
2018



El mercado de confección textil infantil en la Federación Rusa

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Moscú

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

26 de noviembre de 2018
Moscú

Este estudio ha sido realizado por
Anabel Ramírez Tomé

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Moscú.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



El subsector de la moda infantil en la Federación Rusa presentó en 2017 un tamaño de mercado de 300 mil millones de rublos, aumentando un 8% en relación al año anterior. El volumen de crecimiento se ha desacelerado desde 2012 en un 15,6%. Esto se debe entre otros factores, a la crisis experimentada por el país en 2014, en la cual los consumidores dejaron de lado la espontaneidad y empezaron a comprar racionalmente. Otros de los motivos son la reducción de la renta disponible por parte de los consumidores y que los precios han aumentado considerablemente. Si bien disminuyó el gasto en todos los segmentos (un 13% según los encuestados por la consultora RBK), es cierto que el subsector de la moda infantil tiene un componente psicológico y, que en muchas ocasiones, los padres no economizan en lo que tiene que ver con sus hijos, optando por reducir sus compras en el segmento adulto. No obstante, en épocas de inestabilidad económica, también disminuye el gasto en este subsector.

En los últimos años, ciertas tendencias han condicionado el sector de moda infantil. El descenso de la natalidad supone una amenaza para el mismo, sin embargo, el gobierno ha tomado medidas para fomentar la natalidad y, en la medida de lo posible, contrarrestar este problema.

También destaca en el marco legal la reintroducción de la obligatoriedad del uso del uniforme en las escuelas rusas. Desde el curso 2013 los escolares rusos deben utilizar uniformes, lo que obliga a las familias a aumentar el gasto en prendas infantiles. Siguiendo la tendencia del segmento en general, la industria doméstica no tiene capacidad suficiente para cubrir la demanda existente, apareciendo así una oportunidad para las empresas extranjeras.

Los datos estadísticos muestran una producción nacional aún baja, del 25% del total del mercado frente al 75% que corresponde a las importaciones. No obstante, la cifra nacional ha aumentado un 5% en los últimos diez años y el gobierno planea implementar una estrategia que favorezca la producción nacional.

En cuanto a la variedad en la moda infantil, esta ha crecido, gracias a la mayor presencia de centros comerciales, donde prefieren establecerse las marcas extranjeras. Entre estas y las locales, no hay tanto una diferencia de calidad, sino de seguimiento de las tendencias de moda, en lo que las internacionales se mantienen a la cabeza.

A pesar de ello, las dos empresas líderes del mercado son nacionales, Gloria Jeans Corp y Detskiy Mir Group, estando la cuota de mercado muy fragmentada, con un 25,7% de cuota de las empresas más importantes frente a un 74,3% del resto. Asimismo, la empresa más conocida en el país también coincide con la empresa líder, Detskiy Mir Group, visitada por el 80% de los compradores de ropa infantil alguna vez.

Por otra parte, se está produciendo un cambio en la demanda, incrementándose la del segmento medio de precios en detrimento de la de precios más económicos y calidades más bajas, y se estima que el segmento medio crezca aún más en los próximos años. También se espera la reducción de la cuota de fabricantes asiáticos en favor de los rusos, europeos y americanos.

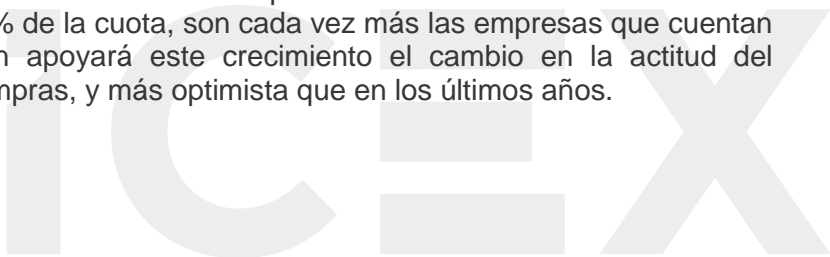


Además, se deberá tener en cuenta la tendencia de los “family looks” en la que los hijos visten de forma similar a los padres, y la popularidad cada vez mayor de ropa con impresiones de personajes populares.

En cuanto a los canales de distribución, el mercado ruso presenta tres posibles: contactar con uno o varios socios rusos que representen sus interés en el país, establecerse por cuenta propia en el mercado, o bien fabricar marca blanca para un distribuidor ruso. En los casos de poca experiencia, y cuando se entra en el mercado por primera vez, se aconseja decantarse por la primera opción, buscando un socio que actúe como distribuidor en el país.

En general, el sector presenta óptimas perspectivas, puesto que la tendencia ahorrativa en el consumidor ruso está llegando a su fin, y este ya no opta por las marcas más económicas. Sin embargo, el futuro de la moda rusa dependerá de en qué segmento de precios se posicionen las empresas.

En conclusión, se espera un crecimiento en todos los segmentos para los próximos años, de aproximadamente 339 mil millones de rublos para 2022 (según estimaciones de estudios especializados en el sector), apoyado fundamentalmente por el aumento de las ventas online. Aunque este canal solo supone un 7,3% de la cuota, son cada vez más las empresas que cuentan con tienda online. Asimismo, también apoyará este crecimiento el cambio en la actitud del consumidor, cansado de limitar sus compras, y más optimista que en los últimos años.



ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones