

Rusia: una nueva solución...



Las etapas de formación del mercado

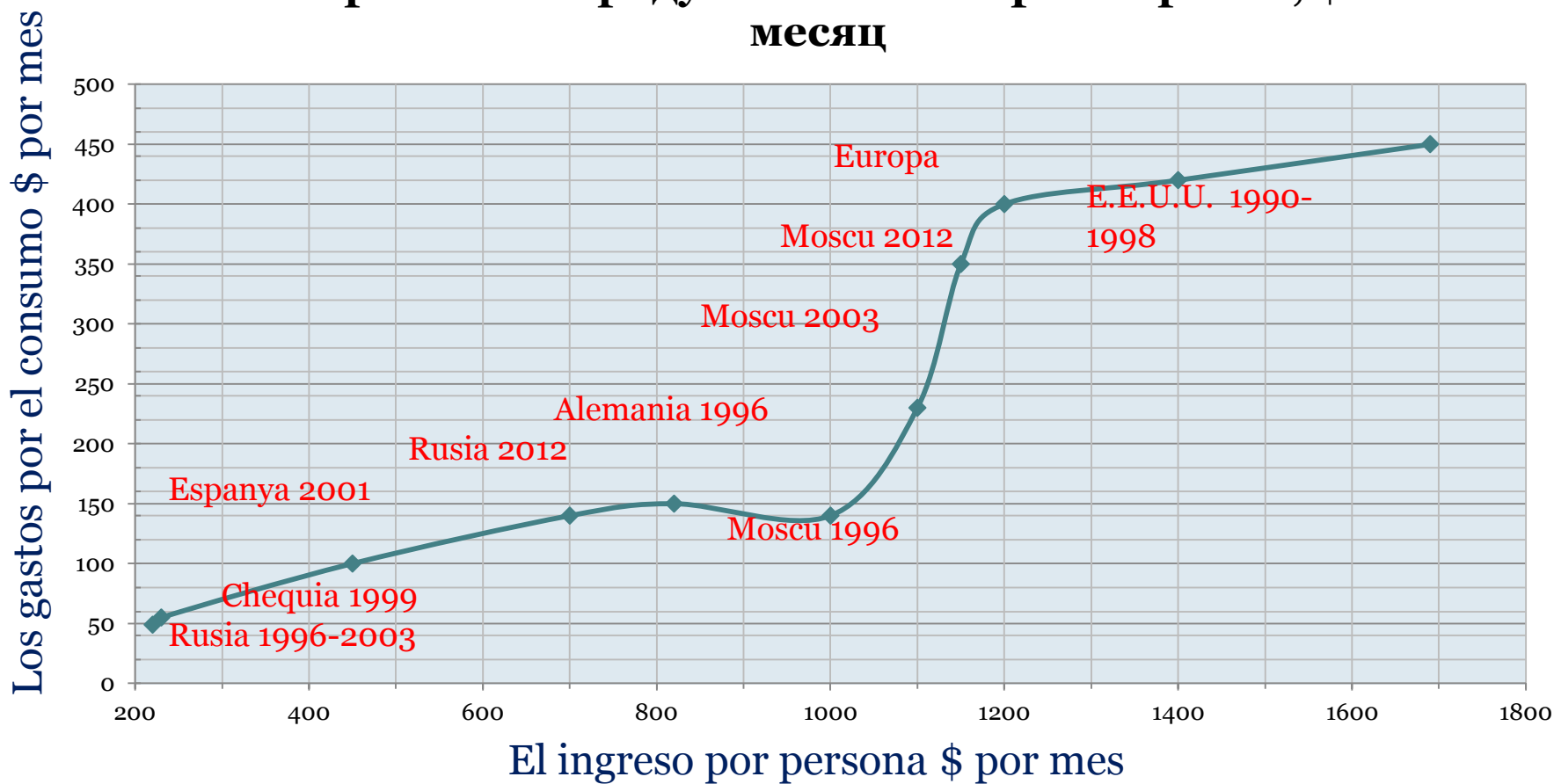
Modelo nuevo

CLASE MEDIA +	\$1600-2000 por persona \
CLASE MEDIA	\$800-960 por persona \ mes
	\$400-480 por persona \ mes
POBRESA	\$200-240 por persona \ mes
	\$100-120 por persona \ mes
MISERIA	Menos \$80 por persona \ mes

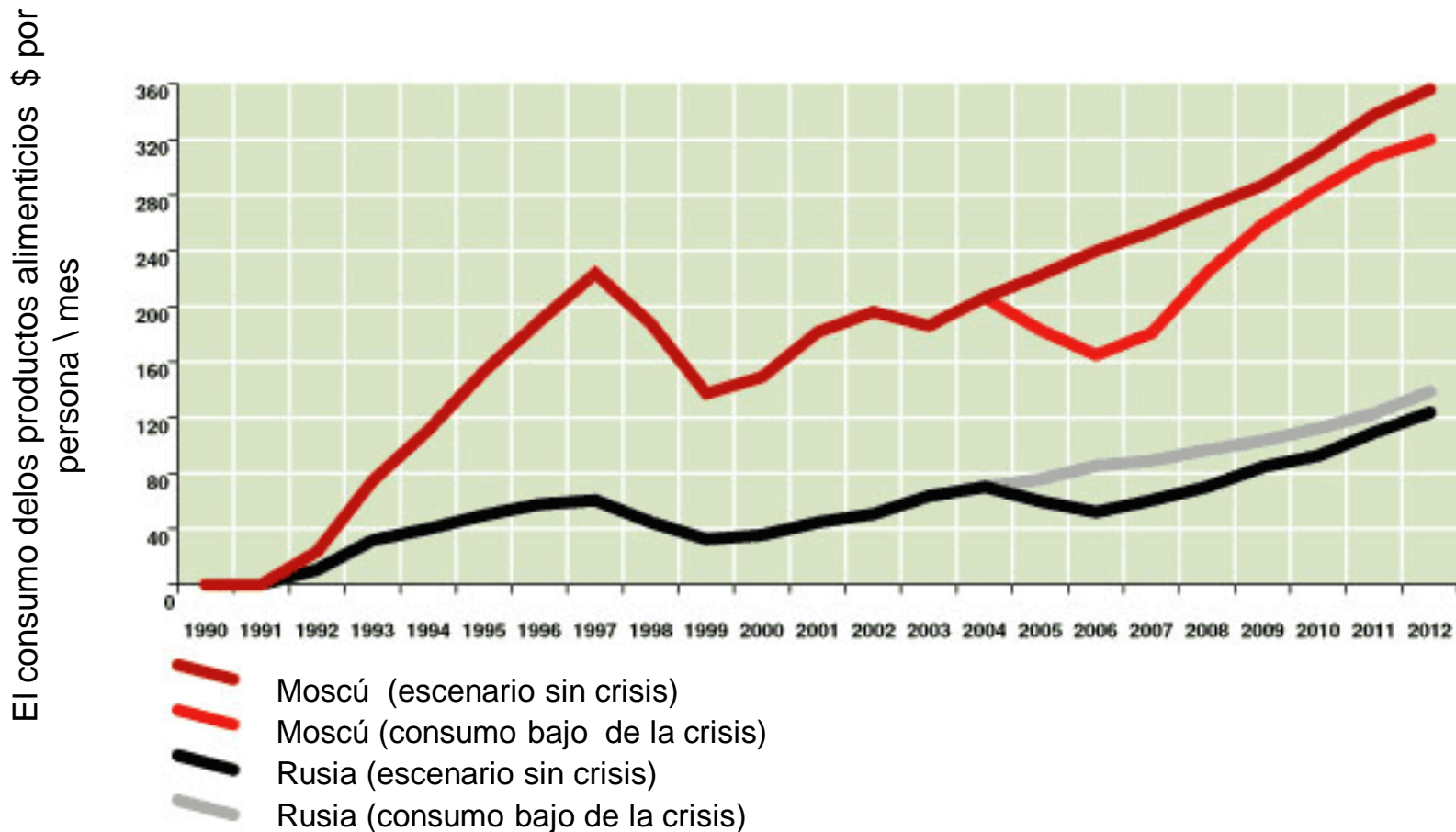


El consumo de los productos agroalimenticios en varios países \$ por mes

Потребление продуктов в некоторых странах, \$ в
месяц



El consumo promedio de los productos agroalimenticios en Moscú y en Rusia en general, \$ por mes



La dinámica del mercado agroalimenticio

- Menos de \$100 - subsistencia
- \$100 - \$400 – crecimiento de consumo
- \$400 - disminución de consumo
- \$800 – canasta elitista (la venta de carne por precio 20 – 30 euros el kilo es más grande en Moscú que en Nueva York)
- El volumen total del mercado agroalimenticio es \$230 mil millones

Consumo de frutas y verduras

- Las normas científicas de consumo
- Verduras 165 kg, frutas 80 kg
- El consumo real en Rusia:
- El 10% de la población conforme con las normas
- El 40% de la población – dos veces menos
- El 10% nunca comen frutas
- Consumo de carne 53 kg por persona vs 100 kg en Francia
- Consumo de vegetales 90 kg
- Consumo de frutas 65 kg
- -

Papel de importación en el mercado agroalimenticio

- 46% de comestibles en Rusia se importan (en las ciudades grandes se importa 85% de comestibles), volumen total \$10 mil millones
- 80% de frutas
- 75% de carne (80% bovina)
- 50% de oleaceas
- 23% de verduras

Mayores importadores

- Leche – 90% Bielorusia (950 m toneladas)
- Carne bovina 40% Brasil (443 m t); 11% la Argentina (111 m t); 10% Ucrania (100 m t)
- Carne porcina – 40% Brasil (443 m t); seguido por Alemania - 8% (93 m t), luego España 7% (71 m t)
- Calidad de la carne!
- Frutas – Turquía 13% (uva, citricos), Ecuador 13% (bananas), China 6%
- Vegetales – Holanda (50%)
- Frutas y verduras en lata (primordialmente guisante y maíz) – Hungría (44%), Francia (13%), Ucrania 13%, Alemania (6%) España (6%)

Importación de los productos agroalimenticios

- Carne porcina – entre los tres primeros países importadores en el mundo
- Azúcar – entre los cinco países
- Leche –entre los cuatro países
- Carne bovina – entre los 10 primeros países

Verduras y frutas congeladas

- 55% de personas consumen verduras y setas congeladas
- 18% consumen frutas (piña, melocotones)
Bolsa común 450 gr. Juventud.
- Mayores exportadores – Polonia (70% vegetales),
Hungría (44% frutas)
- Mayores participantes del mercado ruso –
Realtorgimport, Frito Ley Distribution, Jrapunovo, Krel
Impex
- Mayores participantes del mercado moscovita:
Konservator, Manilex, Forward, Kompo, WiniWest,
Kokon

Vinos

- Consumo anual por persona – 7 litros vs 50 litros en Francia (primordialmente se consume alcohol fuerte y cerveza)
- Importación total – 376 millones de litros
- 90% naturales, 10% remontados
- 60% tintos, 38% blancos, 2% rosados
- 60% de volumen de importación cae al sector de los vinos medio secos
- Mayores abastecedores – Francia 30%, Italia 13%, Bulgaria 12%, España 9%, Chile 6%

La táctica de la entrada al mercado y la defensa de las posiciones

entrada

defensa

**Región creciente
(\$200 por persona \
mes)**

1. Abastecimiento por los corredores y distribuidores
2. Distribución amplia por las unidades grandes y medias
3. Precios bajos.
4. Surtido estrechado
5. Publicidad agresiva y las comunicaciones ATL.

1. Abastecimiento por los corredores y distribuidores
2. La renovación anual del surtido.
3. Acciones de estimulación 2 + 1.
4. La conquista de la balda + alquiler

**Región saturada más
de (\$ 230 por persona
\ mes)**

1. Propia subsidiaria
2. El posicionamiento distinto de competidores
3. La entrada por las redes
4. Estimulación, degustación, sampling
5. Comunicaciones BTL

1. La rebaja de los gastos
2. El posicionamiento para los consumidores
3. Los programas especiales de abastecimiento, JIT, control.
4. .Surtido amplificado
5. El aprendizaje de los asociados

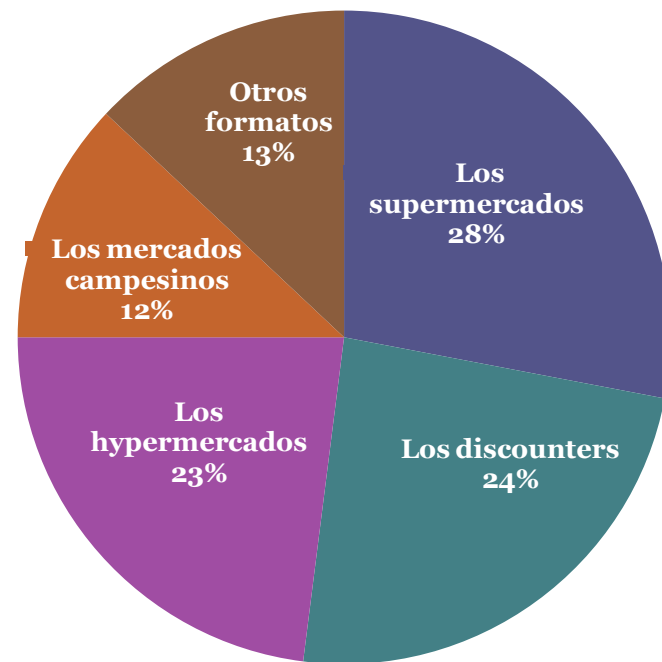
Correlación entre el comercio oficial y comercio informal

- Ciudades grandes 90 : 10
- Ciudades regionales 65 : 35
- Ciudades pequeñas y regiones rurales 40 : 60
- Sólo 40% de necesidad en refrigeradores está satisfecha, del cual el 70% está demasiado deteriorado
- 30% de la cosecha se pierde

La venta de los productos agroalimenticios por formatos



Título del gráfico



Los formatos de comercio de verduras

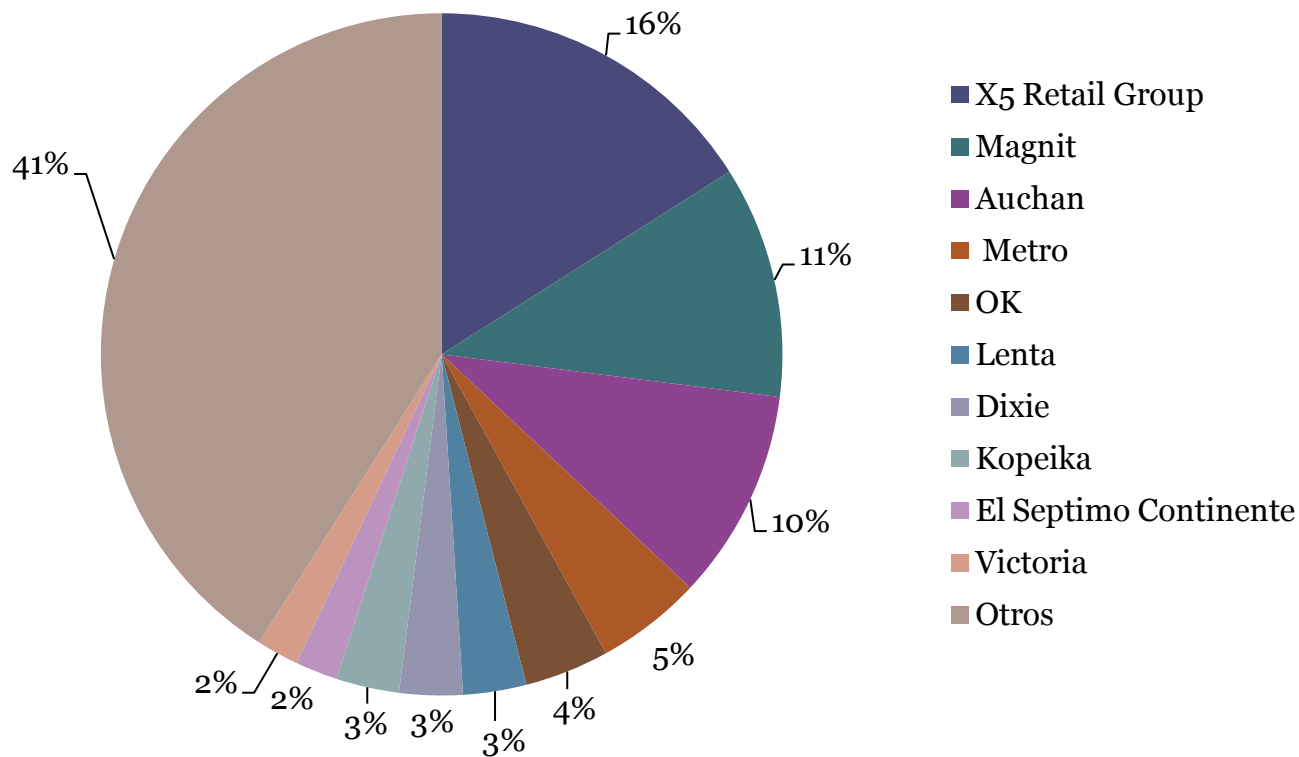
- Fuera de temporada
 - - 52 % supermercados
 - -23% mercados campesinos
 - -17% producción casera
 - -5 – 7 % comercio ocasional
- En temporada
 - -16% supermercados
 - -55% mercados campesinos
 - -6% producción casera

Los requisitos de entrada al mercado ruso (oligopolio) de comestibles

- 1. Diversidad de surtido
- 2. Concentración al grupo de consumidores
- 3. Nivel de precios CTM
- 4. Promociones y lealtad
- 5. Horario de servicio

Las cadenas líderes en el mercado ruso

Название диаграммы



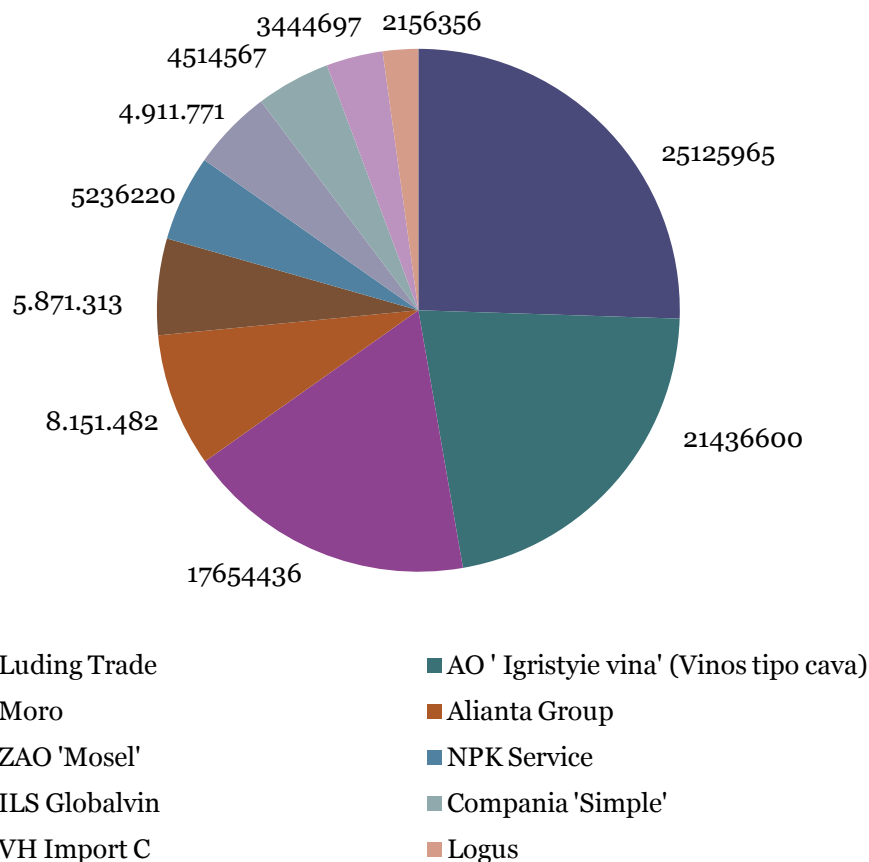
Volumen total 500 mil millones de euros
Las cadenas más dinámicas – X5 Retail Group, Magnit, Dixie

Ejemplo: X5 Retail Group N.V.

- Fecha de fundación 2006 (a base de otra cadena desde 1999)
- Rating: Moody's B1; S&P BB
- Capital: Alfa Group – 48%, Pyaterochka – 23%, Managing personal – 1,2% ; 27% - circulación libre
- Director ejecutivo Leo Jasis
- Supermercados, hipermercados, discounters blandos, clase premio
- 60 000 artículos de surtido
- 60 mil colaboradores
- 450 camiones

Las mayores empresas en venta de vinos (venta en litros al año)

Название диаграммы

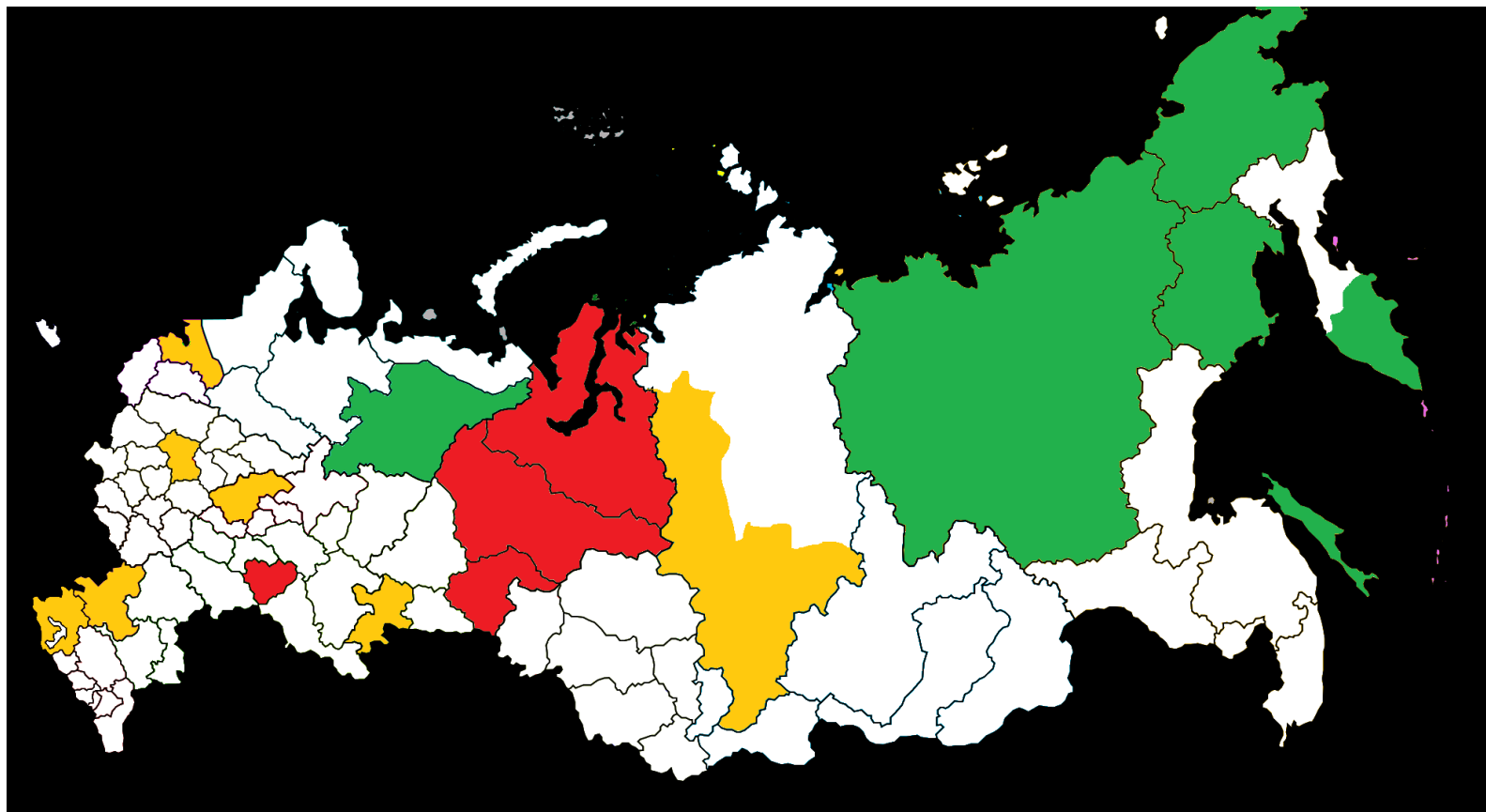


Volúmenes de los mercados por el tamaño de la ciudad

- Moscú \$ 42 – 43 mil millones
- Centro regional \$ 2 – 3 mil millones
- Ciudad local \$ 0,5 – 0,7

Las regiones líderes en el consumo de productos agroalimenticios

Название карты



-  Regiones dinamicos
-  Regiones lideres
-  Regiones de los gastos altos

Distribución de cadenas por las regiones

- 37% - Región central
- 23% - Región Meridional
- 19% - Región de Volga
- 15% - Región Noroccidental
- 6%- Región Ural
- 0,3 % - Región Siberia (la ciudad con más perspectivas – Novosibirsk)
- 0% - Región Extremo Oriente
- – ‘Magnit’ Región Central (40%); Región Volga (85%), X5 Retail Group - Región Noroccidental, Región Ural, Dixie – Región Central, Región Noroccidental, Región Ural. Victoria – Región Central, Región Noroccidental

Regulación estatal

- 2010 Doctrina de Seguridad Alimenticia:
Atención a carne, leche, mantequilla
- Ley de Comercio: no más de 25% de mercado local a cada empresa
- Control sanitario

WTO \ OMC

- El periodo de tránsito 1 – 7 años, ramas vulnerables (pollo) – 8 años
- La tasa promedio disminuye desde 11,1% a 8,2%
- La tasa de importación de productos agrícolas disminuye desde 13,2% hasta 10,8%
- Importación de alcohol sin licencia

Tabla de las tasas de tarifa actual \ WTO

producto	Régimen actual	Régimen WTO
Carne porcina	15 - 75%; 0,25 e/kg	0 - 65%
Carne bovina	15 - 50%	15 - 55%
Carne avícola	25% - 95%; 0,2 euro /kg	25% - 80%; 0,8 euro/kg
leche	19,8%	14,9%
aceite	9%	7%
azúcar	\$223 per t	243 per t

BIENVENIDOS AL MERCADO RUSO!

