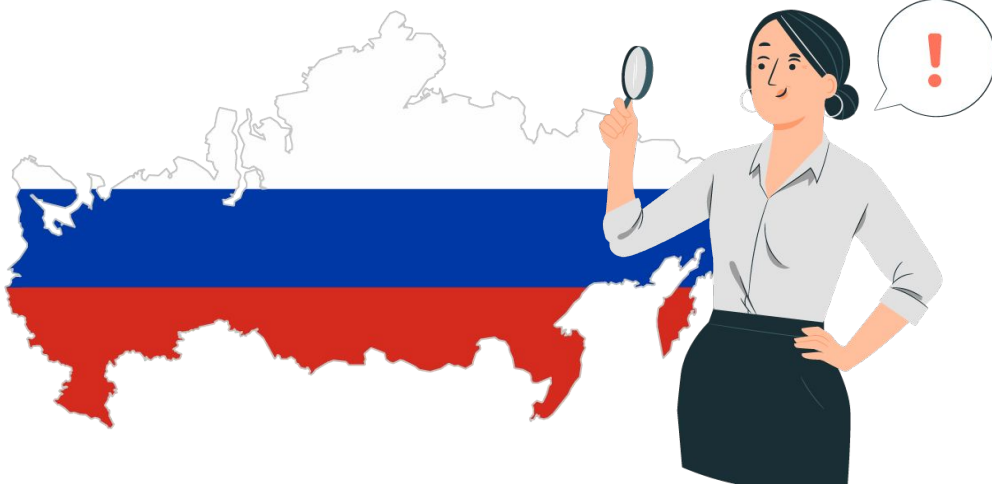


RADIOGRAFÍA DE LA DEMANDA

Rusia



La población de Rusia asciende a 146,7 millones de habitantes (casi 200 millones considerando inmigrantes de la ex-URSS y la población de la Unión Euroasiática). Es el país más extenso del mundo.



Dada su gran cantidad de habitantes y extensión territorial, Rusia presenta una población multinacional con una amplia diversidad étnica y cultural que se refleja en una vasta variedad de hábitos de consumo. Esto implica la necesidad de adaptar estrategias de marketing y ofrecer productos que se alineen con las preferencias y costumbres de diversos grupos.



Es un mercado con gran potencial, ya que los rusos gastan alrededor de un 40-50% de su presupuesto en alimentos y bebidas. La capacidad de compra varía por regiones, pero el consumo en sí se mantiene alto.



Durante los últimos años se ha visto un cambio en los hábitos de consumo del consumidor ruso. Productos que hace 20 años no formaban parte de la dieta tradicional de la nación, ahora se importan y consumen en el mercado (por ejemplo, vino embotellado, aceite de oliva, productos del mar importados, etc.)



El consumidor ruso prefiere productos saludables y de alta calidad. Esto es especialmente relevante en nichos de mercado y público objetivo que poseen mayor poder adquisitivo, y que se informa a través de internet.



El consumidor ruso es un consumidor informado y exigente, con un alto nivel cultural e influenciado a través de campañas de comunicación donde se destaquen los atributos de origen, calidad y sobre todo la generación de un nexo emocional con el producto o servicio.



Para ingresar a este mercado, el canal más efectivo son las grandes redes de importadores que actualmente representan un importante número de marcas europeas, quienes tienen almacenes minoristas y cadenas especializadas a lo largo del país y se encargan de la promoción de los productos.

Fuente: ProChile, Pro Colombia, Legiscomex.