo pressionou substancialmente os preços, mas espera-se modesta recuperação da economia a partir de 2017.

2

### Fluxo comercial

A Rússia importa grandes volumes de calçados e vestuário. A participação dos importados no consumo total de vestuário representa 85%, enquanto no de calçados oscila em perto de 70%.

3

### Tamanho do mercado e tendências

Fabricantes e varejistas de calçados e vestuário sofrem com a demanda reduzida e com o fato de os consumidores terem se voltado para produtos de preços baixos. Eles se concentram na eficiência e na redução de custos para se adequar às mudanças no ambiente.

4

### Normas e Regulamentos

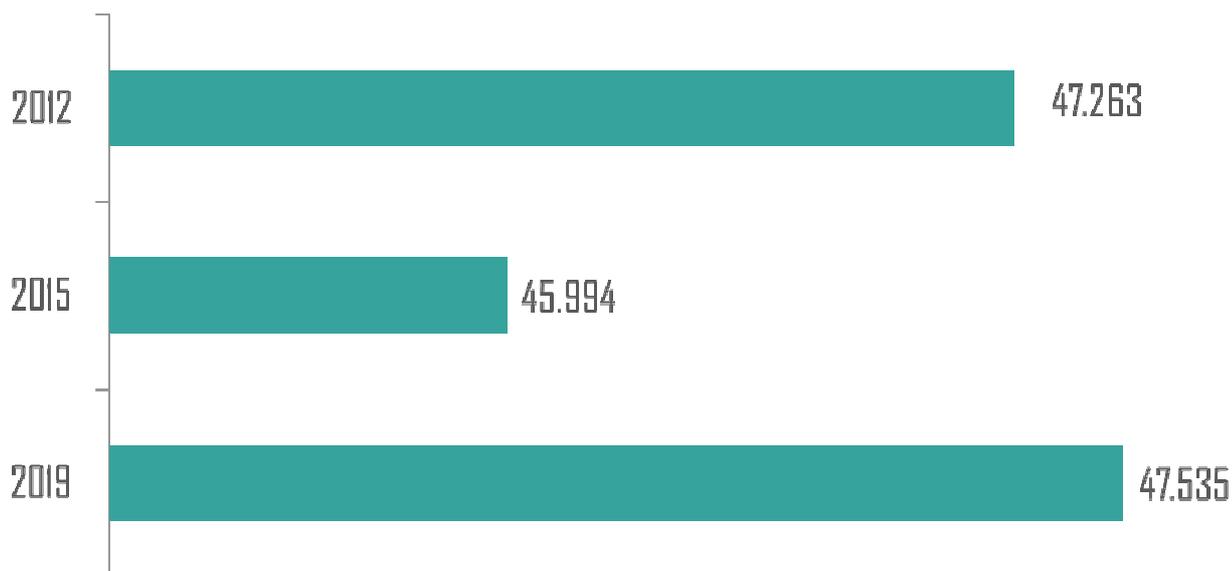
As normas aplicadas às roupas e aos calçados infantis são as mais rigorosas. Todos os documentos exigidos dos exportadores devem ser fornecidos em russo.

## SUMÁRIO EXECUTIVO

## Recuo da economia prejudicou vendas de calçados e vestuário em 2015

Gráfico 1: Histórico &amp; Projeção de venda de calçados e vestuário (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



## Principais tendências

- O setor diminuiu em volume, mas o valor das vendas cresceu em função do aumento dos preços unitários em 2015.
- As principais razões para o recuo são a inflação alta, a fragilidade do rublo em 2014 e 2015 e a venda de produtos falsificados oriundos de China, Sudeste Asiático, Turquia e Polônia.

## Principais motivadores de compras para os usuários finais

- O poder de compra do consumidor foi impactado pela alta da inflação, o que se refletiu no comércio de calçados e vestuário
- O aumento das compras *on-line* pode ser atribuído aos preços mais baixos oferecidos neste canal e à praticidade de comprar de qualquer lugar, com a opção de entrega em domicílio.



 CONTEXTO DA RÚSSIA

População russa está em declínio

A Rússia é o maior país quanto à área total, estendendo-se a partir do Leste Europeu por todo o Norte Asiático. Tem as fronteiras mais longas do mundo, com dois terços delas limitados por água e o restante com as divisas de 14 países.

A população da Rússia era de 144 milhões em 2015 e deve cair perto de 1,5 milhão de 2015 a 2030. A população vem diminuindo mais de 500 mil em média por ano desde 2000. A idade média era de 38,6 anos em 2015, 2 anos acima do número de 2000. Em 2030, a idade média chegará a 42,8 anos. A fertilidade bateu o recorde de baixa em 2000, com 1,2 nascimento por mulher, mas vem crescendo desde então e em 2015 se situava em 1,8 nascimento por mulher. Há muita tendência de as mulheres não terem mais que dois filhos e frequentemente apenas um.

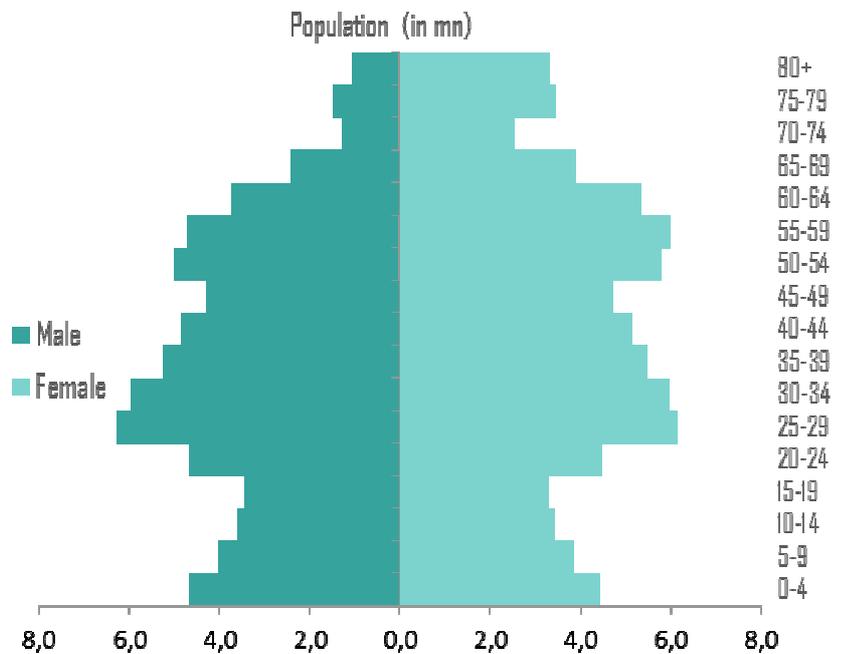
A Rússia é o país com a maior disparidade de gênero na expectativa de vida no Leste Europeu. Em 2014, a expectativa de vida ao nascer para homens e mulheres russos era de 65,1 anos e 76,5 anos, respectivamente. A baixa longevidade dos homens pode ser atribuída aos hábitos muito difundidos de beber e fumar.

Pela sua enorme área territorial, a Rússia tem uma baixa densidade populacional. Cerca de 70% da população total concentram-se nas áreas urbanas.

Geografia



Demografia



População total: 143,9 milhões

## Mínima recuperação econômica é esperada em 2017

### Sanções e restrições ao comércio resultaram em peso para a economia

- A economia russa já demonstra sinais de recuperação. A previsão de crescimento do PIB é de 1,4% em 2017. A previsão para 2021 é de 1,5%
- A inflação chegou a 15% em 2015, mas já está controlada. Em 2016, a inflação foi de 7% e a previsão de inflação para 2017 é de 4,46%.
- O crescimento do PIB *per capita* reduziu-se em 2015 e espera-se que desacelere ainda mais em 2016.
- A extrema desigualdade de renda e alta concentração de riqueza em torno de Moscou continua a prevalecer na Rússia.

Figura 1: PIB (US\$ Bi, 2015 fixo)

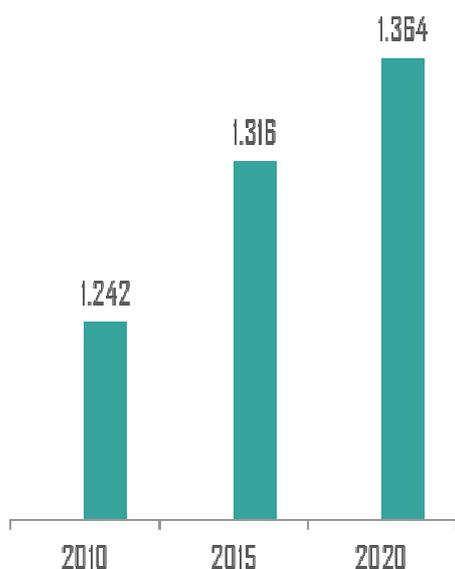


Figura 2: PIB *per capita*

2015  
US\$  
9.142



2020  
US\$  
9.474



Figura 3: Inflação 2017

4,46%  
Inflação

Fonte: Euromonitor

\* O ano de 2020 refere-se a projeções

## Espera-se que o setor de calçados e vestuário sofra com a redução do consumo privado

### A crise impacta calçados e vestuário russos

Espera-se que o consumo privado recue pelo segundo ano consecutivo e diminua em razão da queda dos salários, do maior custo do capital e do enfraquecimento da confiança. As rendas reais dos lares caíram mais de 5% em 2015. A alta taxa de inflação (15,6% em 2015), apesar da recente desaceleração, e a desvalorização adicional do rublo no início de 2016 aumentaram ainda mais a pressão sobre os preços, o que acarreta um efeito direto no consumo.

Quase um quarto da mão de obra é empregado pelo estado. Os salários reais caíram 2-3% em 2015 e o desemprego deve aumentar apenas marginalmente em 2016 (5,7% em 2016, comparado com 5,6% em 2015). No entanto, o crescimento da produtividade desacelerou nesse período.

A desaceleração econômica prejudicou o poder de compra da população, com um impacto ainda mais forte na indústria russa de calçados e vestuário. Nos últimos anos, muitas marcas europeias fecharam lojas e abandonaram o mercado. Alguns exemplos são OVS da Itália, as britânicas New Look e River Island, e a Esprit, da Alemanha.

As empresas locais de calçados e vestuário também enfrentam dificuldades. Centrobuv, um dos principais fabricantes de calçados na Rússia, enfrenta desafios desde o final de 2015. A empresa fechou vários estabelecimentos de varejo, e os procedimentos de falência entraram em curso já no primeiro trimestre de 2016.

### Exportações devem continuar a queda de dois dígitos

As restrições comerciais e o aumento da demanda interna devem reduzir ainda mais as exportações russas durante o período projetado. As exportações russas totais (em dólares) caíram 31,4% em 2015 e prevê-se outra queda de 22,0% para 2016.

### Investimentos devem continuar recuando

Sanções, maior custo dos empréstimos e fraco ambiente de negócios causaram queda dos investimentos em 2015. Espera-se, porém, que essa tendência seja moderada em 2016.

## Frete sobre trilhos é uma vez e meia mais barato do que o rodoviário

A Rússia é um mercado geograficamente vasto, abrangendo nove fusos horários e mais de 17 milhões de quilômetros quadrados; entretanto, 82% da população vive na Rússia ocidental, a oeste dos Montes Urais. Os restantes 26 milhões de pessoas estão espalhados pela Sibéria e pelo Extremo Oriente, que representam dois terços do território russo. O sistema de transporte na Rússia é um dos mais vastos do mundo, embora esteja subdesenvolvido. A posição da Rússia no Índice de Desempenho Logístico foi a 90ª entre 160 países em 2014 e entre os cinco últimos da região, o que indica um baixo nível de desenvolvimento logístico. Isso pode ser atribuído à ineficiência nos serviços aduaneiros e de desembaraço nas fronteiras e à baixa qualidade da infraestrutura de comércio e transporte.

### Transporte terrestre

O comprimento das estradas pavimentadas era de 1.154 mil km em 2015. O volume de negócios do frete diminuiu 6% em 2015 em comparação com o ano anterior, em grande parte devido à recessão econômica da Rússia. A indústria de caminhões sofreu com a decrescente atividade econômica do país e foi afetada pela depreciação do rublo, o que concorreu para a queda de 36% das importações russas. A fraca demanda por serviços forçou a indústria de caminhões a implementar severas medidas de redução de gastos, inclusive tentativas de eliminar agentes de carga da cadeia de abastecimento e contatar diretamente as transportadoras náuticas. Além da redução de custos, as empresas russas de camionagem começaram a expandir seus serviços de valor agregado, introduzindo a entrega de porta a porta e possibilitando os pagamentos a prazo.

A malha ferroviária foi de 86 mil km em 2015. Neste ano, o domínio do setor de transporte de mercadorias coube às ferrovias, já que o transporte rodoviário foi responsável por apenas 10% do total transportado na Rússia. Os volumes do frete ferroviário estagnaram em 2015, em grande medida pela recessão e pela queda abrupta nas importações. O volume de negócios no transporte ferroviário de mercadorias na Rússia cresceu 0,3% em 2015, em comparação com 2014, atingindo 2,3 trilhões de toneladas por quilômetro. Entretanto, o manuseio de mercadorias nas estações ferroviárias diminuiu 1%, o que pode ser atribuído ao crescimento da distância média do transporte de cargas. Em 2015, a distância média do frete ferroviário aumentou 3% e chegou a 1.570 km. A quantidade de negócios de carga nacional registrou uma diminuição de 0,3%, enquanto o de carga para exportação aumentou 2,4%, contrapondo-se a uma redução de 15% no volume de frete de importação. Apesar de ainda ser um modo de transporte mais lento e menos flexível, o transporte ferroviário na Rússia é quase 1,5 vezes mais barato que o transporte rodoviário.

### Transporte aéreo

O transporte aéreo não é muito utilizado na Rússia para a carga devido ao custo elevado, no entanto, algumas áreas remotas no norte da Rússia são acessíveis apenas por via aérea. O frete aéreo apresentou crescimento de 2,7% em 2015, atingindo 1,1 milhão de toneladas de carga.

## Transporte aquático é amplamente usado para importação de bens

### Transporte hidroviário

O total de hidrovias internas russas foi de 102 mil km em 2015. A Rússia tem acesso aos oceanos Pacífico e Ártico e ao mar Báltico, a noroeste, e aos mares Negro, Azov e Cáspio a sudoeste. Os portos marítimos comerciais tecnicamente mais bem equipados da Rússia são: São Petersburgo, Primorsk, Murmansk, Kaliningrado, Ust'-Luga, Vysotsk, Novorossisk, Tuapse, Vostochny, Vanino e Vladivostok.

A indústria do transporte hidroviário russo cresceu 14% em 2015 e seu montante de negócios foi de US\$ 2,93 bilhões, em valor de 2015. O crescimento foi puxado pelo aumento do transporte de cargas secas e líquidas, que levou a um crescimento de 6% no total do frete nos portos marítimos russos. O comércio de contêineres caiu no país 25% devido ao recuo na demanda de produtos de consumo, notadamente de alimentação. Em 2015, os portos russos manipularam 676 milhões de toneladas de carga, 6% a mais em comparação ao ano anterior, de acordo com a Associação Russa de Portos Marítimos Comerciais. Em comparação com 2014, o comércio de contêineres em 2015 caiu 25% para 3,9 milhões de TEUs. As reduções foram observadas em todas as bacias russas, sendo o maior impacto sofrido pelo mar Báltico, que responde por mais da metade do tráfego total de contêineres na Rússia. O declínio se explica pelo fato de que a maior parte dos contêineres manipulados nos portos marítimos russos consiste em bens importados, cuja demanda caiu significativamente em 2015 em função da queda do poder de compra.

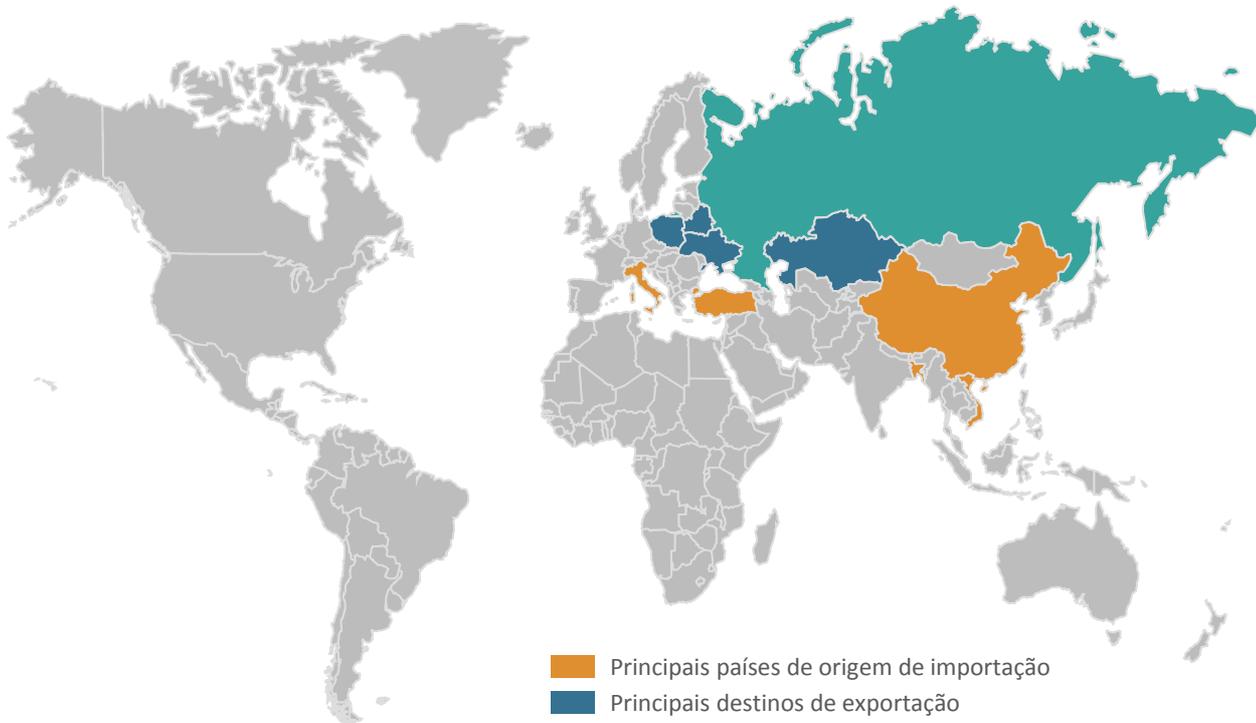


 FLUXO COMERCIAL DO SETOR DE CALÇADOS E VESTUÁRIO

VISÃO GERAL

Rússia importa a maior parte de seus calçados e vestuário de mercados asiáticos

FLUXO COMERCIAL RUSSO DO SETOR DE CALÇADOS E VESTUÁRIO



Importação russa do setor de calçados e vestuário – 2015 – US\$ 7,46 bi

China	46,90%
Itália	7,18%
Bangladesh	6,67%
Vietnã	5,61%
Turquia	5,44%

Exportação russa do setor de calçados e vestuário – 2015 US\$ 414 mi

Cazaquistão	43,80%
Bielorrússia	30,76%
Polônia	5,71%
Ucrânia	4,11%
França	2,49%

## SUBCATEGORIAS

Produtos de vestuário correspondem a quase 70% de todas as importações russas de calçados e vestuário

Importação e exportação do setor de calçados e vestuário, 2015

	Importação	Exportação
Calçados	US\$ 2,25 Bi	US\$ 146,7 Mi
Vestuário	US\$ 5,20 Bi	US\$ 266,9 Mi

Fonte: Comtrade

### Calçados

- Em relação às importações de calçados pela Rússia em 2015, os produtos brasileiros representaram 0,6% de todo o valor negociado, totalizando US\$ 12,8 milhões.
- A China manteve a liderança nas importações russas de calçados, representando 55,3% de todo o valor comercializado em 2015, atingindo US\$ 1,25 bilhões.
- Em 2015, outros calçados com a parte superior de couro e solas de borracha, materiais plásticos, couro ou couro artificial (sob o código SH 6403.99) representou 72% das exportações de calçados brasileiros.
- O valor de exportação de calçados brasileiros com a parte superior de couro (sob o código SH 6403.99) aumentou entre 2005 e 2013, mas desde 2013, as exportações caíram e chegaram a US\$ 9,5 milhões em 2015.
- O segundo produto mais relevante no comércio de calçados entre Brasil e Rússia em 2015 foi a exportação de outros calçados com sola e parte superior de borracha ou material plástico (código 6402.99), totalizando US\$ 1,5 milhão.
- Em função da crise no país em 2015, a procura por calçados de outros materiais vem aumentando e, hoje, o Brasil vende calçados de material sintético inclusive para a Sibéria.

### Vestuário

- O Brasil registrou apenas 0,01% de todas as importações de vestuário da Rússia, com um total de US\$ 238 mil em 2015.
- China (43,2%) e Bangladesh (9,3%) são as principais fontes de vestuário da Rússia, totalizando 52,6% de todo o valor comercializado em 2015.

## IMPORTAÇÃO

## China domina o panorama de importações de calçados e vestuário na Rússia

O total de importações de calçados e vestuário atingiu US\$ 7,46 bilhões em 2015.

Em termos de importações de calçados da Rússia, o Brasil foi o 16º parceiro comercial mais relevante em termos de valor, em 2015.

### Principais produtos

#### Calçados

- Outros calçados com parte superior em couro natural (sob o código SH 6403.99) responderam por 27,2% das importações russas de calçados em 2015, totalizando US\$ 612 milhões. Os sapatos de couro de cano longo (sob o código SH 6403.91) foram a segunda categoria mais relevante, com 19,5% do valor total no setor, seguidos de sapatos de materiais têxteis e solas de borracha ou plásticos (sob o código SH 6404.19), com 18%.

#### Vestuário

- A participação de 5,7% coube às calças, jardineiras, bermudas e shorts (calções) de algodão para mulheres e meninas (sob o código SH 6204.62). A segunda maior categoria em 2015, com 5,6%, foi de camisetas, regatas e outros artigos similares de malha de algodão (SH 6109.10), seguida por calças, jardineiras, bermudas e shorts (calções) de algodão para homens ou meninos (SH 6203.42) com 5,2% do valor total do setor.

### Principais países de origem

#### Calçados

- Em 2015, a China respondeu por 55,3% das importações de calçados pela Rússia, totalizando US\$ 1,25 bilhão. Outros parceiros asiáticos importantes são exportadores de calçados, como o Vietnã (9,5%) e a Indonésia (4,1%). Itália e Turquia também estão entre os principais parceiros, e representam 10,7% e 2,4% do valor importado de calçados em 2015. A enorme diferença entre a contribuição da China e dos outros países nas cinco primeiras posições indica clara consolidação nas importações de calçados na Rússia.

#### Vestuário

- A China é também o parceiro comercial líder em termos de importações russas de vestuário. Em 2015, o valor das importações oriundas da China atingiu US\$ 2,25 bilhões, ou 43,2% do total comercializado. O valor diminuiu significativamente ao longo do período 2010-2015, como resultado das crescentes importações provenientes de Bangladesh, que representaram 9,3% do total do comércio de vestuário em 2015. A Turquia, a Itália e a Índia são os outros maiores fornecedores de vestuário para o mercado russo, representando respectivamente 6,7%, 5,6% e 4,2% de todo o valor comercializado.

## PRODUÇÃO INTERNA

Produção interna de vestuário abastece 15% do consumo local, enquanto a de calçados pode atingir 31%

- De acordo com as estatísticas oficiais publicadas pela Roslegprom, a indústria interna de calçados e vestuário recuou 12% em quantidade em 2015 em comparação a 2014. A mais afetada foi a produção de vestuário, que apresentou a queda de 21% em 2015. Os fabricantes reduziram os estoques de calçados e vestuário já que muitos sofreram dificuldades financeiras em função do aumento dos preços das matérias-primas e da queda da demanda.
- A produção interna de calçados e vestuário é baixa e está concentrada em grande número de fabricantes localizados em todos os distritos russos.
- Equipamento e matérias-primas importados são amplamente utilizados pelos fabricantes de calçados e vestuário devido à falta de fornecimento na Rússia.
- Muitos dos proprietários de marcas russas preferem encomendar calçados e vestuário dos fabricantes da China em vez de seu país, devido à rentabilidade e aos menores riscos. Por exemplo, os produtores chineses não exigem pagamento antecipado, ao contrário dos russos.
- Os detalhes dos processos de produção geralmente não são enfatizados pelos fabricantes, e os consumidores são indiferentes a eles. Sustentabilidade e tecnologias que economizam energia raramente são utilizadas na Rússia.

Quais são os cinco principais compradores/usuários finais do setor analisado?

Atacadistas

Varejistas de calçados e vestuário especiais

Lojas de produtos esportivos

Contratos públicos (calçados e vestuário industrial e militar)

Hipermercados

Quais são os cinco principais setores industriais que fornecem para o setor analisado?

Indústria do couro

Indústria têxtil

Acessórios de vestuário

Borracha

Maquinário

## PRODUÇÃO INTERNA

## Empresas domésticas tem participação importante no mercado de vestuário

### Vestuário

Os principais produtores de casacos são Baltiyskaya Liniya ZAO e PK Firma Elegant ZAO. A Baltiyskaya opera uma instalação na região ocidental do país e tem parcerias de fornecedores com os principais varejistas europeus, como MEXX e Marks & Spencer. A empresa também tem sua própria linha de produtos, como roupas *outdoor* femininas Ballini, ao mesmo tempo em que fabrica vestuário militar e corporativo para o governo russo e instituições privadas. No que diz respeito a casacos, Vitekskom OOO e Trud ZAO são os dois principais fabricantes locais. Vitekskom tem base em Chekhov, cerca de 100 km ao sul da área metropolitana de Moscou, e é conhecida pela fabricação de artigos de couro.

Entre os fabricantes locais de ternos, o grupo BTK Shakhtu OAO e a Pskovskaya Shveinaya Fabrika Slavyanka ZAO estão entre os mais relevantes. A BTK fabrica linhas de uniformes feitos sob medida e roupas especiais (ternos) e criam desenhos personalizados para clientes corporativos como companhias aéreas e empresas ferroviárias (como a Aeroflot - Russian Airlines JSC, a Rossiya Airlines JSC, a Russian Railways JS) e instituições governamentais. A Pskovskaya emprega cerca de mil pessoas e foca no vestuário masculino. Sua fábrica situa-se na província de mesmo nome, com fronteira com países como a Bielorrússia, a Estônia e a Letônia, os quais atuam como porta de entrada para a União Europeia.

Para calças e vestidos, a Gloria Jeans Corp. é a principal empresa em termos de produção local. Opera com a filosofia de preço baixo para "todos os russos" e é conhecida, por trazer para o mercado russo as últimas tendências da moda, por manter centros de *design* e *merchandising* em países localizados em diferentes regiões do mundo, como China, Coreia, Itália, Japão, Ucrânia e Brasil.

## PRODUÇÃO INTERNA

## Produção interna de calçados está aumentando sua participação no consumo total de calçados

### Calçados

Os maiores fabricantes de calçados russos são Bris-Bosfor OOO, Obuvnaya Firma Unichel ZAO e Ralf Ringer ZAO.

A queda nas importações de calçados estimulou o desenvolvimento da produção interna em 2015-2016. Fabricantes com o ciclo tecnológico completo, incluindo a confecção, ganharam com a desvalorização do rublo. As empresas que fabricam calçados a partir de material semiacabado importado ou que usam apenas acessórios e couro importados (principalmente o segmento de preços médios) foram mais afetadas pela crise.

De acordo com o Shoes Report, a produção em massa de calçados é mais rentável na Rússia do que na China, se os volumes de produção por sapato forem de pelo menos 150 mil pares. Segundo a Ralf Ringer, o equipamento utilizado na produção de calçados é 100% importado, e cerca de 35% das matérias-primas também são importadas.

A restrição à exportação de couro semiacabado da Rússia, imposta a partir de 2014, também contribuiu para o desenvolvimento da produção interna de calçados. Outro fator impulsionador dessa produção é a restrição à contratação pública de calçados importados aprovada em 2014. De acordo com o grupo varejista Obuv Rossii, o segmento de calçados de segurança contabiliza US\$ 2,60 bilhões, ou 50 milhões de pares por ano, gerando grandes oportunidades para os fabricantes de calçados locais.

Os fabricantes russos cada vez mais usam couro PU (feito a partir das divisões internas da pele e com acabamento feito de um revestimento de poliuretano) e imitações de peles para diminuir os custos de produção. De acordo com o Obuv Rossii, calçados de couro PU representaram cerca de 5% do consumo de segmento de preços médios em 2015 e deverão aumentar até 30% no período projetado, principalmente entre os calçados de primavera-verão.

Os consumidores preferem os calçados casuais de cores escuras, e a demanda por sapatos finos caros diminuiu significativamente. Observa-se uma mudança para calçados produzidos internamente devido ao aumento nos preços dos calçados importados e à redução da oferta. Alguns consumidores são mais leais às marcas russas, por terem a percepção de que elas têm altos padrões de segurança aplicados aos calçados e, também, por uma exaltação patriótica.

## EXPORTAÇÃO

## A maior parte das exportações é destinada a países vizinhos

As exportações de calçados e vestuário totalizaram US\$ 414 milhões em 2015.

## Principais produtos

## Calçados

- Com US\$ 28,2 milhões, outros calçados com parte superior em couro natural (sob o código SH 6403.99) foram a categoria mais relevante, representando 19,2% do total de exportações de calçados da Rússia em 2015. Calçados de couro de cano longo com sola exterior de borracha ou materiais plásticos (SH 6403.91) representaram 18,2% das exportações de calçados em 2015. Com 16,1% das exportações de calçados em 2015, outros calçados com sola exterior de borracha ou de plásticos e parte superior de materiais têxteis (SH 6404.19) ficaram na terceira posição.
- De acordo com os dados do Grupo de Pesquisa Discovery, a participação de calçados exportados foi de apenas 0,5% do volume de produção interna em 2015.

## Vestuário

- Os anoraques (jaquetas com capuz), os casacos e semelhantes, exceto os da posição 62.03, de fibras sintéticas ou artificiais para homens e meninos (sob o código SH 6201.93) contribuíram para 5,7% do total de exportações de vestuário em 2015, totalizando US\$ 15,3 milhões. Com 5,6% das exportações de vestuário, as camisetas, regatas e outros artigos similares de malha de algodão (SH 6109.10) foram a segunda categoria em valores exportados..

## Principais países de destino

- 84,4% das exportações de calçados e vestuário de 2015 da Rússia foram destinadas aos vizinhos Cazaquistão, Bielorrússia, Polônia e Ucrânia.
- O maior volume de exportações foi destinado ao Cazaquistão e à Bielorrússia, com 43,8% e 30,8%, respectivamente, do total da categoria em 2015.
- A Polônia recebeu 5,7% de todas as exportações russas no Setor, seguida pela Ucrânia (4,1%) e pela França (2,5%).

## PRINCIPAIS ALIANÇAS

## Principais alianças comerciais relacionadas aos países da União Econômica Eurasiática (UEE)

Acordos de comércio com o Vietnã devem aumentar o nível de parceria entre a Rússia e os principais exportadores asiáticos de calçados e vestuário

## Área de Livre Comércio da CEI

- A Área de Livre Comércio da Comunidade de Estados Independentes (ALC-CEI) permite o livre trânsito de bens em seu território, a não aplicação de tarifas de importação, a não discriminação e a gradual redução das tarifas de exportação e a extinção das restrições quantitativas no comércio entre os Estados-membro (Armênia, Bielorrússia, Ucrânia, Cazaquistão, Quirguistão, Moldávia, Rússia, Tadjiquistão e Uzbequistão). O tratado entre Rússia e Ucrânia está suspenso desde 2016 devido a tensões políticas entre os países.

## União Econômica Eurasiática

- A União Econômica Eurasiática de Armênia, Bielorrússia, Cazaquistão, Quirguistão e Rússia assegura a livre circulação de bens, serviços, capitais e mão de obra, e uma política comercial comum. A decisão de celebrar negociações comerciais com outros países é tomada por consenso pelo Conselho Econômico Supremo Eurasiático, com base em estudos de viabilidade, como os que foram feitos com Egito, Índia, Irã e Israel em 2014-2015.

## Acordo com o Vietnã

- O Acordo de Livre Comércio assinado por União Econômica Eurasiática e Vietnã entrou em vigor em 5 de outubro de 2016, cuja principal disposição é a abolição mútua de taxas. Há uma taxa média cobrada sobre bens importados do Vietnã para os Estados-membro que diminuirá para 2% até 2025. A tarifa alfandegária de 0% aplica-se a muitos itens de calçados e vestuário, incluindo alguns que são prioritários para o Brasil. Taxas especiais aplicam-se a certos artigos de calçados e vestuário (nos termos dos códigos SH 6103, 6104, 62, 64, 4203.40). Calçados com sola exterior de borracha ou plástico e parte superior de matérias têxteis (código SH 6404.19) e couro (códigos SH 6403.99) são os principais produtos de exportação do Vietnã para a Rússia e devem ser beneficiados.

## Acordo com a Sérvia

- Um tratado de livre comércio com a Sérvia está em vigor desde 2006: 93% das linhas tarifárias estão isentas de impostos. De acordo com dados de Comtrade, o vestuário é o segundo maior setor de exportação da Sérvia para a Rússia (depois de frutas e castanhas), totalizando US\$ 82,4 milhões em 2015. Outras meias-calças de malha de fibras sintéticas (códigos SH 6115.21 e SH 6115.22) destacam-se com 80% de todas as exportações de vestuário.



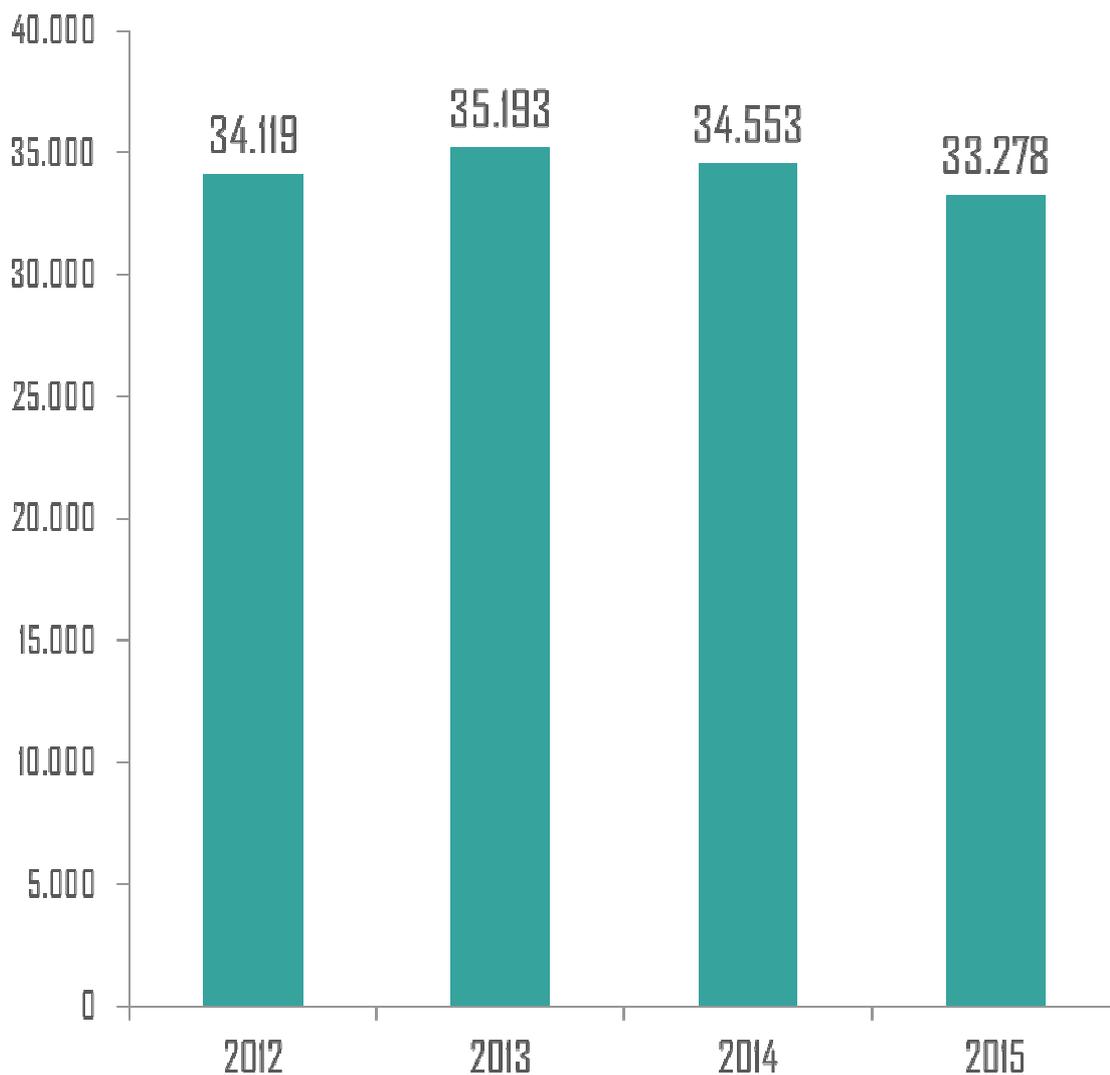
 MERCADO DE CALÇADOS E VESTUÁRIO

Vestuário registra decréscimo nas vendas em ambiente econômico turbulento

Durante o período 2012-2015, as vendas de vestuário na Rússia diminuíram à taxa de crescimento médio anual de -0,8%.

Gráfico 2: Vendas em valor do setor de vestuário (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para o consumidor

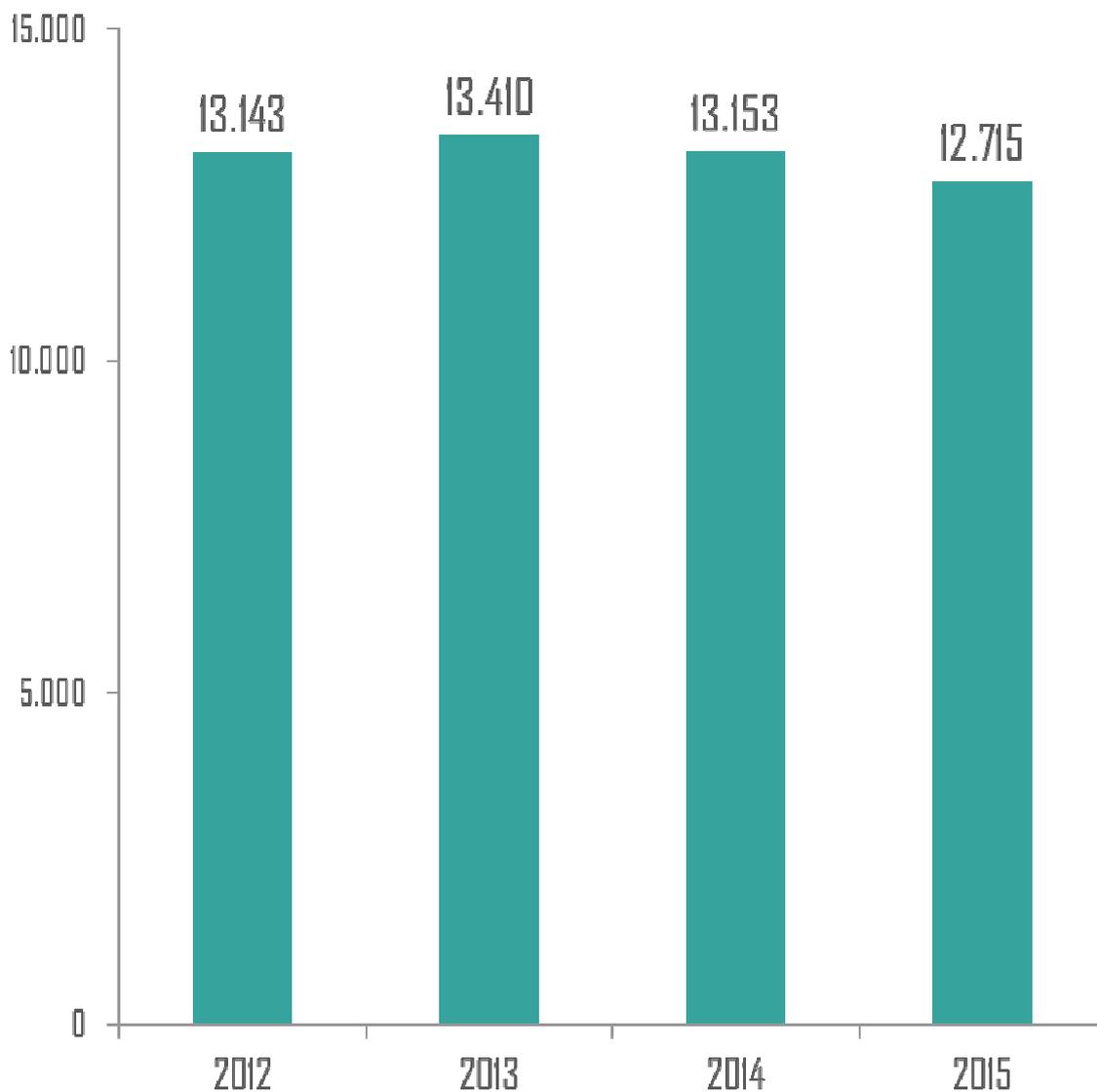


Após crescimento positivo em 2013, vendas de calçados sofreram queda contínua em 2014 e 2015

Em 2015, as vendas de calçados diminuíram 3,3% em valor, apresentando desempenho inferior à média anual observada entre 2012 e 2015. Assim como no vestuário, a crise econômica foi o principal fator do mau desempenho.

Gráfico 3: Vendas em valor do setor de calçados (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para o consumidor



Fonte: Euromonitor

## Roupas e calçados infantis são mais imunes à recessão econômica

## Os pais continuam gastando em roupas infantis apesar da inflação crescente

- As roupas infantis na Rússia seguiram em alta, pela relutância dos pais em poupar nas compras de produtos para os filhos, mesmo em tempos de dificuldade econômica. Em 2015, dos 144 milhões de russos, 7,5 milhões tinham entre 0-3 anos de idade, um grupo etário que aumenta constantemente. A população com 4 a 14 anos chegou a 16,6 milhões e contribuiu para o aumento do volume de vendas de roupas infantis.
- Em 2015, o vestuário para meninas, que tende a ser mais diversificado, com variedade de estilos e cores, foi mais dinâmico do que o dos meninos, com uma frequência de compra também muito maior. Os russos acreditam que vestir bem suas filhas é uma parte importante da infância.
- Fora as roupas infantis, os consumidores adiaram compras na maioria das categorias, especialmente em roupas esportivas, Femininas e Masculinas.
- As roupas masculinas formais tiveram demanda estável, ao contrário das informais. Com a queda do poder de compra e o aumento dos preços unitários, homens tendem a gastar mais em vestuário formal, que tem um apelo mais universal.
- Nas roupas femininas, os vestidos apresentaram o maior crescimento em valor, sustentado pela tendência de *athleisure*, que permite combinar vestidos com roupa esportiva.

## A queda da renda disponível teve um efeito direto sobre o consumo de calçados

- A queda da renda disponível de muitos consumidores russos traduziu-se em queda de 9% no volume de vendas de calçados em 2015. A alta dinâmica dos preços de uma gama diversificada de *commodities* e serviços fez que a maioria dos russos ficasse muito mais cautelosa com os gastos com calçados, entre outros produtos.
- Os calçados infantis registraram a menor queda no valor de vendas (-0,1%) em calçados em 2015, já que os russos tradicionalmente buscam suprir todas as necessidades de seus filhos, apesar das condições econômicas adversas. Além disso, as crianças crescem e precisam que seus calçados sejam substituídos com mais frequência.
- Ao contrário dos brasileiros, os russos têm grande preocupação com a qualidade dos calçados infantis, que devem ser totalmente de couro por lei. Essa mentalidade é bem diferente da brasileira, que procura calçados baratos para as crianças, já que logo eles deixarão de servir.
- Os calçados femininos tiveram queda de -3,8% no valor de vendas, atingindo US\$ 8,3 bilhões. As mulheres russas costumam dedicar-se a manter a boa aparência e estar na moda, e tendem a ter uma variedade de calçados, incluindo botas, sapatos de salto alto e sandálias, numa ampla gama de cores.
- As vendas de calçados masculinos sofreram queda de -3,5% em 2015. Os homens russos, sobretudo os mais velhos, costumam sentir-se bem com uma variedade menor de calçados. No entanto, os jovens seguem mais a moda e, normalmente, preferem ampliar sua gama de possibilidades, além de prestar mais atenção à marca.

Como resultado da desvalorização do rublo e do aumento significativo dos preços, os consumidores reduziram a frequência e o volume das compras de calçados e vestuário, investindo mais tempo na seleção de produtos e comparação de preços. Os varejistas e os distribuidores diminuíram as margens de lucro, para incentivar as vendas. As empresas líderes, que focam nos produtos de preço popular, tentaram capitalizar a mudança dos consumidores para o segmento de preços mais baixos e ganharam participação no mercado.

De 2016 a 2019, espera-se baixo crescimento para o vestuário

As vendas de vestuário na Rússia devem crescer a uma média anual baixa, de 2,3% em volume e 1,6% em valor.

Gráfico 4: Projeção de vendas em valor do setor de vestuário (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



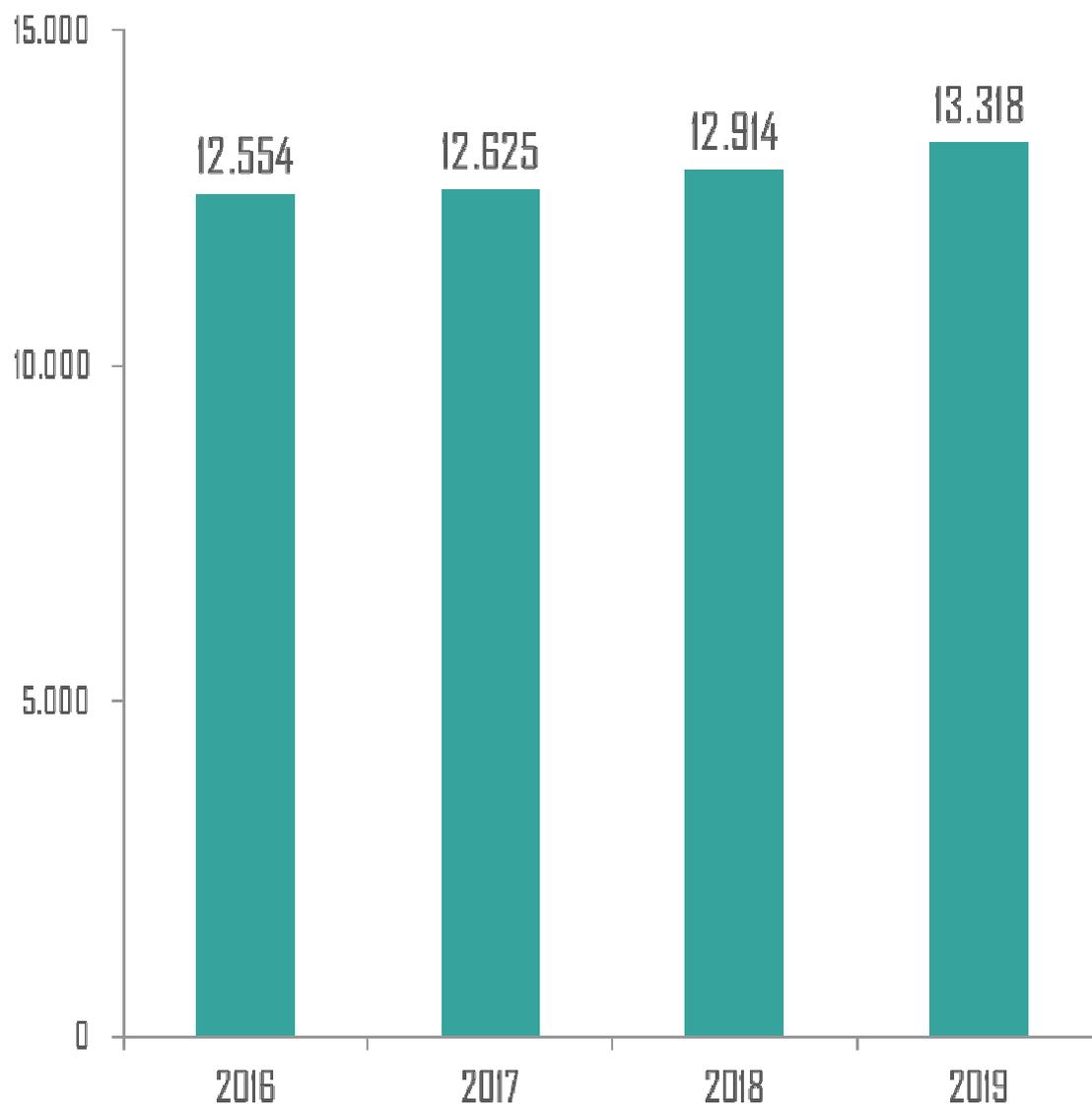
Fonte: Euromonitor

## A subcategoria de calçados infantis continuará sendo a mais dinâmica da dos calçados

De 2016 a 2019, o valor de vendas de calçados deve aumentar à média anual de 2% e atingir US\$ 13,3 bilhões. O volume de vendas deve crescer à média anual de 2,7%, impulsionado pelo desempenho dos produtos infantis.

Gráfico 5: Projeção de vendas em valor do setor de calçados (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

## PRINCIPAIS IMPULSIONADORES DE DESEMPENHO

## Cenário econômico de recuperação deve estabelecer a tendência dos próximos anos

## Espera-se que os calçados e vestuário infantis apresentem as melhores oportunidades de crescimento

- Roupas Infantis e calçados Infantis devem ser as subcategorias com melhor desempenho em 2016-2019 devido à expansão da base de consumidores.
- A população com idade entre 3 e 8 anos deve apresentar um dos aumentos mais altos, passando de 9,5 milhões em 2014 para 11 milhões até 2020.
- O varejo de internet de calçados e vestuário é o canal de varejo mais dinâmico, impulsionado pela praticidade, ampla escolha e preços baixos. Espera-se que o canal de varejo na internet, especialmente pelo uso de dispositivos móveis, impulse o crescimento, já que seus custos operacionais são em geral mais baixos do que os do varejo baseado em lojas físicas.
- Em 2017, prevê-se que o PIB real volte a ter um crescimento positivo, o que significará um aumento na renda dos consumidores. Assim que o poder de compra do consumidor melhorar no país, os russos provavelmente aumentarão seus gastos com calçados e vestuário. Normalmente, os russos prestam muita atenção à sua aparência pessoal e gostam de estar na moda, o que por sua vez beneficiará o setor de calçados e vestuário.
- Espera-se que as compras adiadas de calçados impulsionem o desenvolvimento do segmento.
- Uma oportunidade para exportadores brasileiros são calçados fabricados para climas amenos, como o do Brasil, visto que as russas utilizam calçados abertos em ambientes internos.
- Mulheres que estão no mercado de trabalho buscam opções mais confortáveis para o dia-a-dia, sem deixar de lado as tendências de moda.
- As russas procuram saltos altíssimos, ainda que sejam apenas para uso em ambientes internos.

## Previsão é de que as despesas do consumidor aumentem a taxas baixas de crescimento a longo prazo

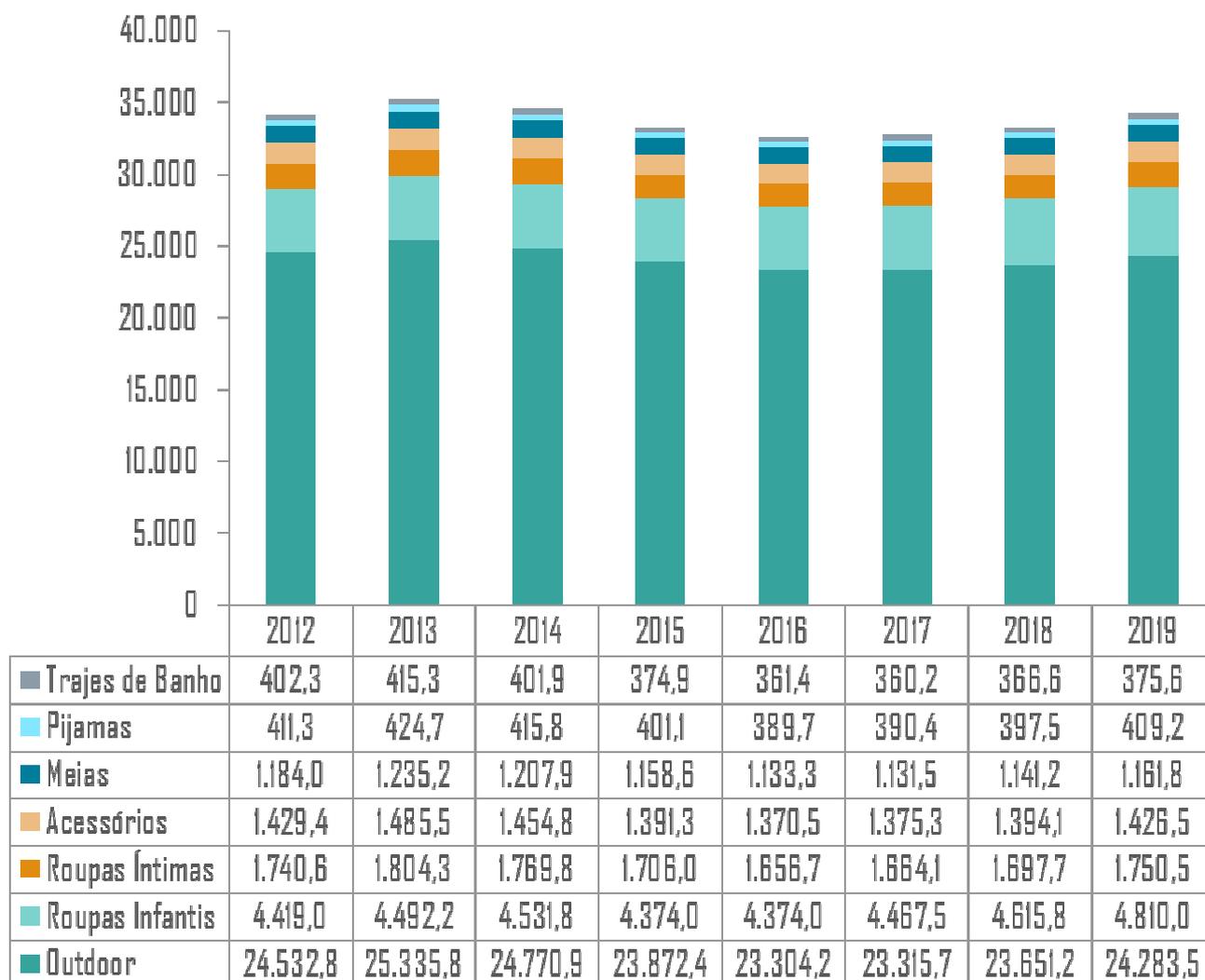
- O total de despesas dos consumidores (em termos reais) cairá 3,8% em 2016. Já no período de 2015-2030, o total de despesas dos consumidores crescerá a média anual de 0,8% e aumentará num valor acumulado de 12,9%. O total de despesas dos consumidores representará 49,4% do PIB em 2016.
- O maior desafio para a indústria é a recessão econômica, que afeta a demanda dos consumidores por calçados e vestuário.
- Como resultado da redução do poder de compra, espera-se que os consumidores continuem restringindo seus gastos e concentrando-se na compra de produtos essenciais.
- É provável que os consumidores russos permaneçam bastante sensíveis aos preços quando se trata da compra de calçados e vestuário.
- Aqueles que valorizam a qualidade em vez do preço devem reduzir a frequência de compras de calçados e vestuário.
- O foco no preço já aumentou a demanda de calçados e vestuário de fabricantes locais, tornando o cenário mais desafiador para as empresas que tentam exportar para a Rússia.
- Uma dificuldade que os exportadores brasileiros enfrentam neste mercado é a inconsistência das exportações devido às necessidades da Rússia em relação aos calçados de inverno.
- A grande maioria das empresas brasileiras não possui calçados de inverno para atender esse mercado e acaba trabalhando apenas uma estação, deixando o mercado desatendido nos meses de inverno. Isso dificulta a penetração das marcas, já que são vistas somente durante os meses quentes (2-3 meses/ano).

## CATEGORIAS

Roupas *outdoor* têm a maior participação de vestuário em comparação com outras subcategorias

Roupas *outdoor* foi a maior categoria entre outras subcategorias de vestuário. Sua maior participação se deve à grande base de consumidores e ao escopo mais amplo de produtos. Todas as categorias foram afetadas pelo aumento dos preços unitários e pelo baixo crescimento em volume. As categorias menos afetadas foram as roupas infantis e as meias, já que consumidores relutaram em restringir seus gastos nos itens considerados essenciais.

Gráfico 6: Histórico e projeção de vendas em valor de calçados e vestuário (US\$ Mi)  
Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



CATEGORIAS

No vestuário para homens e mulheres, roupas femininas têm a maior participação de vendas, com 68,2% do valor de varejo em 2015

Roupas Femininas são a maior categoria entre as subcategorias por gênero. A variedade mais ampla de estilos se deve aos diferentes gostos e demandas femininas. Roupas masculinas tiveram desempenho similar ao das roupas femininas em termos de valor. O comportamento dos consumidores homens e mulheres foi influenciado pelos mesmos fatores econômicos e sociais. A competição em calçados e vestuário femininos é maior do que na categoria masculina; logo, há empresas oferecendo produtos mais acessíveis.

Gráfico 7: Histórico e projeção de vendas em valor de vestuário (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



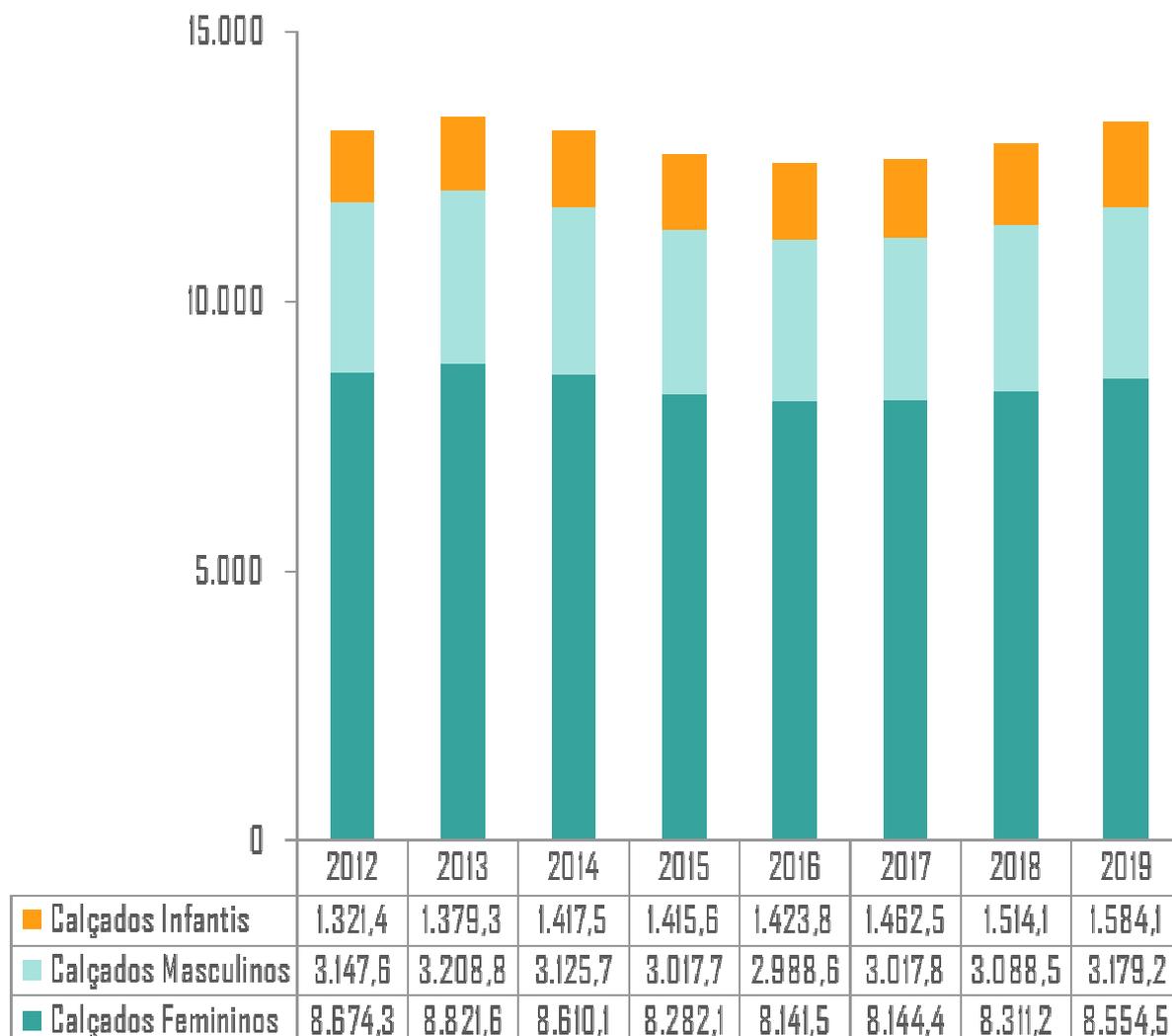
Fonte: Euromonitor

## CATEGORIAS

## Calçados femininos concentram 65,1% de todas as vendas na subcategoria

Calçados femininos são o segmento de calçados mais relevante, concentrando 65,1% de todas as vendas de calçados em 2015, e assim deve ser até o final do período projetado, em 2019 (64,2% do total). Os calçados infantis, embora representem apenas 11,1% de todo o valor de vendas de 2015, apresentaram o crescimento mais dinâmico de 2012 a 2015, com um crescimento médio anual de 2,3%. De 2016 a 2019, os calçados infantis devem continuar sendo a subcategoria mais dinâmica no ambiente de varejo de calçados da Rússia.

Gráfico 8: Histórico e projeção de vendas em valor de calçados e vestuário (US\$ Mi)  
Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

## CATEGORIAS

**Demanda estável de calçados e vestuário essenciais ajuda a sustentar o mercado**



### Roupas infantis devem permanecer como categoria mais dinâmica

Roupas infantis devem continuar seu desempenho ao longo de 2016-2019, já que são uma categoria menos dependente da situação econômica geral do país. As crianças, à medida que crescem, precisam de roupas com mais frequência e por isso observa-se uma demanda por roupas para crianças relativamente estável, apesar das dificuldades econômicas.



### Varejo na internet deve desempenhar um papel vital na distribuição

Dado o estilo de vida atarefado dos consumidores russos, as compras *on-line* continuarão a crescer em popularidade e serão indispensáveis para a distribuição de calçados e vestuário. Prevê-se que até ao final de 2019, cerca de 10% de todas as vendas de calçados e vestuário sejam realizadas por meio do comércio varejista pela internet.



### Vestuário de inspiração esportiva e calçados de performance devem registrar forte crescimento

Vestuário inspirado em esportes e calçados de alta performance devem registrar um dos mais fortes desempenhos durante o período entre 2016 e 2019. A principal razão para o crescimento é que esses itens são considerados confortáveis e atendem a múltiplas necessidades, adequados portanto não só para atividades esportivas, como também para situações informais.



### Calças e *shorts* femininos devem manter o crescimento das roupas femininas

Os *shorts* e as calças femininas devem registrar o melhor desempenho entre as roupas femininas no período entre 2016 e 2019. Calças são roupas simples, que, em tempo de recessão econômica, podem ser combinadas com vários tipos de *tops* e sapatos. Além disso, durante o inverno na Rússia, com condições climáticas rigorosas, as calças são muito mais práticas que as saias e os vestidos.

## CATEGORIAS

## Categoria de roupas infantis é impulsionada pelo predomínio do vestuário de meninas

### Roupas Infantis

Em 2015, as roupas infantis se beneficiaram do esforço dos pais russos em não reduzir os gastos com seus filhos, apesar do fraco clima econômico. Os pais gastaram US\$ 4,37 bilhões em roupas infantis, um aumento de 11% em termos de valor atual em comparação com 2014. Além disso, os pais pagaram ainda mais caro por Roupas infantis em 2015, já que os preços unitários subiram devido à forte desvalorização da moeda no final de 2014 e ao longo de 2015.

As vendas de roupas para bebês e crianças pequenas chegaram a US\$ 1,10 bilhão em 2015, um aumento de 11% em termos de valor em comparação com 2014. Os pais russos tentaram prover seus recém-nascidos dos melhores produtos possíveis, inclusive no vestuário. A maioria dos pais reconhece o fato de que bebês crescem muito rapidamente, logo, o importante em matéria de vestuário é conforto, calor e praticidade, em vez de moda. Por isso, é comum na Rússia doar, comprar ou revender barato roupas de bebês e crianças pequenas para amigos, parentes e conhecidos, prática que se intensificou em 2015 devido ao ambiente econômico ruim.

Em 2013 e 2014, verificou-se uma mudança significativa em relação à compra de vestuário em feiras livres para canais de varejo mais formais, como os varejistas especializados em calçados e vestuário. No entanto, essa tendência foi interrompida em 2015 pela deterioração da economia russa e subsequente queda no poder de compra dos consumidores. A compra de roupas infantis em feiras tornou-se novamente mais comum, principalmente por causa de seus preços mais baixos. Além disso, alguns varejistas especializados em produtos infantis, inclusive calçados e vestuário, foram obrigados a fechar algumas de suas lojas devido aos aluguéis, que subiram em decorrência da desvalorização da moeda nacional. Aluguéis mais elevados tornaram essas lojas não lucrativas. Por exemplo, a cadeia russa de varejo especializado em produtos para crianças Deti GK ZAO fechou suas 13 lojas nas regiões de Moscou e São Petersburgo em 2015.

Geralmente, varejistas de produtos especiais para mães e bebês na Rússia não estocam muitas marcas nacionais mais baratas. Portanto, a maioria das famílias russas não pode comprar roupas infantis nesse tipo de loja, em função de seus preços mais elevados. O canal de varejistas especializados em mães e bebês é geralmente dominado por marcas internacionais, como Mothercare. De acordo com os resultados provisórios da empresa em 2015-2016, as vendas *like-for-like* (descontando as lojas fechadas ou abertas no período sob análise) da Mothercare na Rússia ficaram estagnadas em 2015, afetadas negativamente pela desvalorização do rublo.

O varejo na internet de roupas infantis continuou crescendo em 2015, graças à praticidade do processo de compra e à facilidade de comparação de produtos. Expectativa é de que mais consumidores migrem para lojas *on-line* em busca de preços mais baixos no período projetado 2016-2019, à luz da deterioração do clima econômico na Rússia. Para se beneficiar disso, as empresas que anteriormente se concentravam no varejo baseado em lojas físicas reforçaram seu investimento em suas plataformas *on-line*. Os principais varejistas de roupas infantis do país, baseados em lojas físicas, como Detskiy Mir e Lukomorye, continuaram a observar um forte crescimento anual das vendas *on-line* de roupas infantis em 2015. Para melhorar o processo de compras *on-line* e expandir seu público-alvo, em 2015 a Detskiy Mir ofereceu aos consumidores a opção de obter produtos encomendados *on-line* nos estabelecimentos de um dos maiores varejistas de internet na Rússia, OZON.ru.

## Roupas femininas influenciadas pela tendência de *athleisure*

### Roupas Femininas

Roupas femininas registraram um crescimento em valor de 11% em 2015, totalizando vendas de US\$ 17,96 bilhões. Ao mesmo tempo, a categoria registrou uma queda significativa de 22% em termos de volume de varejo, afetada pela recessão da economia russa e pela desvalorização da moeda nacional em 2014 e 2015. Como a maioria dos produtos de roupas femininas é importada, os preços finais para os consumidores aumentaram significativamente, a uma média de 40%, em 2015. Esses preços mais elevados dissuadiram alguns consumidores de fazer quaisquer compras, enquanto outros simplesmente passaram para produtos menos caros.

Os vestidos femininos apresentaram o maior crescimento em 2015, de 12%, sustentado pela tendência de *athleisure*. Essa foi a tendência mais interessante que influenciou as roupas femininas em 2015, ou seja, a combinação de estilos esportivo e casual. Esse novo estilo permite que as mulheres combinem calçados esportivos e *leggings* com itens como vestidos. A tendência favoreceu principalmente os calçados esportivos, saias e vestidos femininos.

A segunda categoria de crescimento mais rápido em termos de valor atual foi a de jeans femininos de preços mais baixos. Isso pode ser atribuído ao fato de consumidores de jeans padrão e *premium* passarem a optar por produtos mais baratos, como consequência do recuo econômico e da queda do poder aquisitivo. As calças jeans femininas *super premium* também registram um crescimento dinâmico do valor, graças à demanda estável por marcas de *designers* de boa qualidade entre as mulheres mais ricas. Além disso, a renda disponível dos indivíduos com alto patrimônio líquido não sofreu significativamente com o recuo econômico em comparação com o das famílias de baixa renda em 2015. A diferença entre ricos e pobres está aumentando constantemente na Rússia. Também há mais oportunidades de usar jeans, por exemplo em locais de trabalho nos quais o código de vestimenta é menos rigoroso, o que desempenhou um papel significativo no aumento das vendas.

As roupas íntimas femininas alcançaram vendas de US\$ 1,37 bilhão em 2015. Apesar de um saudável crescimento no valor de 11%, a categoria apresentou queda de 23% no volume. O aumento no valor de vendas foi resultado do aumento dos preços, com a categoria observando um crescimento do preço unitário de 44% em 2015.

Embora a presença de *shapewear* já tenha aumentado consideravelmente na Rússia, este tipo de roupas íntimas ainda era uma novidade para a maioria das mulheres russas em 2015. O *shapewear* oferece às mulheres a possibilidade de manter uma silhueta mais definida. As principais marcas de *shapewear* presentes no mercado russo incluem Marks & Spencer, Fest, Triumph, Burlesco, Vis-à-vis, Rago, Bonprix, Charmante e Vogue.

Os trajes de banho apresentaram o menor crescimento, de 10%, em termos de valor, devido principalmente às condições climáticas adversas, já que o verão de 2015, na Rússia, foi sobretudo úmido e frio. Devido ao enorme enfraquecimento da moeda nacional e à queda do poder de compra, o número de viagens ao exterior, incluindo aos países mais quentes, caiu significativamente.

## Escolha do vestuário em roupas masculinas depende do *status* social

### Roupas Masculinas

As roupas masculinas cresceram 11% em termos de valor, em 2015, o que fez a categoria atingir US\$ 8,39 bilhões em vendas. No entanto, esse saudável crescimento de valor não foi resultado da forte demanda por roupas masculinas, mas sim de preços unitários mais altos, já que o volume de vendas caiu 19%. As roupas masculinas tiveram um desempenho similar ao das roupas femininas em termos de valor. O comportamento dos consumidores masculinos e femininos foi influenciado pelos mesmos fatores econômicos e sociais

A importância da aparência pessoal para os homens russos depende de seu *status* social, profissão e cargo. Os consumidores masculinos que ocupam altas posições em ambientes de escritório tendem a prestar mais atenção à sua aparência pessoal do que operários. Quanto mais alto um homem sobe na carreira, mais atenção presta à sua aparência, e os homens das classes sociais mais baixas tendem a prestar menos atenção à sua aparência do que os homens das classes sociais mais altas.

De forma similar às roupas femininas, a tendência do *athleisure* influenciou as roupas masculinas, com os russos optando pelo vestuário de inspiração esportiva. Os estilos e as tendências dos homens estão se tornando mais complexos. Vários estilos diferentes podem coexistir lado a lado, por exemplo calças finas, camisas e calçados esportivos.

Em 2015, a demanda por roupas masculinas formais foi mais estável do que a de roupas informais ou casuais. Isso pode ser explicado por fatores econômicos, já que em meio à queda do poder aquisitivo e ao aumento dos preços unitários, os consumidores masculinos tenderam a gastar mais com vestuário formal, que têm um apelo mais universal.

A calça jeans masculina foi uma das categorias de crescimento mais rápido em 2015, registrando um ganho de valor de 12%. Jeans são ainda considerados como parte essencial do guarda-roupa de todos os homens russos. Porém, há uma ampla base de consumidores para jeans masculinos, já que na Rússia jeans são usados por homens tanto jovens quanto velhos.

As roupas *outdoor* masculinas registraram um aumento de 11% em termos de valor, enquanto em volume recuaram 19% em 2015. O crescimento do volume diferiu muito do crescimento de valor devido a aumentos significativos no preço unitário nesse ano.

As roupas íntimas masculinas cresceram 10% em valor em 2015 e superaram as vendas de US\$ 330 milhões. Em termos de volume, no entanto, a categoria diminuiu 20%, já que as vendas foram impactadas pelo aumento drástico dos preços e queda do poder de compra. Em 2015, os homens passaram a comprar mais roupas íntimas em pacotes de várias unidades, por uma questão de custo.

Os trajes de banho masculinos foram a categoria com pior desempenho em 2015, registrando um crescimento de apenas 2%. A estação de verão não durou muito na Rússia em 2015 porque a maior parte do país enfrentou um verão frio.

## CATEGORIAS

## Desempenho de roupas esportivas foi mantido pela demanda estável de vestuário para esportes de alto desempenho

### Roupas Esportivas

De forma similar ao restante dos calçados e vestuário em 2015, as roupas esportivas foram negativamente afetadas pela deterioração da economia russa e pela queda subsequente da renda disponível dos consumidores. Os consumidores foram forçados a economizar em roupas esportivas, pois estas não são vistas como essenciais. Somente atletas profissionais foram obrigados a gastar dinheiro em roupas esportivas em 2015, porque são vitais para sua profissão. Assim, a demanda estável para roupas esportivas de alta performance, especialmente calçados, foi o principal motor da categoria em 2015.

No entanto, no final de 2015, saúde e *fitness* continuaram a desempenhar um papel importante na sociedade russa. A tendência a buscar estilos de vida mais saudáveis e equilibrados ajudou a categoria a escapar de uma queda de volume ainda mais acentuada. As roupas esportivas na Rússia cresceram 12% em termos correntes em 2015, chegando a vendas de US\$ 5.795 mi.

Muitos russos consideram o esporte uma maneira ideal de buscar equilíbrio em sua vida profissional estressante e agitada. Quando se trata de escolher roupas esportivas, os consumidores russos geralmente prestam grande atenção à praticidade e à moda. No entanto, por razões econômicas, ficaram mais sensíveis aos preços em 2015. Assim, quando foi possível, alguns optaram por usar as mesmas roupas esportivas para todas as suas atividades esportivas.

O vestuário de alta performance registrou o maior crescimento de valor, com uma taxa de 14% em 2015. Isso pode ser explicado pelo fato de que atletas profissionais não podem substituir roupas esportivas por outros tipos de vestuário e, portanto, foram obrigados a pagar preços mais altos. Além disso, academias e clubes de *fitness* continuaram se tornando populares entre os russos, o que favoreceu o desempenho das roupas esportivas.

As falsificações de produtos das principais marcas, como Nike e Adidas, foram significativas durante o período entre 2010 e 2015. No geral, calçados e vestuário de inspiração esportiva foram as categorias mais vulneráveis. O impacto dos produtos falsificados aumentou gradualmente ao longo de 2010-2015, apesar das autoridades responsáveis pela aplicação da lei terem intensificado as suas medidas contra essa prática delituosa. Houve muitos casos em 2015 de produtos falsificados detectados e retirados de lojas de varejo e feiras em várias regiões, como Nizhniy Novgorod, Kirov, Altay e Ryazan.

O principal canal de distribuição para roupas esportivas na Rússia são as lojas de artigos esportivos, cujo valor de vendas aumentou constantemente ao longo de 2010-2015, enquanto as feiras perderam terreno. No entanto, esta mudança foi dificultada em 2015 em razão da recessão econômica.

Ao procurar roupas esportivas específicas, a maioria dos consumidores ainda prefere a experiência e os serviços adicionais oferecidos nas lojas físicas. No entanto, o varejo na internet aumentou sua participação de 5% em 2014 para 6% em 2015.

## Calçados infantis impulsionam o subsetor de calçados

### Calçados

Em 2015, os calçados tiveram um aumento significativo no preço médio unitário de 27%, como resultado da forte desvalorização da moeda nacional, já que a categoria depende em grande parte das importações. Mesmo sendo os calçados necessários, os russos foram forçados a economizar ao fazer compras devido a orçamentos limitados e à incerteza econômica geral, o que levou a uma queda de 12% no volume de vendas do varejo. No entanto, devido aos preços mais altos, a categoria registrou crescimento dinâmico de valor de 11% atingindo US\$ 12,71 bilhões em 2015.

Os calçados femininos foram responsáveis pela maior parcela de valor de vendas (65%) e registraram um crescimento de 11%, em termos de valor. As mulheres russas gostam de ter muitos tipos diferentes de Calçados, como sapatos de salto alto, botas e sandálias em cores e estilos diferentes, o que explica o maior tamanho geral da categoria. As condições climáticas diversas também obrigam as mulheres a manter uma ampla variedade de calçados em seus guarda-roupas. Para poupar dinheiro em 2015, algumas mulheres russas começaram comprar produtos mais baratos, enquanto outras simplesmente adiaram as compras.

Em 2015, os calçados masculinos também cresceram 11% em termos de valor. Os homens russos tendem a ter menos interesse em Calçados do que as mulheres, geralmente comprando um número limitado de produtos básicos, especialmente quando os orçamentos familiares estão apertados.

Os calçados infantis apresentaram o maior crescimento em valor, de 15%, em 2015, ultrapassando vendas de US\$ 1,42 bilhão. Há uma percepção na sociedade russa de que não se deve economizar dinheiro quando se trata dos filhos, logo, os pais tendem a não reduzir significativamente seus gastos com roupas e calçados infantis, mesmo em tempos economicamente difíceis. Ao comprar calçados infantis, os pais russos prestam mais atenção aos produtos com posicionamento ortopédico.

Na Rússia, as vendas de calçados são em grande parte determinadas por padrões climáticos (por exemplo, botas quentes no inverno e sandálias no verão) e tendências da moda. Em 2015, os calçados femininos abertos como sandálias Anabela foram extremamente impopulares, uma vez que o verão foi fraco. Os calçados de inspiração esportiva tiveram grande demanda entre homens e mulheres, em razão da nova tendência de combinar calçado esportivo com vestidos, saias e ternos. Os sapatos femininos com *design* masculino também se tornaram mais populares na Rússia.

De acordo com Obuv Rossii, o consumo de calçados *per capita* caiu para o nível mais baixo desde 2008: em 2015, foram 2,1 pares *per capita*. Foi próximo ao nível de desgaste físico de 1,8 pares *per capita*. Espera-se que o mercado de calçados se recupere a partir de 2017, impulsionado pela demanda adiada.

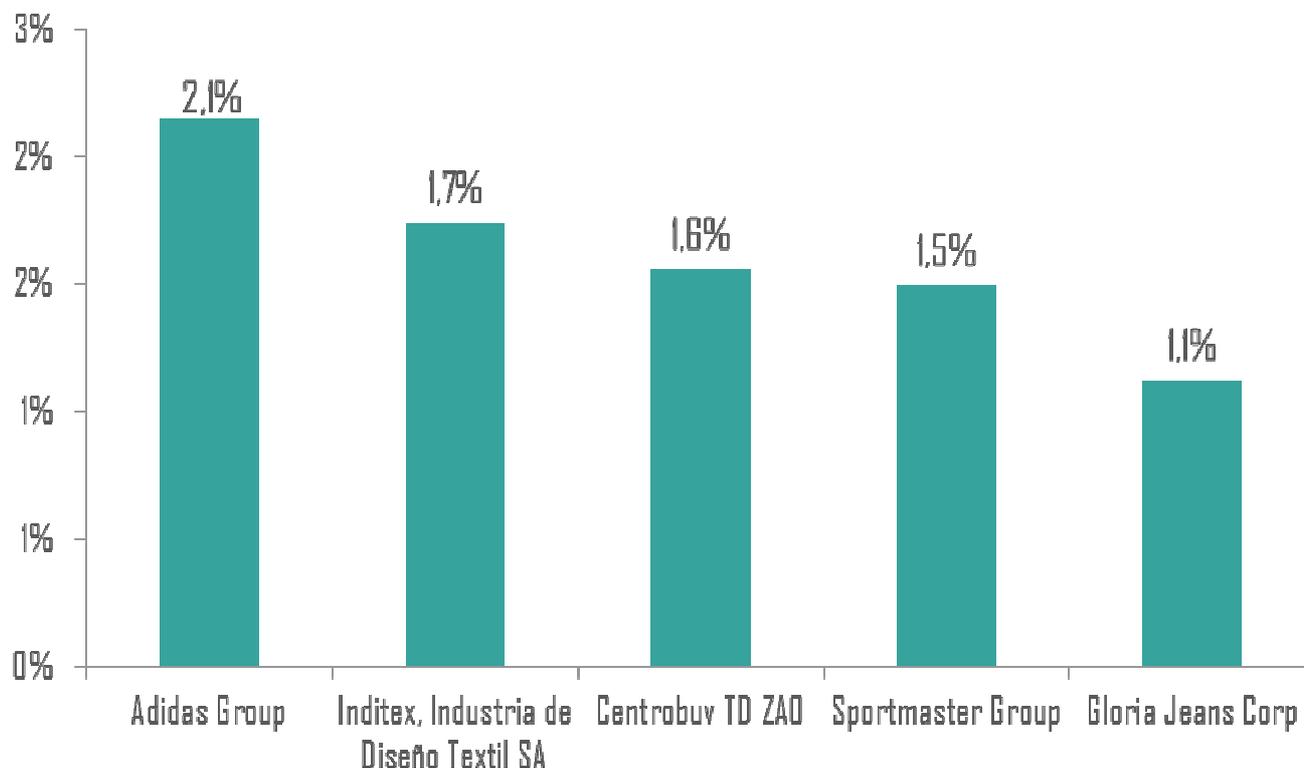
Há favorecimento do calçado brasileiro em detrimento do europeu como substituto de qualidade a menor preço.

## CONCORRÊNCIA

Ambiente é competitivo e liderado por marcas internacionais

Gráfico 9: Participação das vendas em valor do setor de calçados e vestuário no varejo por principais empresas (%)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

- Na Rússia, o setor de calçados e vestuário é bastante fragmentado. As 100 principais empresas do setor representaram apenas 22% do valor de vendas total do setor em 2015.
- Os varejistas internacionais lideram os calçados e vestuário, enquanto as marcas nacionais operam geralmente dentro do segmento econômico.

Número aproximado de empresas fabricantes de calçados e vestuário em 2015

**10 mil**

## CONCORRÊNCIA

Marcas líderes concentram-se na adaptação ao ambiente econômico minimizando custos

### Adidas Group

O grupo Adidas é o líder em roupas esportivas, Calçados masculinos e acessórios de vestuário. Ostenta uma forte lealdade do consumidor, conquistada por meio de campanhas de *marketing* ativas e consistentes. Para reduzir custos, a empresa planeja fechar ou suspender temporariamente a abertura de mais de 200 estabelecimentos.

### Inditex – Industria de Diseño Textil SA

A Inditex manteve importante posição em roupas masculinas e femininas graças à boa qualidade de seus produtos e ao amplo portfólio. Jovens adultos são o alvo; ela oferece vestuário da moda com relação favorável entre preço e qualidade, principal razão de seu sucesso.

### Centrobuv TD ZAO

A empresa foi líder em calçados em 2015, posicionada no segmento popular do mercado. Ela enfrentou dificuldades financeiras desde o final de 2015, com o fechamento de muitos estabelecimentos de varejo. Os procedimentos da falência foram continuados no início de 2016.

### Sportsmaster Group

O negócio principal da Sportsmaster são as lojas de artigos esportivos. A empresa opera duas redes, com 480 lojas sob o nome Sportmaster e 96 estabelecimentos Sportlandia. A empresa é conhecida pela sua ampla gama de marcas de alta qualidade de diferentes países oferecidas a preços acessíveis.

### Gloria Jeans Corp

A empresa russa é líder em jeans e roupas infantis. Planeja otimizar operações fechando pequenos estabelecimentos de varejo e abrindo lojas com uma área de vendas de mais de 1 mil m<sup>2</sup>, e assim criar mais espaço para exibição.

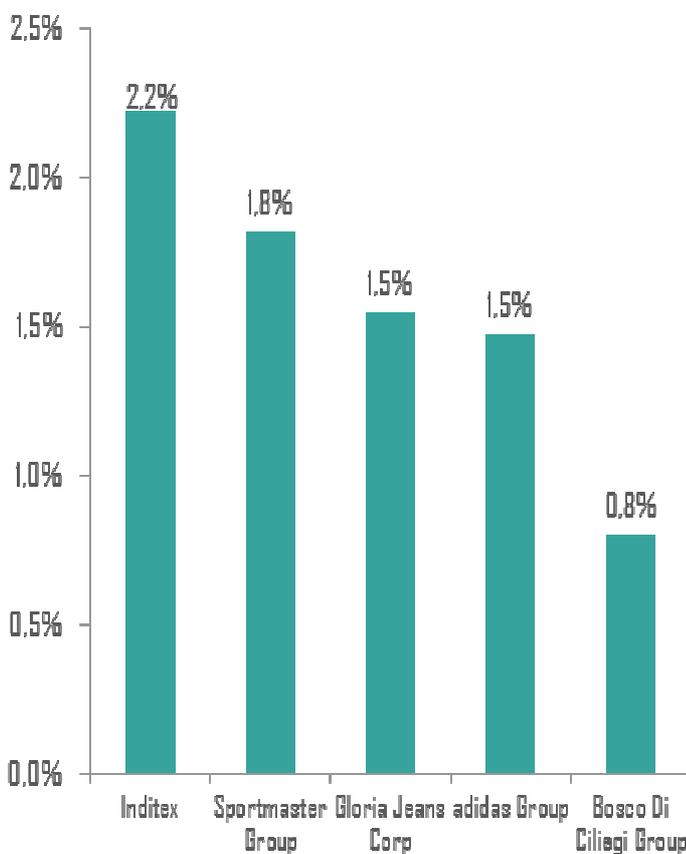
## CONCORRÊNCIA DENTRO DE CALÇADOS VS. VESTUÁRIO

Expressivo nível de fragmentação caracteriza o setor de calçados e vestuário na Rússia

## Vestuário é extremamente fragmentado

Gráfico 10: Participação das vendas em valor do setor de vestuário por principais empresas (%)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor

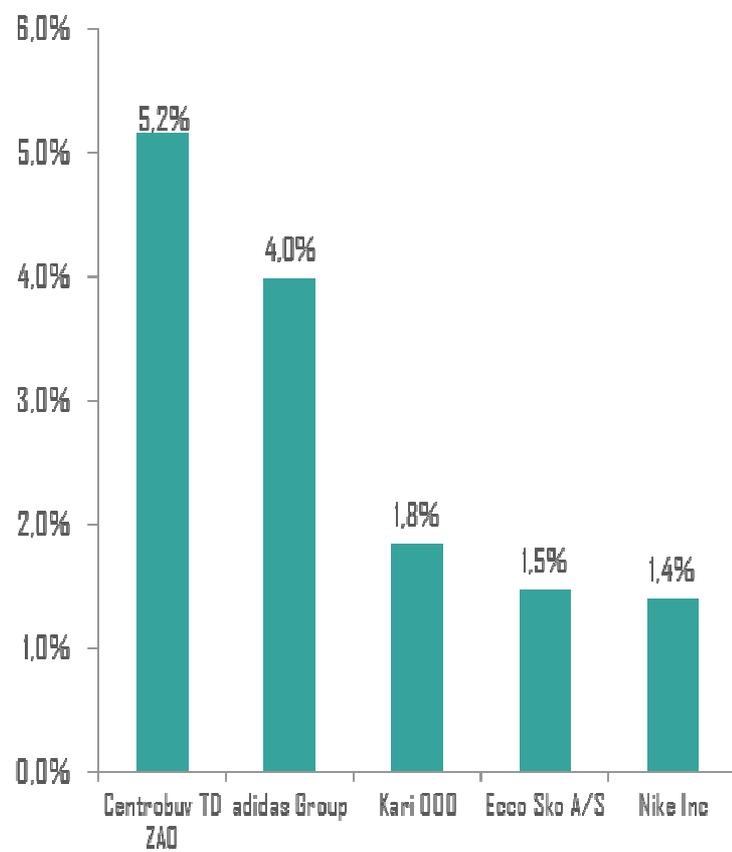


Fonte: Euromonitor

## Centrobuy lidera em calçados, alimentada pela sua operação de varejo

Gráfico 11: Participação das vendas em valor do setor de calçados por principais empresas (%)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

A Inditex manteve a sua liderança em vestuário da Rússia. Além da Zara, o grupo Inditex também teve como objetivo aumentar os investimentos na Lefties, um formato de loja que oferece vestuário com preços mais baixos para competir com lojas como Forever 21 e H&M. O Grupo Sportmaster liderou as empresas de vestuário, beneficiando-se do amplo alcance de suas 500 lojas de varejo localizadas não só na Rússia, mas também nos importantes mercados de Bielorrússia, Cazaquistão e Ucrânia. A empresa mantém seu lema de oferecer vestuário esportivo a preços acessíveis.

Os estilos de calçados usados pelos consumidores russos durante 2015 não foram especialmente diversificados, já que o mau contexto econômico retirou prioridade de seguir as tendências da moda. Os formatos clássicos de calçados foram preferidos pelos consumidores, pois se os sapatos da moda tornam-se desatualizados rapidamente, os clássicos são mais perenes e versáteis, de modo que permitem economizar dinheiro.

## CONCORRÊNCIA

## Panorama competitivo permanece muito fragmentado nas várias categorias

A maioria dos russos acredita que as marcas internacionais oferecem melhor qualidade do que as nacionais e são mais elegantes e atraentes. A percepção em relação aos produtores nacionais é de que não reagem rápido o bastante para acompanhar as aceleradas mudanças das tendências da moda. Muitas empresas que afirmam ser nacionais fabricam parte ou todos os seus produtos no exterior, principalmente nos países do Leste Asiático.

Roupas Infantis	Roupas Femininas	Roupas Masculinas
Gloria Jeans Corp	Inditex SA	Inditex
Mothercare Plc	Sportmaster Group	adidas Group
Gulliver i Co TD ZAO	Modny Kontinent OAO	Sportmaster Group
AFK Systema OAO	Tvoyo GK	Gloria Jeans Corp
LPP SA	adidas Group	Odezha 3000 ZAO

- Gloria Jeans Corp liderou as roupas infantis em 2015 com uma participação de 5% em valor. A empresa conseguiu manter a liderança graças aos preços acessíveis, ao *marketing* e às atividades promocionais e à ampla presença dos estabelecimentos em várias cidades e regiões russas. A marca Gloria Jeans também foi líder em roupas masculinas.
- A marca O'Stin, do Grupo Sportmaster, foi a número um em Roupas Femininas e número três em Roupas Masculinas. Seu sucesso foi atribuído à forte notoriedade da marca, promoções frequentes e expansão no varejo pela internet, com bom serviço de entrega.
- Inditex liderou as categorias de roupas masculinas e roupas femininas em 2015 com destaque para a marca Zara.

## CONCORRÊNCIA

Roupas de dormir são um dos segmentos menos fragmentados em vestuário, com as 5 principais empresas com 17,6% das vendas em valor no varejo

Em 2015, as vendas das roupas íntimas caíram em termos de valor em razão do aumento drástico dos preços e da queda do poder de compra. Pelo baixo custo por unidade, as vendas de roupas íntimas em pacotes de várias unidades ganhou espaço.

As vendas de pijamas foram reduzidas no final de 2015, já que os consumidores economizaram nas roupas que não são mostradas em público

Roupas <i>Outdoor</i>	Roupas Íntimas	Pijamas
Inditex SA	Calzedonia SpA	Edinaya Evropa-Elite GK
Grupo Sportmaster	Silvano Fashion Group AS	Incanto Fashion Group srl
Grupo Adidas	Incanto Fashion Group srl	Calzedonia SpA
Gloria Jeans Corp	Triumph International AG	Silvano Fashion Group AS
Modny Kontinent OAO	Lauma AS	H&M Hennes & Mautiz AB

- A Inditex SA é a líder em roupas *outdoor*, com 2,8% de todo o valor de vendas em 2015.
- A Calzedonia SpA liderou em roupas íntimas, com participação de 3% do valor de vendas. Suas marcas Intimissimi e Tezenis são bem conhecidas na Rússia, liderando tanto nas roupas femininas quanto masculinas.
- A Edinaya Evropa-Elit GK manteve a posição de liderança em roupas de dormir, concentrando 8,7% de todo o valor de vendas em 2015.

## CONCORRÊNCIA

## Empresas de base estrangeira são líderes em trajes de banho e acessórios de vestuário

Trajes de banho registraram um desempenho estável em termos de valor, já que os russos se abstiveram de tirar férias à beira-mar por razões econômicas.

Chapéus/bonés superaram ligeiramente outras subcategorias de acessórios de vestuário em termos de valor em 2015.

Trajes de Banho	Meias	Acessórios
Calzedonia SpA	Golden Lady SpA	Grupo Adidas
Edinaya Evropa-Holding GK	Calzedonia SpA	Grupo Sportmaster
Grupo Adidas	Incanto Fashion Group srl	Punto Fa SL (Mango)
Grupo Otto	Grupo Adidas	H&M Hennes & Mauritz AB
Dikaya Orkhideya ZAO	Nike Inc	LPP SA

- A Calzedonia SpA, com sede na Itália, é a empresa líder no setor de trajes de banho na Rússia, responsável por 4,1% de todas as vendas. A empresa desenha e comercializa roupas íntimas e de praia sob as marcas Calzedonia, Intimissimi, Tezenis e Falconeri.
- A Golden Lady SpA liderou o valor de vendas de varejo de meias em 2015 com 12,4% do mercado russo. A empresa continua a beneficiar-se da forte notoriedade de sua marca e da ampla disponibilidade de seus produtos devido à sua presença nas prateleiras da maioria das redes de varejistas que vendem meias.
- O grupo Adidas deteve 5,5% de todo o valor de vendas de varejo de acessórios em 2015. A empresa beneficia-se da grande notoriedade de suas marcas Adidas e Reebok, que continua a reforçar o apelo de seus produtos entre os consumidores.

## CONCORRÊNCIA

## Varejista russo desempenha papel de liderança em todas as categorias de calçados

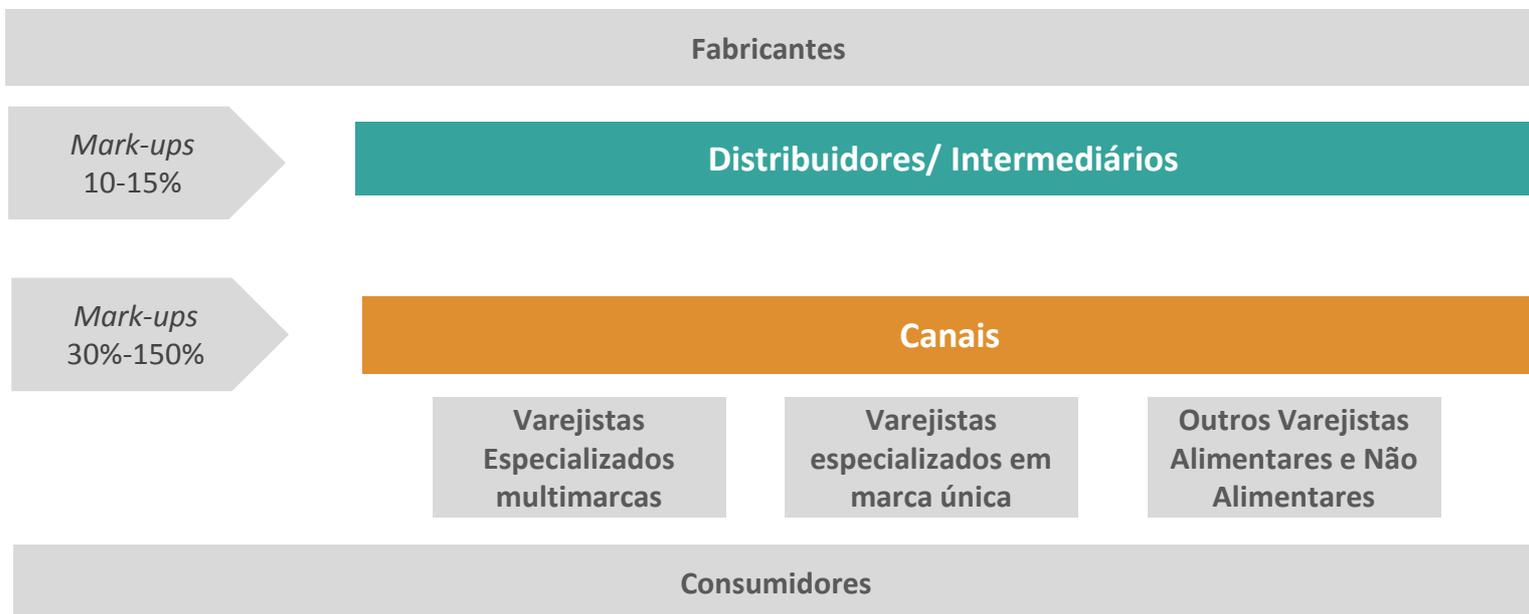
Diante da recessão econômica na Rússia em 2014 e 2015, a Centrobuv TD ZAO foi forçada a reconsiderar seus planos de expansão durante o período projetado. Com menor investimento em suas marcas próprias, espera-se que haja mais oportunidades para marcas de terceiros nas lojas da Centrobuv (Centro).

Calçados Infantis	Calçados Masculinos	Calçados Femininos
Centrobuv TD ZAO	Grupo Adidas	Centrobuv TD ZAO
Ecco Sko A/S	Centrobuv TD ZAO	Grupo Adidas
Grupo Adidas	Kari OOO	Kari OOO
Egoryevsk Obuv OAO	Nike Inc	Dom Odezhdy OOO
Antilopa Pro OOO	Ecco Sko A/S	Grupo Carlo Pazolini

- A Centrobuv, varejista com marcas próprias, é uma importante empresa no subsetor de calçados, já que ocupa a liderança em calçados infantis e femininos e está posicionada como a segunda empresa em calçados masculinos.
- No entanto, a empresa enfrenta problemas financeiros desde 2015. Devido à desaceleração econômica na Rússia e aos seus problemas financeiros, a Centrobuv foi forçada a fechar mais de 160 lojas sob as bandeiras Centrobuv e Centro em 2015. No futuro imediato, até que o ambiente econômico melhore, a empresa considerará com muita cautela a abertura de novas lojas.
- As principais cadeias de varejo que vendem calçados de marca na Rússia incluem Kiri by Kari OOO e Zenden by Dom Odezhdy OOO. O ponto de venda dessas redes de varejo estão concentrados nas grandes cidades, especialmente em Moscou, e vendem grande variedade de calçados.
- A Kari OOO registrou o maior crescimento em valor de vendas em 2015, ficando em terceiro lugar, com uma participação de 2%. O sucesso da empresa foi impulsionado por oferecer preços baixos e *designs* atraentes, e por difundir fortes campanhas promocionais.

## DISTRIBUIÇÃO

## Esquemas de distribuição direta ganham terreno



- O principal esquema de distribuição aplicado tanto para calçados e vestuário importados quanto produzidos internamente é usar distribuidores. O vasto território da Rússia torna os custos de logística cruciais para os esquemas de distribuição. Se os pontos de venda do varejo estiverem localizados a mais de 500 km do produtor, os distribuidores regionais são usados. Para pontos de vendas mais próximos, a distribuição direta do produtor pode ser uma opção.
- A crise econômica forçou fabricantes a buscar soluções lucrativas, expandindo esquemas diretos. Assim, muitos fabricantes reduziram a quantidade de pedido mínimo, o que permitiu que os varejistas fizessem compras diretas e evitassem os atacadistas. A compra cooperativa é outro esquema no qual os consumidores se unem, para comprar calçados e vestuário por preços de atacado e evitam o varejo. Outra opção utilizada é a abertura de estabelecimentos do fabricante ou atacadista para capitalizar sobre a margem das redes de varejo.
- Os *mark-ups* aplicados em calçados e vestuário variam muito, dependendo do produto, do canal de varejo, da região e da demanda atual no mercado. Muitos varejistas aplicam um *mark-up* diferenciado, variando em cada produto oferecido no canal. Os varejistas de calçados geralmente aplicam o *mark-up* de 70-100% sobre o preço do fabricante. Os varejistas de supermercados modernos (como Auchan) aplicam o *mark-up* mais baixo, cerca de 30-40%. Os *mark-ups* aplicados às roupas íntimas são geralmente superiores aos dos calçados, cerca de 100-150% sobre o preço do fabricante. O *mark-up* dos distribuidores varia entre 10 e 15%, enquanto a margem do fabricante varia entre 10% e 20%.
- De acordo com as estimativas do Roslegprom, as importações paralelas contabilizavam dois terços de todos os calçados e vestuário importados em 2015 e aumentaram entre 20 e 25% em relação a 2014. Os esquemas de importações paralelas (*shadow imports*) são amplamente utilizados para evitar o pagamento de taxas alfandegárias e envolvem **declarações falsas ou indivíduos que importam mercadorias sem declaração sob alegação de serem para uso individual.**

Feiras ainda são populares devido à grande oferta de produtos a preços razoáveis



### Outros varejistas alimentares e não alimentares

Feiras livres e pequenas lojas independentes, no segmento de outros especialistas não alimentares, tiveram quase 40% do valor total de vendas em 2015. A razão é que esses canais têm forte presença em todas as regiões do país e oferecem preços unitários mais baixos, em contexto de desaceleração econômica, queda da renda disponível e aumento dos preços unitários.



### Varejistas especializados em calçados e vestuário

Os canais formais do varejo, como os varejistas especializados em calçados e vestuário, predominaram em 2013 e 2014, respondendo por mais de um terço das vendas do setor. Contudo, em 2015 este canal perdeu vendas devido à disponibilidade de opções comparativamente mais baratas. A empresa líder nessa categoria era a Centrobuv, com quase 1.200 pontos de vendas em todo o país. Em 2017, a empresa Centrobuv entrou em falência.



### Lojas de artigos esportivos

As lojas de artigos esportivos representaram 7,3% do valor total de vendas e foram o principal canal de distribuição de roupas esportivas na Rússia, com aumento contínuo no período histórico. De fato, a maioria dos consumidores prefere a experiência e os serviços adicionais oferecidos nas lojas físicas quando procura roupas esportivas específicas.

### Varejo pela internet



O varejo pela internet ganhou espaço com a rápida expansão dos *smartphones* na Rússia e tem ajudado a impulsionar as vendas à medida que mais e mais consumidores ficam *on-line*. Em 2015, estima-se que cerca de 7,6% das vendas de calçados e vestuário na Rússia foram geradas *on-line*. Marcas líderes como a H&M já abriram seu próprio canal de varejo na internet. A oportunidade de experimentar os calçados e vestuário antes de pagar por eles aumenta significativamente as vendas por esse canal.

## Tendência à consolidação da distribuição de calçados

### Varejo tradicional é responsável por grande parte das vendas de calçados

O varejo tradicional continua contabilizando a maior participação na distribuição de calçados (42% em 2015), principalmente no segmento de preços baixos. Como o preço se tornou uma questão importante em 2015, os russos ativamente procuraram canais de distribuição mais baratos para economizar dinheiro. Segundo a Abicalçados, a Rússia é um dos poucos países que ainda depende muito de distribuidores na venda de calçados.

A expansão de calçados a preços acessíveis por meio das principais redes de varejo especializadas em calçados oferece aos consumidores uma opção, trazendo forte concorrência dos calçados muito baratos disponíveis nas feiras livres.

Os varejistas especializados em calçados representaram 32% do valor de vendas em 2015. De acordo com a Retail.ru, as redes federais de varejo de calçados (por exemplo, Kari, Obuv Rossii) contabilizaram cerca de 20% do valor total de mercado nesse ano. Espera-se que as redes federais de varejo ganhem participação nas pequenas redes varejistas regionais e que o mercado de calçados se torne mais consolidado, especialmente no segmento de preços médios.

O varejo na internet foi o canal mais dinâmico no subsetor de calçados em 2015, com um crescimento de valor de 23% comparado com 2014 e chegando a 6,8% do valor total de vendas. O varejo *on-line* de calçados tornou-se mais sofisticado em 2015. As marcas líderes prestaram mais atenção no sentido de melhorar a experiência de compras *on-line* dos consumidores, num esforço para ganhar a lealdade do cliente. A entrega feita a tempo tornou-se um foco para essas empresas. O canal também se beneficiou ao permitir que os consumidores comparem marcas e preços. Espera-se que o *m-commerce* promova o desenvolvimento de novos canais. Assim, uma das principais redes de varejo, Obuv Rossii, espera que a participação de seus compradores *on-line* usando dispositivos móveis supere os 50% em 2017.

## PRECIFICAÇÃO

## IVA de 18% é aplicado a calçados e vestuário importados pela Rússia

- O IVA (Imposto de Valor Agregado) é cobrado sobre a maioria das vendas de bens, trabalho e serviços prestados na Rússia, incluindo os fornecidos gratuitamente. O IVA também é aplicado à maioria das importações da Rússia. A transferência de direitos de propriedade e de certos fornecimentos para si mesmo, como o consumo interno de bens e serviços produzidos por um contribuinte no qual os custos associados não são dedutíveis para fins de imposto sobre lucros, bem como a construção para uso pessoal, também estão sujeitos a IVA.
- O IVA aplica-se às empresas que importam mercadorias no território alfandegário da União Econômica Eurasiática, da qual a Rússia é membro. Para efeitos de importação, a base tributável é determinada pelo valor aduaneiro acrescido dos direitos de importação.
- Empresas e empreendedores podem solicitar a isenção de IVA se as suas receitas agregadas durante três meses consecutivos, excluindo o IVA, forem inferiores a RUB\$ 2 milhões (US\$ 32,67 mil, em valores fixos de 2015). Além disso, as empresas que aplicam determinados regimes fiscais especiais, como o sistema fiscal simplificado (disponível apenas para empresas relativamente pequenas) e o regime unificado de tributação agrícola, estão fora do âmbito de aplicação do IVA, a não ser que importem mercadorias para a Rússia.
- A taxa de 0% aplica-se à venda de bens exportados para fora da Rússia; a taxa de 10% aplica-se à venda de vestuário infantil; a taxa de 18% aplica-se a todas as outras vendas tributáveis de produtos do setor de calçados e vestuário.

## Intervalo de IVA

# 0-18%

Os importadores de calçados e vestuário para a Rússia estão sujeitos a uma taxa de IVA de 18%. Os exportadores russos de calçados e vestuário estão sujeitos a uma taxa de IVA de 0%.

## PRECIFICAÇÃO

## Direitos aduaneiros variam dependendo do código de classificação

- A Rússia tornou-se membro efetivo da Organização Mundial do Comércio em agosto de 2012. Os direitos aduaneiros de importação são cobrados com base no código de classificação e no país de origem dos bens importados. Após a adesão da Rússia à OMC, as taxas do direito aduaneiro de importação em relação a diferentes tipos de bens foram reduzidas ou modificadas.
- Os direitos aduaneiros de importação aplicados ao vestuário são, na maioria, fixados como montante monetário por quilo ou porcentagem do valor dos bens importados (variam entre 5 e 17,5% do valor dos bens importados). Os tributos aplicados aos calçados são, na maioria, definidos como montante monetário por unidade.
- As taxas básicas do direito aduaneiro de importação não são constantes e podem variar de acordo com o país de origem das mercadorias e outros fatores. Cintas e cintas-liga (código 6212.20) e outros calçados de couro (código 6403.99) estão incluídos na lista de artigos sensíveis cujos tributos poderiam ser alterados pelo Conselho da Comissão Eurasiática.
- Há vários regimes aduaneiros que fornecem uma isenção total ou parcial dos direitos

Código SH	Produto	Taxa
6212,20	Cintas e cintas-liga	17,5%
6402.20	Calçados feitos de borracha ou materiais plásticos com tiras superiores ou correias fixadas à sola por meio de tarraxas	€ 0,34 por unidade
6403,99	Calçados com solas externas de borracha ou materiais plásticos, couro ou couro artificial, e partes superiores de couro ou outros	De € 0,80 a € 1,50 por unidade, dependendo do subcódigo
6211.11	Trajes de banho para homens/meninos	€ 1,75 por unidade
6211.12	Trajes de banho para mulheres/meninas	€ 1,75 por unidade

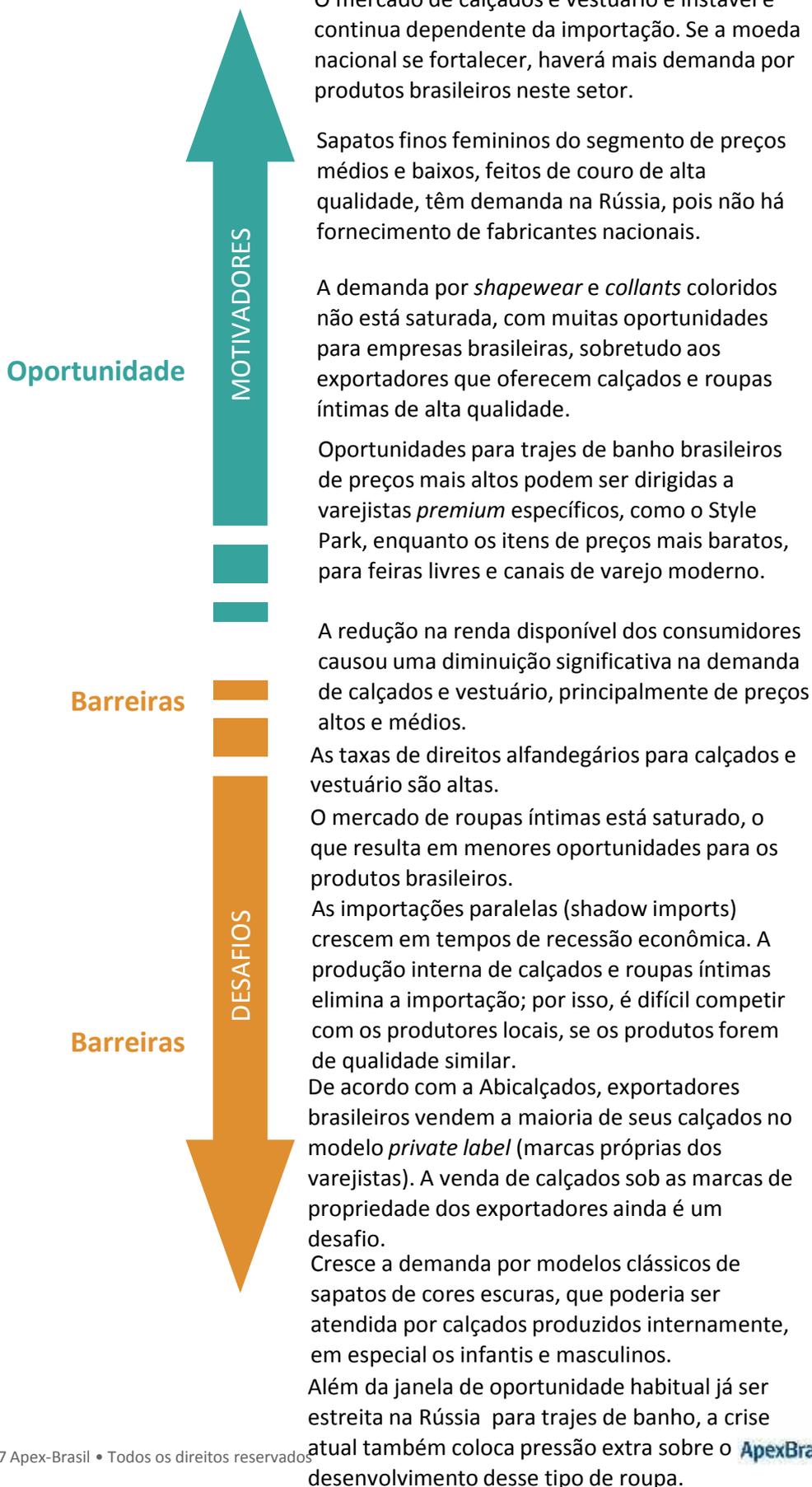
Os direitos aduaneiros de importação aplicados a calçados e vestuário são fixados como montante monetário como porcentagem do valor (de 5 a 17,5%).

## Desenvolvimento econômico lento definirá o ritmo do consumo de Calçados e Vestuário nos próximos anos

Categoria	Oportunidades
Vestuário	<p>Expectativa é de que o interesse dos homens russos por moda cresça no período projetado, não só nas cidades grandes como também nas menores. No entanto, o vestuário masculino deve ter um desempenho muito restrito, por vários fatores econômicos. A maioria dos russos provavelmente não verá melhorias significativas em qualidade de vida, mesmo a longo prazo, devido à profunda recessão econômica observada no país no final do período revisado.</p> <p>No período projetado, o desempenho do vestuário feminino provavelmente estará estreitamente ligado ao ritmo de recuperação econômica no país. As russas em geral dão prioridade a uma aparência moderna e elegante em relação a outros gastos. No entanto, só poderão comprar roupas novas nos limites de seu orçamento. Produtos de preços mais baixos terão apelo entre muitos consumidores, sobretudo em áreas rurais, onde a renda costuma ser mais baixa do que nas grandes cidades. Da mesma forma, a insegurança financeira generalizada e os baixos níveis de confiança dos consumidores são as principais razões para o crescimento lento do vestuário infantil na Rússia no período projetado. Essa categoria deve continuar sendo puxada por preços baixos e opções de bom custo-benefício, enquanto as tendências de estilo devem basear-se mais em roupas casuais e confortáveis e em evitar a extravagância.</p>
Calçados	<p>Os consumidores russos continuarão conservadores ao gastar dinheiro com calçados no período projetado, pois o ambiente econômico instável deve vigorar pelo menos nos dois primeiros anos. Isso deve impulsionar uma tendência à moderação na compra de calçados e vestuário. A tendência de consumo no país deve continuar focada no custo-benefício, enquanto o estilo deve tender à simplicidade.</p>
Meias	<p>Qualquer nova forma de reduzir os custos será a prioridade para as empresas de meias no período projetado, que devem procurar maneiras mais baratas de anunciar e promover seus produtos e, ao mesmo tempo, tomar medidas para reduzir custos de produção.</p> <p>As empresas líderes serão ameaçadas pela ascensão de produtos mais baratos, sem marca, e produtos falsificados, dada a crescente sensibilidade do consumidor aos preços. A longo prazo, as empresas de meias da Rússia devem ampliar sua gama de produtos, e espera-se expansão nas redes de varejo.</p>
Acessórios de vestuário	<p>Uma maior redução no poder de consumo e a deterioração geral da economia continuarão sendo as maiores ameaças ao desempenho dos acessórios de vestuário no período projetado. A proliferação de produtos não registrados e falsificados também prejudica o potencial de crescimento da categoria. Para manter competitividade, as empresas terão que encontrar formas inovadoras de atrair consumidores, por exemplo, oferecendo</p>

## Mudança para segmento de preços baixos dificulta o desenvolvimento de calçados e vestuário

### Oportunidades



## *Shapewear* colorido apresenta uma grande oportunidade para os produtos brasileiros devido à oferta limitada no mercado local

### Cintas e cintas-liga

De acordo com as estatísticas oficiais, a produção interna de sutiãs, cintas, espartilhos, suspensórios e ligas totalizou 6,4 milhões de unidades em 2015, apresentando uma queda de 5,9% em comparação com 2014. Mais de 55% da produção está localizada no Distrito Federal Central da Rússia. O Distrito Federal do Noroeste está em segundo lugar com uma participação no volume de 25% em 2015. A produção nacional de roupas íntimas foi uma das menos afetadas no subsetor de vestuário, impulsionada pela eliminação das importações.

Entre os principais produtores russos de cintas e cintas-liga estão Bliss, Fest, Valeria e Cheremushki, que oferecem uma ampla gama de roupas íntimas femininas, incluindo *shapewear*, inclusive uma gama de tamanhos grandes e fora do padrão. As cintas para mulheres no período pré-natal e pós-natal são produzidas, por exemplo, por Bliss, Fest e Nuova-Vita. Tonus Elast é um dos principais importadores de cintas para pré-natal e pós-natal, além de *shapewear* oriundos da Letônia.

A exaltação patriótica impulsiona a demanda por cintas e cintas-liga produzidas na Rússia. A diminuição do poder de compra forçou os consumidores a um segmento de preços mais baixos. As principais cores usadas nos produtos dessa categoria são branco e bege, e em um grau menor, a cor preta. O material principal é algodão com elastano ou outros materiais sintéticos.

Muitas mulheres russas grávidas não pensam que seja necessário investir em vestuário que não será usado por muito tempo, incluindo cintas para ocasiões para o pré e pós natal. Como resultado, os fabricantes dessas cintas enfatizam as alegações médicas e a realização de ensaios clínicos desses produtos em suas embalagens, para aumentar a conscientização do consumidor e evidenciar os benefícios do produto.

O consumo de *shapewear* tem uma sutil sazonalidade, com aumento da demanda no verão, sendo usado principalmente em ocasiões especiais. A tendência de estilo retrô impulsiona as vendas de calcinhas de cintura alta e cintas-liga.

As campanhas de conscientização dos consumidores sobre benefícios médicos e aspectos de ajuste são importantes para o sucesso no mercado de cintas e cintas-liga. Oferecer *shapewear* colorido pode ser uma opção para os importadores de produtos brasileiros devido à demanda dos consumidores e à oferta limitada no mercado local.

## Mercado russo tem uma pequena janela de oportunidade para trajes de banho

### Trajes de Banho

A temporada de trajes de banho na Rússia começa em maio, e a maioria dos varejistas recebe suas primeiras peças entre maio e junho. Devido às suas duras condições climáticas, a estação de vendas é bastante curta, apenas de maio a agosto.

A Calzedonia SpA, empresa líder em valor de vendas no varejo, comercializa trajes de banho somente no verão, sendo a maior parte de produtos importados, com foco em preços baixos a médios. A Edinaya Evropa-Holding GK, a segunda maior empresa na subcategoria, opera com um estratégia de preços médios a altos e também importa a maioria dos seus produtos. Empresas globais como Adidas e Speedo também têm peso, principalmente em Trajes de banho masculinos. A categoria é bastante fragmentada, com as cinco empresas líderes concentrando menos de 10% do total de vendas no varejo.

Em 2015, foram importados US\$ 42 milhões em trajes de banho femininos (sob os códigos SH 6112.41, 6112.49, 6211.12) e US\$ 12,9 milhões em trajes de banho masculinos (sob os códigos SH 6112.31, 6112.39 e 6211.11). Mais de 60% dos trajes de banho foram importados da China.

As oportunidades mais interessantes para exportar trajes de banho para a Rússia estão no segmento feminino, que concentrou 72% das vendas internas em 2015. Para produtos brasileiros de preços mais altos, fabricados por empresas como Água Doce, Cia Marítima, Rosa Chá, Salinas, entre outras, pode haver oportunidades em parcerias com empresas russas de mesmo público (mulheres de classe média a alta). Dikaya Orkhideya ZAO (Wild Orchid) é um exemplo de fabricante voltada ao consumidor de maior renda e que importa a maioria de seus itens. Outro exemplo é a Palmetta OOO, que tem uma linha exclusiva de trajes de banho e, diferentemente da Dikaya Orkhideya, tem uma produção nacional mais robusta. Style Park é um exemplo de varejista focado no público feminino *premium* e que poderia abrir oportunidades interessantes para produtos brasileiros.

Os trajes de banho de preço *premium* tendem a ser comprados por mulheres de meia idade, pois algumas preferem maiôs de uma peça. No caso das mulheres jovens das classes altas, a maioria preferiria comprar trajes de banho de preço *premium* no exterior, tendência que era observada antes da crise, quando costumavam comprar calçados e vestuário em viagens para países como a Itália. Porém, as condições financeiras impõem uma grande barreira.

Em termos de *design*, os cortes de biquínis brasileiros são considerados bons pelas russas, em especial entre as meninas e mulheres jovens. Para os trajes de duas peças, os modelos bastante abertos são os mais populares. Trajes de banho de uma peça são usados principalmente como roupas esportivas ou por mulheres idosas. Modelos de uma peça desenhados para mulheres jovens, sem o apelo de roupas esportivas (isto é, com estampas coloridas e inovadoras), são mais raros, mas poderiam representar oportunidades interessantes em termos de inovação de *design* e cortes. Estampas disponíveis em trajes de banho femininos *premium* brasileiros poderiam chamar a atenção do consumidor; no entanto, modelos de manga longa não devem ter forte demanda, já que as russas otimizam seu pouco tempo de sol e evitam a proteção excessiva. Modelos com os ombros cobertos também são raros, com exceção de produtos voltados para muçulmanas muito religiosas; no entanto, este público tende a ter seus próprios modelos e lojas.

Em termos de trajes de banho masculinos, as sungas são os modelos preferidos pela maioria dos russos, mas os jovens, especialmente os que viajam para o exterior, estão gradualmente

## Calçados femininos elegantes de couro apresentam grande potencial para exportadores brasileiros

### Calçados de couro

De acordo com estatísticas oficiais, a produção nacional de calçados com a parte superior de couro foi de 20,6 milhões de pares em 2015, uma redução de 4,6% em comparação com 2014. O Distrito Federal Central responde por 49% do volume de produção e o Distrito Federal do Volga, por 29%. Ralf Ringer ZAO, Obuvnaya Firma Unichel ZAO lideram o segmento. Os calçados infantis e masculinos são os principais tipos fabricados na Rússia, pois as mulheres preferem calçados de couro importados, percebidos como de maior qualidade e mais na moda.

Os calçados de couro nacionais ganharam participação de mercado devido ao aumento de preços dos calçados importados. Os preços dos calçados russos também aumentaram devido à alta participação de matérias-primas importadas, mas menos do que os produtos importados. O couro e as peles utilizadas na produção de calçados são principalmente de origem russa, mas outras matérias-primas são na sua maioria de origem estrangeira. Em função disso, os donos de marcas russas de calçados preferem fazer pedidos no país, em vez da China. Mas o mercado é instável: um rublo mais forte levará à importação de calçados, com ameaça à produção interna.

As importações de calçados com sola exterior de borracha, materiais plásticos, couro natural ou artificial e parte superior de couro e outros (sob o código SH 6403.99) somaram US\$ 612,9 milhões em 2015. Houve recuo de 35% em valor nas importações devido à queda na demanda. A China foi o principal fornecedor, com 37% das importações, somando US\$ 227,7 milhões. O segundo maior fornecedor foi a Itália, com 11% de participação no valor. O Vietnã segue de perto com uma participação de 10%, apesar de exceder em muito as importações italianas em volume, devido à Itália oferecer mercadorias de preços médios e altos. A participação do Brasil no valor foi de cerca de 2%, totalizando US\$ 9,5 milhões em 2015. As exportações representaram US\$ 28,2 milhões em 2015, a maior parte para o Cazaquistão e Bielorrússia.

Os calçados com parte superior de couro são tradicionalmente populares na Rússia. A queda do poder de compra forçou muitos consumidores para opções mais baratas com parte superior de couro PU. A frequência de compra de calçados de couro caiu em benefício de calçados casuais de cores escuras, especialmente nas coleções outono-inverno. Como resultado, os varejistas reduziram a quota de sapatos finos de couro de preço médio e alto nas coleções oferecidas (por exemplo, o varejista Obuv Rossii foi de 30% para 15% em 2015). Embora os sapatos de salto ainda sejam populares, muitas mulheres têm preferido os calçados de salto baixo. Calçados infantis de couro continuam tendo alta demanda apesar do aumento dos preços. Conforto, facilidade de prender, sola flexível, maior resistência e peso leve são os critérios-chave na escolha dos consumidores em calçados infantis.

As principais oportunidades para os exportadores brasileiros podem ser vistas em sapatos femininos coloridos no segmento de preços médios e baixos, feitos de couro de alta qualidade, voltados para a temporada de verão. Apesar de que a demanda em calçados casuais escuros do segmento de preços baixos poderia ser em geral satisfeita pelos fornecedores russos, as botas de salto baixo importadas em marrom, azul e cinza para a temporada de primavera-outono também poderiam aumentar o interesse dos consumidores russos.

A concorrência dos produtores locais em calçados infantis e masculinos é alta, porém ainda há algum espaço para o crescimento da exportação brasileira, dada sua baixa participação atual. A fabricação de calçados para proprietários de marcas russas também pode ser uma opção.

## Parcerias com varejistas de vestuário locais no desenvolvimento de marcas próprias podem ser excelente oportunidade

### Calçados de borracha e materiais plásticos

De acordo com estatísticas oficiais, a produção interna de calçados com sola exterior e parte superior de borracha ou materiais plásticos representou 20,6 milhões de pares em 2015, uma queda de 16,4% em comparação com 2014. Mais de 51% da produção localizou-se no Distrito Federal Sul, enquanto o Distrito Federal Central contabilizou uma participação no volume total de produção de 31%. Bris-Bosfor OOO é o principal produtor na categoria, oferecendo uma ampla gama de calçados de praia femininos masculinos e infantis no segmento de preços baixos.

A importação total de calçados feitos de borracha e materiais plásticos com tiras superiores ou correias fixadas à sola por meio de tarraxas (sob o código SH 6402.20) chegou a US\$ 3,5 milhões em 2015, diminuindo 25% em valor em comparação com 2014, afetada pela queda do poder de compra. O principal fornecedor da Rússia é a China, que representa 74% das importações totais, que somaram US\$ 2,6 milhões em 2015. O segundo maior fornecedor é o Vietnã, com 12% de participação em valor. O Brasil é o quarto maior fornecedor, com uma participação de 1% no valor. As exportações totalizaram US\$ 0,7 milhão, direcionadas principalmente aos vizinhos Bielorrússia e Cazaquistão.

Os calçados de borracha ou materiais plástico têm alta sazonalidade e são consumidos principalmente no verão. São amplamente utilizados para praia ou piscinas. Registrou-se uma queda significativa no turismo emissor da Rússia, especialmente para os países quentes na temporada de inverno, afetando negativamente a demanda por calçados de praia.

Os consumidores do segmento são muito sensíveis ao preço, e a concorrência dos calçados produzidos na Rússia ou importados da China é alta. O segmento tem algumas oportunidades para uma ampliação das exportações brasileiras, por exemplo, oferecendo marcas próprias para os principais varejistas de calçados e roupas esportivas. A distribuição por meio do canal *on-line* (por exemplo, Wildberries, LaModa, Sapato) também poderia ser beneficiada, dado o rápido desenvolvimento do canal.



## NORMAS E REGULAÇÕES



## Sanções econômicas à Rússia influenciaram o ambiente regulamentar local nos últimos anos

Há pouca facilidade de fazer negócios com a Rússia em comparação com outros países da Europa Oriental, o que é influenciado pelos baixos níveis de liberdade econômica no país.

No Índice de Liberdade Econômica de 2016, o país aparece em 153º lugar entre 178 nações, e regionalmente está no terço inferior, à frente apenas de Ucrânia e Bielorrússia, e em baixa posição global também, o que indica um ambiente econômico que não é livre. Este *ranking* vem se deteriorando desde 2014 e atingiu seu nível mais baixo em 2016, devido à diminuição da liberdade monetária. Especulou-se sobre uma nova lei de restrição à internet em 2015, limitando o acesso a provedores de serviços de internet estrangeiros, como o Google e o Facebook, o que pode diminuir ainda mais o *ranking* de liberdade econômica. Em junho de 2016, esta lei ainda não tinha sido aprovada.

Depois das sanções econômicas dos EUA, do Canadá, da Austrália, da Noruega e da União Europeia (UE) à Rússia de 2014, o país proibiu a importação de certos alimentos originários dessas nações em 2014 e 2015, o que restringiu as entradas de Investimento Estrangeiro Direto (IED) e dificultou o funcionamento das empresas estrangeiras. Além disso, depois dessas sanções, o país adotou a política de menor dependência de importações de tecnologia estrangeira, como a tecnologia utilizada na produção de petróleo, por meio do desenvolvimento de entidades nacionais. A extensão das sanções econômicas em 2016 pela União Europeia também afetarão os fluxos de IED ao país.

## Ministério da Indústria e Comércio (Minpromtorg) desempenha um papel de liderança nos regulamentos de calçados e vestuário

1

### Ministério da Indústria e Comércio (Minpromtorg)

- O Ministério da Indústria e Comércio é responsável pela política governamental e regulamentação legal de indústrias, incluindo calçados e vestuário, e pela regulamentação do comércio externo e interno.

2

### Serviço Federal Russo de Proteção dos Direitos do Consumidor e do Bem-Estar Humano (Rospotrebnadzor)

- Órgão responsável por estabelecer os padrões e o controle sanitário-epidemiológico na Rússia. Na prática, o Serviço Federal de Vigilância Veterinária e Fitossanitária aplica este controle nos produtos nas fronteiras quando estão também sob controle sanitário-veterinário.
- Com base na SanPiN 2.3.2.1078-01 e nas regulações da UEE, o Rospotrebnadzor supervisiona o mercado alimentício interno na Rússia. O órgão pode proibir o transporte de venda de produtos que não cumpram os requisitos oficiais.

3

### Agência Federal de Regulação Técnica e Metrologia (Rosstandart)

- A Agência Federal de Regulação Técnica e Metrologia faz parte do Ministério da Indústria e Comércio. A Rosstandart gerencia a avaliação, o processamento e a manutenção de produtos para determinar se eles estão em conformidade com as normas nacionais e os critérios de certificação.

## Regulamentações relativas a calçados e vestuário infantil são as mais rígidas

### Principais leis e regulamentos

- Certificados de Qualidade (e Segurança)

O certificado de qualidade (e segurança) do fabricante é usado para determinar se o produto está em conformidade com as especificações do contrato e os requisitos de qualidade da UEE e da Rússia. Trata-se de um documento utilizado pelo importador para obter uma declaração de conformidade, que atesta o cumprimento dos requerimentos das normas técnicas pertinentes.

- Requisitos de Etiquetagem

Em 1º de julho de 2012 entrou em vigor o Regulamento Técnico da União Aduaneira “Segurança de produtos da indústria de consumo” (TR TS 017/2011). O documento descreve as regulamentações para a segurança e etiquetagem de calçados e vestuário, incluindo os requerimentos de nome, componentes de matéria-prima, tamanho, instruções de cuidados do produto, endereço do fabricante e importador etc.

- Regulamentações para calçados e vestuário infantil

A Decisão da Comissão da União Aduaneira nº 797, de 23 de setembro de 2011, “Sobre segurança de produtos para crianças” e suas emendas definem as regulamentações de segurança e normas para a obtenção de uma declaração de conformidade para produtos de calçados e vestuário infantil. A partir de 1º de janeiro de 2016, os calçados infantis ortopédicos foram classificados como produtos médicos e estão sujeitos à certificação do Roszdravnadzor (Serviço Federal de Vigilância em Saúde).

- Procuração pública

- De acordo com a Resolução do Governo nº 791, aprovada em 11 de agosto de 2014, os contratos públicos de calçados e vestuário só poderiam ser supridos por produtos produzidos na Rússia ou outros países da UEE. Esta restrição aplica-se tanto ao produto final quanto às matérias-primas utilizadas na sua produção. Restringe-se o couro semiacabado ao exportado da Rússia. A limitação ficou em vigor de 1º de outubro de 2014 a 18 de janeiro de 2017 e foi introduzida para estimular a produção interna de calçados.

## VISÃO GERAL

## Antecedência na apresentação de documentos acelera procedimentos de desembaraço

### Principais aspectos aos quais os exportadores brasileiros devem prestar atenção

- Para acelerar os procedimentos de desembaraço aduaneiro e reduzir o custo deste e armazenamento temporário, recomenda-se que o registro e a declaração de conformidade dos produtos importados sejam apresentados aproximadamente um mês antes da chegada da mercadoria à alfândega.
- Todos os certificados devem ser em russo.
- Quanto menor for a idade das crianças para as quais se destinam os calçados e vestuário, mais rigorosas são as regras aplicadas.
- Geralmente, os exportadores brasileiros não estão autorizados a participar na contratação pública de calçados e vestuário na Rússia.



 ANEXO



# INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE A RÚSSIA

## DADOS GEOGRÁFICOS E DEMOGRÁFICOS

**Todos os grupos etários abaixo de 17 anos têm expectativa de aumento constante até o ano 2019****Bebês e crianças pequenas (0-3 anos de idade)**

Expectativa é de que o número de bebês e crianças pequenas permaneça estável em pouco mais de 5 milhões até 2020. Em 2014, esse grupo etário chegou a quase 5,5 milhões, um pouco acima dos 5,3 milhões em 2013. Recentemente, o país tem observado um ressurgimento de grupos que querem voltar aos “valores familiares tradicionais”, inclusive a promoção de famílias maiores. De acordo com um artigo recente no *The Moscow Times*, esses esforços resultaram em um número crescente de pais e mães que optam por ter um segundo e um terceiro filhos.

**Crianças (3-8 anos de idade)**

Em 2014, o número de crianças chegou a 9,5 milhões. As previsões são de que este número aumentará de maneira constante para alcançar 11 milhões até 2020. Na Rússia, essa faixa etária se caracteriza pela ênfase na educação geral dada pelos pais e pelas longas listas de espera, para frequentar escolas de educação infantil. Devido à escassez de vagas no ensino infantil público, muitos pais registram seus filhos na escola imediatamente após seu nascimento, na esperança de garantir uma vaga quando a criança completar seu terceiro aniversário.

**Pré-adolescentes (9-12 anos de idade)**

Em 2014, o número de pré-adolescentes cresceu para 5,6 milhões, a partir de uma marca de 5,2 milhões em 2010. A expectativa é de que o número de pré-adolescentes aumente até 6,7 milhões em 2020. Em relação ao consumo, os pré-adolescentes recebem dinheiro de seus pais e frequentemente gastam com comida, bebida e balas. Os pré-adolescentes tendem a apresentar muito mais independência do que as crianças em suas decisões de compras.

**Adolescentes (13-17 anos de idade)**

Em 2014, o número de adolescentes atingiu 6,6 milhões, uma redução a partir dos 11,1 milhões em 2005. A projeção para este grupo de consumo é de atingir 7,4 milhões em 2020. Os adolescentes em geral são independentes, mas a vida familiar permanece importante para eles. A maior parte desse grupo etário gasta grande parte de seu tempo frequentando a escola e fazendo a lição de casa.

## Adultos e pessoas de meia-idade formam a maior parcela da população russa

### Adultos jovens (18-29 anos de idade)

O número de adultos jovens chegou a 25,4 milhões em 2014, recuando dos 28,4 milhões de 2010. O número deverá continuar a decrescer até chegar a 18,7 milhões em 2020. Um grande número de adultos jovens frequenta a universidade e as aulas tomam a maior parte do seu tempo. De acordo com um artigo publicado recentemente pela *Rússia Direct*, muitos adultos jovens encontram dificuldade em se enquadrar no duro mercado de trabalho atual, e têm cinco vezes mais chances de estar desempregados que pessoas de entre 30-39 anos de idade.

### Adultos (30-44 anos de idade)

Em 2014, o número de adultos atingiu 32,1 milhões, contra 30 milhões em 2010. A projeção é que este número aumente para 35,4 milhões até 2020. O aumento se deveu, em parte, ao grande afluxo de imigrantes que foram à Rússia em busca de oportunidades após o colapso da União Soviética. De acordo com um artigo publicado em 2015 pela *Bloomberg Business News*, a Rússia tem o segundo maior número de imigrantes do mundo (os Estados Unidos ocupam o primeiro lugar), sendo a maioria proveniente da Ásia Central, Ucrânia, Bielorrússia, Moldávia e Geórgia.

### Meia idade (45-59 anos de idade)

Em 2014, o número de pessoas de meia-idade atingiu 30 milhões, um recuo em relação aos 32 milhões em 2010. Este número deverá continuar a diminuir nos próximos anos, atingindo 28,9 milhões em 2020. A aposentadoria é uma opção para as pessoas dessa faixa etária, pois a idade de aposentadoria na Rússia é atualmente 55 anos para as mulheres e 60 anos para os homens. Quem decide se aposentar vive com uma pensão média mensal de RUB 10 mil a RUB 12 mil, de acordo com o Fundo de Pensões da Federação Russa.

### Idosos (60+ anos de idade)

Esta faixa etária é composta principalmente por pensionistas. São pessoas com níveis de renda muito mais baixo que outros, tendem a depender de suas pensões estatais, dos subsídios do governo – para transporte público, saúde, serviços públicos e alimentação – e assistência de familiares. O resultado é que evitam adquirir artigos discricionários e compram apenas itens essenciais para a casa. De acordo com um relatório recente da Reuters, os aposentados russos estão sofrendo com o aumento dos preços dos alimentos e dos remédios.

## Estrutura econômica e maiores indústrias

### Serviços perfazem 61,8% do PIB

Os serviços representam 61,8% do PIB. Apenas dois grandes bancos (Sberbank e VTB) dominam o mercado bancário russo com 60-70% dos depósitos. O crescimento do crédito não garantido representa um risco financeiro crescente. O valor real das receitas turísticas aumentou 6,9% em 2015 e ganhos de 4,3% estão previstos para 2016. As vendas no varejo caíram 10% em 2015 e continuaram a desacelerar em 2016.

O setor manufatureiro representa 14,4% do PIB e emprega 14,1% da mão de obra. Várias empresas automobilísticas internacionais têm instalações de produção na Rússia, mas a indústria foi duramente atingida pelas sanções. As vendas de automóveis caíram mais de um terço em 2015, sendo que a GM fechou a maior parte de suas operações na Rússia. As indústrias química e de alimentos nacionais estão ganhando participação de mercado depois que a Rússia restringiu as importações ocidentais. O crescimento em setores manufatureiros que não o de petróleo e gás também está contribuindo para uma melhor perspectiva econômica.

A Rússia possui enorme quantidade de recursos minerais e florestais, como minério de ferro, carvão, cobre, alumínio, manganês, sal e metais preciosos, todos em produção, embora as instalações precisem de modernização. As matérias-primas, como petróleo, gás natural e metais, representam mais de dois terços de todas as receitas de exportação. Os investidores sul-coreanos, japoneses e chineses esperam entrar no mercado russo para assegurar o fornecimento estável de carvão e outros recursos energéticos. A produção mineira cresceu 4,3% em termos reais em 2015.

A participação do setor agrícola no PIB é relativamente pequena. Estima-se que 6,6% da força de trabalho esteja empregada na agricultura. Embora o solo seja fértil, anos de negligência levaram à produtividade de apenas um terço do desempenho da Europa Ocidental. Os agricultores estão mal preparados para cumprir o objetivo de buscar a autossuficiência, que as autoridades impuseram abruptamente após as sanções ocidentais. Por exemplo, até metade da produção de frutas de pequenas fazendas e 20% da produção de legumes industriais é perdida em razão da deterioração a cada ano, ou ainda, devido a condições climáticas severas.

### PIB Real deve ter leve contração em 2016

O PIB real caiu 3,7% em 2015, mas um recuo mais suave, de 0,8%, está previsto para 2016. As exportações e o consumo privado continuam a diminuir, mas a agricultura e a manufatura mostram sinais de recuperação. As autoridades governamentais preveem um corte de 10% nos gastos públicos em 2016. A economia contraiu 0,6% (anual) no segundo trimestre.

Embora a inflação apresente alguma queda, ela permanece obstinadamente alta. Prevê-se que os preços aumentem 7,2% em 2016, após uma inflação de 15,6% em 2015. O rublo caiu para novos mínimos no início de 2016, aumentando a pressão ascendente sobre os preços. O Banco Central da Rússia tem reduzido as taxas de juros por mais de um ano para ajudar a economia em queda. A última redução foi de 10,5%. A meta do banco para a inflação é 4%.

O investimento caiu acentuadamente em 2015. A tendência de queda continuará, mas moderada em 2016. A queda não se deve apenas às sanções (que foram prorrogadas até 2016), mas também aos elevados custos de empréstimos e a um mau ambiente empresarial. Enquanto isso, o mercado imobiliário está enfraquecendo – com particular ênfase em Moscou.

Moscou espera que as saídas de capital cheguem a US\$ 40 bilhões em 2016. Embora substancial, esse montante seria inferior aos US\$ 50 bilhões que deixaram o país em 2015. No melhor cenário, esse número cairá para US\$ 25 bilhões até 2018.

O valor real do consumo final privado contraiu 9,8% em 2015 e espera-se outra queda de 3,0% em 2016. O consumo privado é agravado pela queda dos salários reais e pelo aumento do custo do capital. A renda real das famílias caiu mais de 5% em 2015 e a previsão é de uma perda menor em 2016. O crescimento do crédito do varejo também diminuiu acentuadamente.

O desemprego será de 5,6% em 2016 – a mesma taxa que em 2015. Corroídos pela inflação, os salários reais caíram 2-3% em 2015. O aumento da taxa de desemprego não é maior porque muitas empresas, em vez de demitir trabalhadores, reduziu suas horas e pagamentos. Enquanto isso, o crescimento da produtividade desacelerou. Aproximadamente um quarto da força de trabalho é empregada pelo Estado.

### Gastos do consumidor devem cair 3,6% em termos reais em 2016

A taxa de poupança da Rússia subiu para 2,5% da renda disponível em 2015. A taxa de poupança deverá aumentar para 2,6% em 2016.

As despesas de consumo *per capita* totalizaram RUB 289.024 (US\$ 4.708) em 2015. Em 2016, este indicador cairá 3,6% em termos reais. Uma grande proporção da riqueza está concentrada em torno de Moscou, mas a extrema desigualdade de renda impede o crescimento equilibrado do mercado consumidor em todas as classes de renda. Durante o período de 2015-2030, espera-se que as comunicações e o lazer e recreação tenham o crescimento mais rápido entre os gastos de consumo. O aumento dos gastos com comunicações será sustentado por uma maior concorrência das operadoras de telecomunicações.

As despesas totais dos consumidores (em termos reais) cairão 3,4% em 2016. No período de 2015-2030, as despesas totais dos consumidores crescerão a uma taxa média anual de 0,7%, e aumentarão a um valor acumulado de 11,7% nesse período. As despesas totais dos consumidores representarão 51,6% do PIB em 2016.

A renda disponível *per capita* somou RUB 308.764 (US\$ 5.029) em 2015 e a previsão é de queda de 3,1% (em termos reais) em 2016.

Durante o período de 2015-2030, a renda disponível total aumentará a um valor acumulado de 15,8% em termos reais – crescendo a uma taxa média anual de 1,0%.

### Lenta recuperação é esperada para 2017

A economia deverá começar uma fraca recuperação em 2017. O crescimento irá acelerar gradualmente, atingindo cerca de 1,4% ao ano até 2020. O consumo privado e o investimento provavelmente permanecerão moderados em função do lento crescimento da renda real e da recuperação econômica das famílias. Muito desse cenário depende dos movimentos futuros do preço do petróleo – uma característica que reflete o fraco quadro político. Um aumento da idade legal de aposentadoria poderá aumentar a oferta futura de mão-de-obra. O desenvolvimento de uma produção e mix de exportações mais amplo e sofisticado exigirá um aumento substancial e sustentado do investimento privado.

O investimento fixo é bem inferior aos de outros mercados emergentes e vem diminuindo por vários anos. Formas eficazes de fortalecer a confiança dos investidores são urgentemente necessárias. As autoridades esperavam elevar os investimentos para 25% no futuro próximo (a partir de cerca de 20% em 2011), mas essa meta já não é possível na atual conjuntura geopolítica. O crescimento da produtividade continua atrasado. Uma das principais prioridades continua sendo encontrar maneiras eficazes de melhorar a confiança dos investidores.

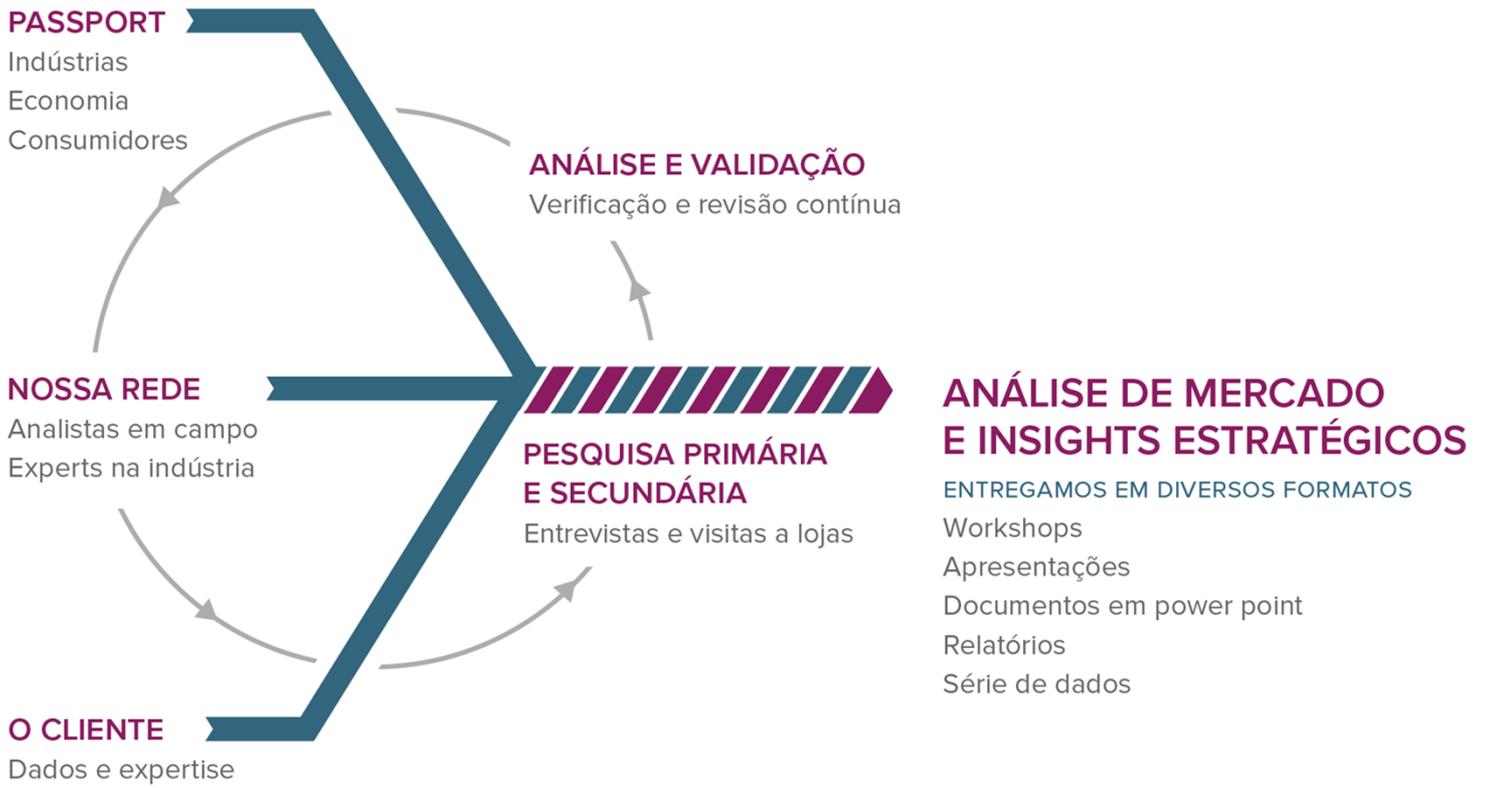
O lento crescimento da renda real e a restrição econômica das famílias tendem a reduzir ainda mais o consumo e o investimento privados. A grande dependência do setor energético deixa o país vulnerável a choques externos. É essencial uma realocação de recursos para os produtores de bens comercializáveis que não sejam do setor energético.

O governo admitiu abertamente considerar a venda de participações em algumas de suas premiadas empresas, que podem incluir a principal companhia aérea Aeroflot e a gigante do petróleo Rosneft. No entanto, pretende manter o controle majoritário em cada uma, se possível.

A Rússia também deverá reduzir tarifas e taxas em uma ampla gama de produtos para alinhar com os requisitos da OMC. A adesão à OMC também deverá melhorar o ritmo das privatizações na Rússia.

# METODOLOGIA E DEFINIÇÕES

Termo	Definição
Calçados e vestuário	Vestuário é o agregado de roupas e calçados. Este conjunto de dados abrange as vendas no varejo de vestuário tanto por varejistas baseados em lojas como outros tipos de varejistas. Estão excluídas as vendas do mercado negro (ou seja, não tributadas, geradas em comércio informal) e as vendas de <i>duty free</i> (varejo de viagem). Os artigos devem ser novos quando vendidos ao consumidor; artigos de segunda-mão/usados estão excluídos. Calçados e vestuário antigos e/ou <i>vintage</i> também estão excluídos.
Vestuário	Artigos para vestir, trajes, peças de vestuário. Os artigos devem ser novos quando vendidos ao consumidor; artigos de segunda-mão/usados estão excluídos. Roupas antigas e/ou <i>vintage</i> também estão excluídas. Roupas esportivas (destacadas em uma categoria separada) estão incluídas nos números totais de roupas.
Roupa infantil	Esse é o agregado de roupas para bebês e crianças pequenas, e roupas para meninos e roupas para meninas.
Acessórios de vestuário	Peças e roupas suplementares, que consistem em artigos como cintos, lenços e cachecóis, luvas, chapéus, gravatas e outros acessórios. Acessórios de tecido/malha (chapéus, cachecóis e luvas) também estão incluídos. Incluem-se todos produtos desse tipo projetados para homens, mulheres, crianças e bebês. Sapatos, bolsas e óculos de sol estão excluídos e atribuídos a calçados, objetos de viagem e óculos de sol, respectivamente.
Meias	Este é o agregado de meias finas e outras meias.
Calçados	Esse é o agregado de calçados infantis, calçados masculinos e calçados femininos. Inclui todos os calçados para homens, mulheres e crianças, para uso em ambientes externos e internos, feitos de materiais como couro, tecido ou plástico. Calçados para ambientes externos incluem todos os sapatos, tênis, tênis esportivos, sandálias, botas, sapatos de salto e de salto alto. Calçados para uso em ambiente internos incluem sapatos de casa e chinelos. Os itens precisam ser novos quando vendidos ao consumidor; calçados usados/segunda-mão estão excluídos. Calçados antigos e/ou <i>vintage</i> também estão excluídos. Calçados esportivos (destacados em uma categoria separada) estão incluídos nos dados totais de calçados. Um par de calçados constitui uma unidade de volume.



Termo	Website
Apriory Group OOO	<a href="http://www.shaluny.ru">http://www.shaluny.ru</a>
Belye i Kolgotki	<a href="https://www.biko-info.ru">https://www.biko-info.ru</a>
Belyevik	<a href="http://www.belyevik.ru">http://www.belyevik.ru</a>
Bliss	<a href="http://www.mama-bliss.ru">http://www.mama-bliss.ru</a>
Bris Bosfor (Брис Босфор)	<a href="http://www.bris-bosfor.ru">http://www.bris-bosfor.ru</a>
Cheremushki (Черемушки)	<a href="http://www.cheryomushki.ru">http://www.cheryomushki.ru</a>
CIS Executive Committee	<a href="http://www.elpais.com.co">http://www.elpais.com.co</a>
Comtrade	<a href="http://comtrade.un.org">http://comtrade.un.org</a>
Deloitte	<a href="http://www2.deloitte.com">http://www2.deloitte.com</a>
ManiEgorjevsk Obuv OOO (Kotofey brand)	<a href="http://kotofey.ru">http://kotofey.ru</a>
EMISS Government Statistics	<a href="http://www.fedstat.ru">http://www.fedstat.ru</a>
E-Pepper.ru	<a href="http://www.e-pepper.ru">http://www.e-pepper.ru</a>
Eurasian Economic Commission	<a href="http://www.eurasiancommission.org">http://www.eurasiancommission.org</a>
Expert	<a href="http://expert.ru">http://expert.ru</a>
Fabrika obuvi	<a href="http://www.fabricaobuvi.ru">http://www.fabricaobuvi.ru</a>
Federal Agency of Technical Regulating and Metrology	<a href="http://www.gost.ru">http://www.gost.ru</a>

Termo	Website
Federal Customs Service	<a href="http://stats.customs.ru">http://stats.customs.ru</a>
Federal Tax Service of Russia	<a href="https://www.nalog.ru">https://www.nalog.ru</a>
FEST	<a href="http://www.mama-fest.com">http://www.mama-fest.com</a>
Garant.ru	<a href="http://base.garant.ru">http://base.garant.ru</a>
Innovation in Textiles	<a href="http://www.innovationintextiles.com">http://www.innovationintextiles.com</a>
KC Shoes	<a href="http://kc-shoes.ru">http://kc-shoes.ru</a>
Kolett	<a href="http://www.kolett.ru">http://www.kolett.ru</a>
Kommersant	<a href="http://www.kommersant.ru">http://www.kommersant.ru</a>
Mila obuv optom	<a href="http://www.2166340.ru">http://www.2166340.ru</a>
Milavitsa	<a href="http://www.milavitsa.com">http://www.milavitsa.com</a>
Ministry for Economic Development of the Russian Federation	<a href="http://www.ved.gov.ru">http://www.ved.gov.ru</a>
Ministry of Industry and Energy	<a href="http://minpromtorg.gov.ru">http://minpromtorg.gov.ru</a>
Modnoe Belye	
Monro	<a href="http://www.monro.biz">http://www.monro.biz</a>
Muya Production	<a href="http://www.muya.ru">http://www.muya.ru</a>
Nuova Vita	<a href="http://www.nuova-vita.ru">http://www.nuova-vita.ru</a>

Termo	Website
NVN Group	<a href="http://nvngroup.info">http://nvngroup.info</a>
Obuv Rossii GK	<a href="https://www.oburus.ru">https://www.oburus.ru</a>
Panda Shoes	<a href="http://panda-shoes.ru">http://panda-shoes.ru</a>
Parishop	<a href="http://parishop.ru">http://parishop.ru</a>
Parizhskaya kommuna	<a href="http://pk-zarya.ru">http://pk-zarya.ru</a>
Predpriyatie Aist OOO	
Ralf Ringer	<a href="http://www.ralf.ru">http://www.ralf.ru</a>
RBC	<a href="http://www.rbc.ru">http://www.rbc.ru</a>
Respected Shoes	<a href="http://respect-shoes.ru">http://respect-shoes.ru</a>
Retail.ru	<a href="http://www.retail.ru">http://www.retail.ru</a>
Rio Shoes	<a href="http://www.rioshoes.ru">http://www.rioshoes.ru</a>
Roslegprom	<a href="http://www.roslegprom.ru">http://www.roslegprom.ru</a>
Rospotrebnadzor	<a href="http://www.rospotrebnadzor.ru">http://www.rospotrebnadzor.ru</a>
Russian Customs Portal	<a href="http://www.tks.ru">http://www.tks.ru</a>
Shoes Report	<a href="http://www.shoes-report.ru">http://www.shoes-report.ru</a>

Termo	Website
Shoes-Italy	<a href="http://shoes-italy.ru">http://shoes-italy.ru</a>
Soyulezgprom	<a href="https://www.souzlegprom.ru">https://www.souzlegprom.ru</a>
Tapkomanyia	<a href="http://www.tapkomania.com">http://www.tapkomania.com</a>
Tatyur	
Tonus Elast	<a href="http://www.tonuselast.ru">http://www.tonuselast.ru</a>
Tribuna	<a href="http://www.tribuna.com.ru">http://www.tribuna.com.ru</a>
Unichel	<a href="http://unichel.ru">http://unichel.ru</a>
United Fashion Group	<a href="http://obuv-optom.su">http://obuv-optom.su</a>
US Commercial Service	<a href="http://photos.state.gov/libraries/russia">http://photos.state.gov/libraries/russia</a>
Visavi (VZV)	<a href="http://www.vzv.su">http://www.vzv.su</a>
World Trade Organization	<a href="http://www.wto.org">http://www.wto.org</a>



## SOBRE A APEX



A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira.

A Agência realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil.

A Apex-Brasil coordena também os esforços de atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) para o Brasil com foco em setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade das empresas brasileiras e do país.

<http://www.apexbrasil.com.br/>

## SOBRE A EUROMONITOR



A Euromonitor International é uma das principais empresas de inteligência de negócios e análise estratégica sobre o mercado de bens de consumo e serviços no mundo. A empresa conta mais de 40 anos de experiência no levantamento de dados e publicação de relatórios detalhados sobre o mercado em âmbito internacional.

Além dos serviços especializados de consultoria, a Euromonitor pesquisa sistematicamente e anualmente 29 indústrias de consumo massivo e serviços, 80 setores industriais em 100 países e setores de recursos naturais em 210 países.

A companhia tem sede em Londres, com escritórios regionais em Chicago, São Paulo, Cingapura, Xangai, Vilnius, Santiago, Dubai, Cidade do Cabo, Tóquio, Sydney e Bangalore, e possui uma rede de mais de 800 analistas em todo o mundo. Acompanhe nossas análises mais recentes em [blog.euromonitor.com](http://blog.euromonitor.com).

 <http://www.euromonitor.com/>