

Aceite de oliva en Kazajstán

A. CIFRAS CLAVE

El mercado de aceite de oliva es un mercado joven, en expansión y con mayor crecimiento que el resto de los aceites. Kazajstán no posee producción propia de aceite de oliva y su mercado se surte directamente del exterior. Las importaciones de la partida 1509 en 2018 ascendieron a 2.640,19 miles de euros, lo que supuso un incremento del 3,5% respecto al año anterior.

El mercado de aceites está dominado principalmente por el de girasol, que copa el 90% del mismo. Otros aceites como los de palma, soja, sésamo, coco, etc., están asimismo presentes, aunque con una cuota reducida. El aceite de palma es el segundo aceite más importado en el país después del de girasol y por delante del de oliva. No obstante, el consumo de aceite de oliva es aún limitado. Por desconocimiento y precios más elevados, presenta usos quizás más específicos (ensaladas, platos especiales, etc.), que otros aceites.

Datos clave	Cifras 2018
Población total	18.177.700 habitantes
Evolución del PIB (%)	4,1
PIB por habitante (USD, precios corrientes)	8.140,8
Desempleo (%)	5
Sueldo medio	150.827 KZT (463 USD)
Promedio del ingreso nominal per cápita	81.529 KZT al mes
Pensión media	50.850 KZT
Producción de aceite de oliva	0
Importación de aceite de oliva	2.135 miles de euros
UEE	Kazajstán es miembro de la Unión Económica Euroasiática, un espacio de libre tránsito de



	mercancías, servicios, capitales y mano de obra formado por Rusia, Bielorrusia, Armenia, Kazajstán y Kirguistán.
Socios comerciales	Kazajstán importa aceite de oliva principalmente de Italia, España , Turquía, Grecia y Lituania.
Oportunidades	Mercado con posibilidades de crecimiento por la producción local nula. Sin embargo, debido a las limitaciones en cuanto a volumen, actualmente se están observando indicios de saturación.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none">• Lejanía del país, logística cara• Poco consumo debido a los hábitos• Competencia alta• Tipo de cambio inestable

Producción de aceites vegetales	2017, en toneladas
TOTAL	372.600
Aceite de girasol	266.274
Aceite de soja	21.547
Aceite de algodón	17.360
Aceite de colza	14.714
Aceite de cártamo	7.881
Aceite de coco, palma, linaza, mostaza y otros	38.419

Fuente: Comité de Estadísticas de Kazajstán.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición del mercado

El objeto de estudio de esta ficha es analizar la situación del mercado de aceite de oliva en Kazajstán. Según la clasificación arancelaria que utiliza la Unión Económica Euroasiática (y que coincide con la nomenclatura del Sistema Armonizado), el aceite de oliva se encuentra en la partida 15.09.

1509: Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente;

Código arancelario	Arancel
1509 10 100 0	5%
1509 10 900 0	5%
1509 90 000 0	5%

<http://www.eurasiancommission.org>

B.2. Tamaño del mercado

Kazajstán posee un clima continental, con inviernos muy fríos y veranos muy cálidos, con grandes oscilaciones de temperatura. No es un país idóneo para el cultivo de olivos. Al no tener producción propia de aceite de oliva el mercado se nutre totalmente de importaciones.

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (1509)

datos en miles de euros

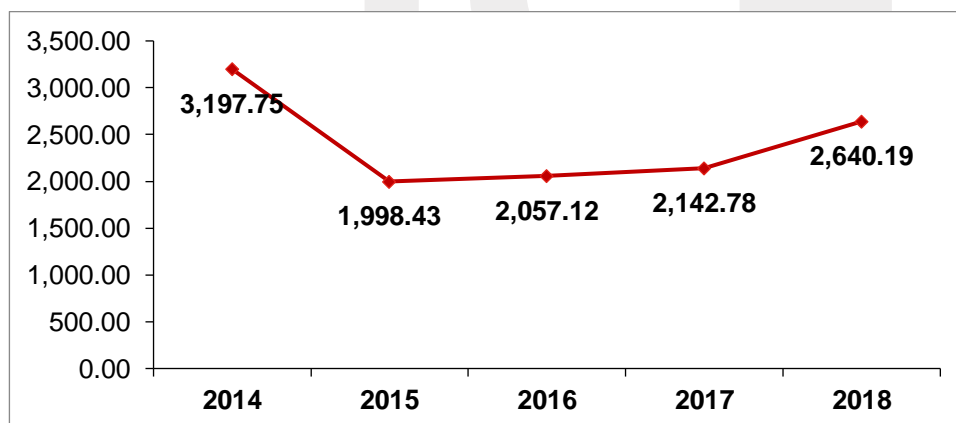
	2014	2015	2016	2017	2018
Producción	0	0	0	0	0
Importaciones	3.197,75	1.998,43	2.057,12	2.142,78	2.640,19
Exportaciones	0	0	0	9,47	16,03

Fuente: MUNDIESTACOM.

Tras una caída en 2015, las importaciones de aceite de oliva de la partida 1509 recuperan el dinamismo en 2016, aumentando un 4,2% respecto al año anterior y manteniendo la tendencia del crecimiento en 2017 (3,5% respecto al 2016).

IMPORTACIONES DE KAZAJSTÁN DEL TARIC 1509

Miles de euros



Fuente: MUNDIESTACOM.

B.3. Oportunidades del mercado

El mercado de aceites lo lidera la oferta de aceite de girasol, debido a su menor coste y mayor tradición de uso en el país. A pesar de ello, el **aceite de oliva es la opción de calidad** que presenta un carácter más saludable para el consumidor.

Los productos bio y los orgánicos incrementarán su presencia en el mercado como resultado del cambio de mentalidad, occidentalización de la población, aparición de productos bio y orgánicos, y aumento de superficies de venta modernas.



El hecho de que Kazajstán sea miembro de la **Unión Económica Euroasiática (UEE)** permite abordar el país con una estrategia conjunta para Rusia y el resto de Estados miembros.

Hay que tener en cuenta que el mayor consumo de aceite de oliva se observa en las **grandes ciudades** de Kazajstán, como Almaty, Nur-Sultán (Astana), Shymken o Karaganda.

Por otro lado, la Oficina Comercial recibe muchas solicitudes por parte de empresas kazajas que buscan proveedores de **aceite de oliva de orujo**.

Sin embargo, también se debe tener en cuenta que un gran volumen de aceite de oliva se reexporta desde Rusia a Kazajstán, debido a que dentro de la UEE hay libre circulación de mercancías, capitales y mano de obra.

C. LA DEMANDA

C.1. Hábitos de compra y consumo

Kazajstán cuenta con una clase media modesta y limitada en número. Se trata de un país de enorme extensión (2,7 millones de km²), con una población reducida de 18 millones de habitantes y una densidad demográfica muy baja, 6 personas por km² de territorio; la población urbana asciende a un 57,4% del total. Las ciudades más pobladas son Almaty (1,9 M hab.), Nur-Sultan (anteriormente Astana, 1, 078 M), Shymkent (1,011 M) y Karaganda (0,497 M).

El consumo de aceite de oliva en Kazajstán es todavía muy reducido. Sólo una pequeña parte de la población tiene conocimiento del producto (suelen ser los que viajan más, cuidan más de su salud y disponen de una renta más alta).

La cocina tradicional kazaja requiere un **alto consumo de aceite**, debido a que la mayoría de los platos son fritos o conllevan gran cantidad de grasa. Dentro de los consumos de aceite, el aceite de girasol representa el 90% del uso total. El consumo de este aceite forma parte de una larga tradición en la cocina kazaja.

Las marcas económicas y más básicas suelen ser las más populares y están presentes en la mayoría de los hogares. **El aceite *premium* es principalmente el de oliva.**

Las estimaciones indican que la clase alta no supera el 10% de la población. La clase media supone alrededor de un 28% y la clase baja es mayoritaria. El salario medio del país no llega a 400 euros. Las ciudades con mayor poder adquisitivo son Almaty, Nur-Sultan (Astana), Aktau y Atyrau.

Por lo que se refiere a la presentación del producto, el aceite de oliva puede ser encontrado en envases de 250, 500 y 750 ml, y de 1 y 5 litros. **El aceite de oliva es consumido preferentemente en envases de pequeño tamaño.**

El volumen de ventas de aceite y grasa en Almaty en 2017 representó un 0,6% del total del comercio al por menor en la ciudad. El 90,6% de esas ventas correspondieron al aceite de girasol, según el Comité de Estadísticas de Kazajstán.

C.2. Precios

Los **precios de venta de aceite de oliva** en los supermercados oscilan entre los 1.800 y 2.500 tengues por botella de 250 ml¹. El precio se ve influenciado por el arancel de importación, situado en un 5%, el IVA que se sitúa en un 12%, los márgenes amplios del distribuidor del país y la logística. La evolución de los precios está ligada a la situación de la divisa kazaja, el tengue (KZT), que sufrió una devaluación en 2014 y en la actualidad fluctúa libremente, salvo intervenciones esporádicas. Los bajos precios del petróleo y el sistema de “libre” flotación provocaron que el tengue se devaluase notablemente y la tendencia se ha mantenido hasta hoy.

¹ Tipo de cambio a 20/09/2019, 1EUR=428,44 KZT.

Dependiendo siempre de la posición y/o importancia de la contraparte kazaja en el mercado nacional, se suelen realizar las operaciones comerciales mediante **pagos anticipados**.

Por otro lado, resulta deseable llegar a **acuerdos Ex works**, dado que tanto el transporte como los trámites aduaneros de exportación deben ser por cuenta del comprador, pues resultaría muy complicado para cualquier europeo llevar a cabo el transporte y los trámites aduaneros de forma directa.

D. LA OFERTA

D.1. Principales exportadores

Los principales suministradores de aceite de oliva a Kazajstán son España, Rusia (reexportaciones), Turquía, Italia, Lituania y Grecia. **España es el líder indiscutible de exportaciones.**

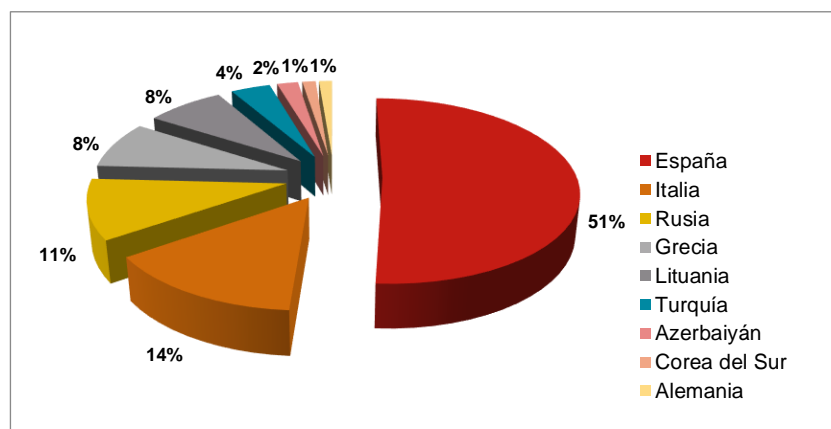
IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (TARIC 1509) DE KAZAJSTÁN, POR PAÍSES

datos en miles de euros

Proveedores	2014	2015	2016	2017	2018
España	1.850,22	899,42	855,61	877,09	1.342,90
Italia	191,14	223,18	300,11	303,24	377,53
Rusia	440,67	400,71	308,82	392,58	274,20
Grecia	67,63	138,46	84,34	143,64	215,63
Lituania	141,22	80,10	228,00	209,41	198,90
Turquía	367,64	196,03	82,11	79,69	100,69
Azerbaiyán	44,49	17,24	117,82	30,78	53,64
Corea del Sur	0,97		42,75	19,85	34,15
Alemania	19,53	27,98	27,18	71,94	33,11
Kirguistán				6,31	6,71
Países Bajos	1,22				1,39
Dinamarca	3,00	5,55	2,91	0,54	1,16
Portugal	27,25	5,26			0,19

Fuente: MUNDIESTACOM.

PRINCIPALES PROVEEDORES DE ACEITE DE OLIVA A KAZAJSTÁN, 2018





D.2. Principales actores

➤ ESPAÑA:

- BORGES-ITLV, BORGES (Borges Group, S.L.)
- MAKARENA (Laintex Veteranil S.A.)
- COOPOLIVA (Agro Sevilla Aceitunas)
- IBÉRICA, MAESTRO DE OLIVA (Olive Line International, S.L.)
- PRIM OLIVA (Sovena Espana S.A)

➤ ITALIA: COLAVITA, REGINA, KONDI, OLITALIA

➤ GRECIA: GAEA, ANTHIA MANAKI, MINERVA, ALTIS

Los productos españoles tienen gran presencia en los mejores supermercados. El posicionamiento del aceite italiano es muy fuerte, y es posible encontrar una gran variedad de marcas en los supermercados. El aceite griego está también muy representado en el mercado, aunque con menor oferta que el resto de países fuertes en este producto.

D.3. Percepción del producto español

A nivel general, el consumidor local tiene muy buena percepción de los productos europeos, con gran posicionamiento de Alemania, Francia e Italia. España es conocida por su cultura e idioma, por lo que a sus productos se refiere, los conocen aquellos usuarios que han visitado el país. El consumidor relaciona mayoritariamente el aceite de oliva con Italia, aunque en general no tiene un gran conocimiento del producto y de su procedencia. **Entre los importadores y expertos, el aceite español es considerado de alta calidad y una muy buena opción calidad-precio.**

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Los canales de distribución más habituales son:

- **Grandes superficies: hiper y supermercados** (Small, Ramstore, Magnum, Metro, Galmart, Interfood)
- **Tiendas pequeñas y mercados tradicionales**
- **HORECA/Tiendas gourmet/Tiendas especializadas** (Essentai Gourmet, Afonoliva.kz)
- **Tiendas online** (opto.kz, arbuz.kz)

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

- **Aranceles e impuestos:** arancel del 5% e IVA del 12%.
- **Documentación específica** (Declaration of Conformity of the Eurasian Economic Union, Authorisation of Foreign Foodstuffs Manufacturers, Material Safety Data Sheet, según [Market Access Database](#) de la Comisión Europea).
- **Requisitos de rotulación en el envase** (la información en el etiquetado tiene que ir en ruso y kazajo).
- Los siguientes tres reglamentos de la Unión Económica Euroasiática regulan la normativa de la Unión para el aceite de oliva:
 - **Reglamento Técnico TR TS 021/2011** - Seguridad de alimentos - TP TC 021/2011 "О безопасности пищевой продукции"
<http://www.eurasiancommission.org/ru/act/texnreg/deptexreg/tr/Documents/TR%20TS%20Pisheva%20Prod.pdf>



- **Reglamento Técnico TR TS 022/2011** - Etiquetado de alimentos - TP TC 022/2011 "Пищевая продукция в части ее маркировки"
<http://www.eurasiancommission.org/ru/act/texnreg/deptexreg/tr/Documents/TrTsPishevkaMarkirovka.pdf>

Estos dos primeros son comunes para todos los productos alimenticios, mientras que hay un tercero exclusivo para los aceites, todos los aceites, incluidos los de origen no vegetal o inclusive industriales:

- **Reglamento Técnico TR TS 024/2011** - Productos de aceites y grasas - TP TC 024/2011 "Технический регламент на масложировую продукцию"
<http://www.eurasiancommission.org/ru/act/texnreg/deptexreg/tr/Documents/TR%20TS%20MasloGirov.pdf>

E.3. Ferias

- **Interfood:** 29-31 Mayo 2019 en Nur-Sultan (Astana) www.interfoodastana.kz
- **World Food:** 6-8 Noviembre 2019 en Almaty www.worldfood.kz
- **Horex:** 6-8 Noviembre 2019 en Almaty <https://www.horexexpo.kz/ru/>

Hay que tener en cuenta que, aunque estas ferias se anuncien como las mayores de la región de Asia Central, las estadísticas de asistencia son bajas en comparación con otros eventos similares como PRODEXPO de Moscú. Así, según los informes de 2018, WorldFood Kazakhstan contó con un total de 5.270 visitantes, mientras que InterFood Astana solo alcanzó la cifra de 2.782 visitantes, frente a los 66.915 de PRODEXPO 2019. Además, hemos podido comprobar que los importadores locales de cierto volumen se desplazan a ferias y eventos del sector en Europa para establecer contactos. De cualquier modo, en caso de que estas ferias sean de posible interés para la empresa, la Oficina Económica y Comercial de Almaty ofrece su apoyo para la organización de la visita.

F. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Almaty** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Kazajstán.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Kazajstán, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

20A, Kazybek bi (esquina con la calle Kaldayakova)
Almaty 050010 – Kazajstán
Teléfono: +7 727 293 02 40
Email: almaty@comercio.mineco.es

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

INFORMACIÓN LEGAL: 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.

AUTORA
Oxana Gornyakova

Oficina Económica y Comercial
de España en Almaty
Buzón oficial de la Oficina: almaty@comercio.mineco.es
Fecha: 23/09/2019

NIPO: 114-19-040-2

www.icex.es

