

El mercado de la confección infantil en Kazajistán

Mayo 2017

Este estudio ha sido realizado por
Bernat Force Seguí, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Almaty



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN INFANTIL EN KAZAJISTÁN

Tras un período de ralentización económica, en el año 2017 se espera repunte hasta el 3,3% de crecimiento del PIB con previsiones de alcanzar el 3,4% de crecimiento en 2018, de conformidad con las previsiones del FMI. Sin embargo, el mercado del vestido en Kazajistán no ha sufrido aparentemente la ralentización de la economía y ha ido creciendo año tras año en valores absolutos (en 2016 ha doblado el gasto de 2011), aunque el crecimiento del gasto en el sector no se refleja en las estadísticas de importaciones. Una explicación sería que parte de la distribución y venta en el sector se realiza todavía a nivel muy informal por cuanto que la producción nacional es limitada o incluso en la existencia de contrabando.

Asimismo, cabe remarcar que el mercado kazajo mantiene ciertas limitaciones estructurales debido a una población reducida, una clase media muy estrecha y una alta dependencia del precio de las materias primas. A efectos comparativos, el sector del vestido y del calzado representaría en volumen un 28,41% del sector español.

A pesar de todo ello, las proyecciones demográficas indican que para 2025 se espera un crecimiento de la población infantil del 12%, aunque la clase media se ha reducido entre los años 2010 y 2015. En cualquier caso, el sector del vestido y calzado se espera que siga creciendo, y figura en tercera posición en el ranking de crecimiento del gasto medio en el periodo 2016-2030 con el 6% (detrás de la comida, bebidas no alcohólicas, hoteles y restauración), aunque inferior al 13% de crecimiento medio del gasto en el periodo previo 2010-2015. Almaty, Astaná y Mangystau concentran el mayor crecimiento. Dentro del período anual, hay que destacar que el mayor gasto se produce a finales de agosto, coincidiendo con la fecha de inicio escolar.

En cuanto a la estructura comercial y de distribución del sector, se encuentra condicionada por el bajo poder adquisitivo de gran parte de la población. Por esta razón, la mayor parte del consumo se concentra todavía en negocios muy minoristas: bazares y mercados locales (47% en 2014).

Es importante destacar que en dichos bazares y mercados informales se suelen encontrar prendas procedentes de China (en su mayoría sintéticas y de baja calidad), y Turquía (de mejor calidad y algodón). Esta tendencia es más relevante en el sur de Kazajistán, mientras que en los grandes núcleos urbanos como Astaná o Almaty son más consumistas, poseen mayor poder adquisitivo y, progresivamente, se va incrementado el comercio en boutiques y centros comerciales.

Por otro lado, el grupo de consumidores con alto poder adquisitivo, aquél al que se dirigen las marcas de lujo, presenta ciertas reticencias a la compra de ropa en Kazajistán. La razón de dicha reticencia se explica por la cercanía con China, el deseo en general de poseer marcas a precios moderados, los altos precios locales de las marcas originales y el bajo poder adquisitivo, que dan lugar a la importación de imitaciones y productos fuera de temporada que se venden como novedad. Por todo ello, es habitual que las personas con rentas altas realicen sus compras en otros países como Dubái, y aquellos consumidores que no disponen de la capacidad de viajar con cierta frecuencia recurren a la compra en webs extranjeras, tanto americanas como europeas.

En lo que respecta a los países de procedencia de las importaciones de ropa y calzado que realiza Kazajistán, las lidera su vecina Rusia, entre otras razones por cercanía, producción local y ausencia de aranceles gracias al espacio de la Unión Aduanera Euroasiática. Otros países de procedencia, por volumen de importación, son India, Reino Unido, Turquía, Italia o China.

La presencia española en las tiendas todavía es limitada (12º país por volumen de exportaciones a Kazajistán), y aunque están presentes el Grupo INDITEX, MANGO y MAYORAL, no es la “marca España”, el elemento que atrae y conoce la población, sino la procedencia europea. Es habitual que los clientes desconozcan incluso el origen español.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN INFANTIL EN KAZAJISTÁN

En cuanto a la producción local es escasa y de precios elevados (v.g Zibroo), por estas razones las marcas locales no están muy difundidas, siendo la exportación muy limitada.

Si analizamos las estadísticas de importación y exportación, se ha registrado un descenso de las importaciones del conjunto de los capítulos arancelarios 61, 62 y 64 (ropa de punto, no punto y calzado respectivamente), desde los 4.233 millones de euros en 2014 hasta los 2.715 millones de euros en 2015), que ha afectado especialmente a las prendas de vestir de punto con una disminución del -54% hasta los 680 millones de € en 2015, pero no así del calzado, que aunque se redujo en 2015 concentra un volumen mayor que cualquier otro año previo. La razón de dicha disminución podría ser debida a la situación de crisis económica general en el país y, en concreto, a la devaluación que se produjo en el año 2015 como consecuencia de la libre flotación del tengue, encareciendo los precios de las importaciones. Dicha situación de crisis se extendió durante el año 2016 si bien en 2017 se observa un repunte de la economía kazaja.

Sin embargo, si analizamos las partidas específicas de confección infantil, en 2015 las importaciones de ropa de bebé (620920, 620930 y 6111), superaron el volumen de 2013 y 2014 (10,4 millones de € en 2015), aunque fueron inferiores a las cifras registradas en años anteriores a 2013.

La creciente apertura de Kazajistán al mercado exterior ha reducido costes y facilitado el desarrollo del sector pero existen dificultades latentes, siendo los elementos más destacables el peso que tiene la logística sobre el coste del producto final, uno de los más altos del mundo, hasta un 20-25% (cfr. media Europea del 11%, de China 14%, Canadá y Estados Unidos el 10%) y la actual inestabilidad del tengue (aunque es previsible que vaya mejorando progresivamente). Asimismo, otras cuestiones a considerar son la gran extensión del país (5 veces España), la baja densidad poblacional (tan solo 18 millones de habitantes), una infraestructura defectuosa y barreras no arancelarias y de gestión. Asimismo, hay que tener en cuenta tanto el margen de los distribuidores (entre el 30 y 50%) como el impuesto sobre el valor añadido del 12%.

Por último, también debe tenerse en cuenta los requisitos técnicos y documentales de la Unión Económica Euroasiática, que engloban, entre otros, especificaciones en cuanto a materiales, etiquetado y certificaciones obligatorias. Debiendo tener especial cuidado en todos aquellos productos de origen animal.

En conclusión, aunque las prendas de vestir en general ocupan el 4º puesto en el ranking de exportaciones españolas a Kazajistán a través de las principales multinacionales españolas del sector, Kazajistán es un mercado con mucho potencial aunque con una clase media muy estrecha, donde todavía conviven una distribución y venta tradicional y minorista con tiendas y centros comerciales modernos.