



La cuota de mercado del aceite de oliva español se sitúa actualmente en el 24%

El mercado del aceite de oliva en Kuwait



Kuwait es un pequeño estado soberano de Oriente Próximo que limita al norte con Irak y al sur con Arabia Saudí. Su territorio está organizado en 6 provincias, mientras su capital, y a su vez la ciudad más poblada, es Kuwait. Este país oriental es hoy en día de gran importancia estratégica tanto desde una perspectiva militar, debido a su proximidad con Irak, como económica, gracias a sus sustanciales reservas de petróleo.

La economía de Kuwait ha mostrado

una notable fortaleza en los últimos años. El sector petrolífero es la base en este área, pues se trata del noveno productor a nivel internacional y el décimo exportador mundial de crudo. Este sector tiene un peso próximo al 60% sobre el PIB del país y supone el 80% de sus exportaciones y más del 90% de los ingresos del gobierno. La situación política es relativamente estable, sobre todo en comparación con la vivida en otros países árabes desde finales de 2009.

El idioma oficial de este estado, que cuenta con una superficie de 17.818 km², es el árabe, aunque el inglés predomina en las relaciones comerciales. Con tan sólo un 0,8% de superficie cultivable y 130 km² de tierras de regadío, la agricultura tiene un papel poco significativo en la economía kuwaití. A excepción del pescado, Kuwait depende casi por completo de las importaciones de alimentos. El sector de agricultura y pesca representa únicamente el 0,23% del PIB, lo que crea una dependencia total de las importaciones de productos agroalimentarios.

Al igual que otros países de la región, como Arabia Saudí o Qatar, Kuwait negocia inversiones en el sector agrícola de otros países, generalmente de renta baja. Estas inversiones tienen el objetivo de garantizar recursos agrícolas para Kuwait.

DEFINICION DEL SECTOR

Delimitación del sector

El tamaño general del mercado de aceite de oliva en Kuwait viene determinado por varios rasgos característicos: práctica inexistencia de producción local; alto nivel de renta per cápita (45.000 US\$); producto culturalmente próximo y enraizado en la gastronomía de la región; y fuerte presencia de producto proveniente de otros países árabes de la cuenca mediterránea, como Siria, Túnez, Marruecos, Líbano y Palestina.

Dentro de la UE, cabe destacar la presencia de producto originario de Italia, España y Grecia. La mayoría de la población consume aceites vegetales (soja y girasol) distintos al aceite de oliva, ya que son los que se venden a un precio más barato, y que se emplean no sólo en el hogar, sino también en el segmento Horeca (especialmente en restaurantes de comida rápida o en restaurantes callejeros de comida tradicional).



Dentro del mercado del aceite en Kuwait, el de oliva representa una pequeña parte con un valor que asciende a 15 millones de USD frente a la hegemonía de los aceites de semillas. No obstante, existe un interés creciente por este tipo de producto, que se posiciona en dos segmentos claramente definidos: productos gourmet y alimentación saludable. Además, España goza de una buena imagen de país en la categoría del aceite de oliva en Kuwait, asociada a una gran calidad y considerado como uno de los ingredientes fundamentales de la Dieta Mediterránea (dieta saludable) con cualidades muy apreciadas de sabor, olor y tonalidades.

El aceite de oliva es considerado por el consumidor kuwaití como un producto de categoría superior (gourmet) que se toma crudo, bien como ingrediente de platos tradicionales de la cocina árabe-mediterránea, bien como aliño de ensaladas u otro tipo de hortalizas.

Las referencias de mayor venta y que mejor se ajustan a las preferencias del consumidor kuwaití son las de aceite de oliva virgen extra y virgen, siendo menos frecuentes las de aceite de oliva refinado u otro tipo de aceites de oliva de categorías inferiores.

Clasificación arancelaria

Productos o servicios:

Código arancelario	Descripción
1509 10	Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente.
1509 90	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso sin refinar, pero sin modificar químicamente.
1510 00 90	Demás aceites obtenidos exclusivamente de la aceituna, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.

Oferta

Tamaño del mercado

Kuwait es un país cuya población no sobrepasa los 3,5 millones de habitantes (2 millones de extranjeros con niveles de renta salarial muy dispares) y con un alto nivel de renta per cápita (44.000 USD en 2012).

Dada la irrelevancia de la oferta interna, la práctica totalidad del aceite de oliva comercializado en Kuwait proviene de importaciones de terceros países, y de modo especial de los países de la cuenca del Mediterráneo.

En 2011 las importaciones de aceites de oliva de las categorías virgen extra y virgen ascendieron a cerca de 7 millones de dólares, en tanto que las de las categorías restantes fueron por valor de 4,5 millones de USD.

Una estimación aproximada del valor total del mercado para todas las categorías de aceites de oliva ascendería en 2011 a



Compañías como KDD distribuyen en el mercado kuwaití aceite de oliva en formatos de botella de cristal de medio litro.

unos 15 millones de USD, de los cuales cerca de 6,5 millones de USD corresponderían a aceites de oliva provenientes de la UE (43% de cuota de mercado), con dos proveedores relevantes: Italia y España.

La cuota de mercado del aceite de oliva español en Kuwait, en todas las categorías, se situaría en el 24%. No obstante, en el segmento de aceite de oliva correspondiente a las categorías virgen extra y virgen, la cuota española de aceite de oliva descendería sustancialmente hasta situarse en torno al 5,5%. Por contra, la cuota italiana, el principal competidor español de la UE en el mercado del aceite de oliva de las categorías virgen extra y virgen, sería del 25%.

Producción local

Kuwait se caracteriza por su clima seco y desértico, con bajo volumen de precipitaciones anuales y un suelo árido poco apto para el cultivo de especies vegetales. No obstante, se han llevado a cabo plantaciones experimentales de olivos y otras especies arbóreas en zonas del sur del país con dos objetivos: por un lado mejorar el

entorno paisajístico y, por el otro, afianzar el suelo, con resultados positivos.

La mayor parte de la producción de aceituna de esas plantaciones de olivos se destina al consumo directo en salmueras. La producción artesanal de aceite de oliva con aceituna local representa unas cantidades muy pequeñas, que apenas llegan a comercializarse.

Aunque la producción local de aceituna es muy escasa, varias empresas locales del sector de la alimentación están operando como envasadores/comercializadoras de aceite de oliva en sus categorías virgen extra y virgen. La que ostenta la mayor cuota de mercado es la compañía KDD (Kuwaiti Danish Dairy), que distribuye aceite de oliva en formatos de botella de cristal de medio litro.

Importaciones

La mayoría del aceite de oliva que se importa a Kuwait tiene procedencia de países de la zona de Oriente Medio y Magreb (principalmente de Siria, Turquía, Palestina, Jordania, Líbano y Túnez). De la EU-27, tal como hemos apuntado, los principales proveedores de aceite de oliva para el mercado kuwaití son Italia, Grecia y España.

Por lo que respecta a Siria como mercado de origen de aceite de oliva y dada la situación de guerra civil en que se encuentra el país, la FAO ha estimado caídas en la producción de aceite de oliva de cerca de un 40%, con pérdidas significativas en la cuota de mercado en países de destino.

Esta coyuntura está beneficiando especialmente a los productores libaneses, quienes han visto aumentar en un 20% los precios en su mercado local gracias a

Tabla 1. Importaciones totales de aceite de oliva virgen y sus fracciones por Kuwait (miles de dólares)

País	2009	2010	2011
Mundo	6341,073	10568,286	4296,203
Siria	3628,108	6732,748	—
Turquía	908,896	272,851	620,776
Italia	413,874	769,937	761,289
Territorios Palestinos	224,351	1222,554	1357,555
Jordania	411,839	382,394	308,348
España	145,511	117,197	196,952

Fuente: UN Statistics – Proclarity.

la caída de las importaciones de aceite sirio, contribuyendo enormemente a contrarrestar los crecientes costes de producción. Paralelamente, Líbano ha conseguido durante 2012 una cosecha de gran calidad, por lo que se prevé que esta combinación de factores impulsará el sector y sus cifras de exportación.

En cuanto a los países de la UE, Italia es el líder indiscutible en valor de las exportaciones. El Gráfico 1 refleja la evolución de la partida 150910 (aceite de oliva virgen y sus fracciones), en la que destacan las cifras de Italia, que domina tres cuartas partes de la cuota de mercado correspondiente a estos países.

Análisis cualitativo de la demanda

La población kuwaití se compone de 1/3 de población originaria del emirato, 1/5 proveniente de otros países de Oriente Medio (Egipto, Líbano y Siria preferentemente) y el resto es originaria de India, Pakistán, Sri Lanka y Bangladesh. La población expatriada occidental (Europa, Australia, EEUU, Canadá) representa un 2% de la población.

El grueso de los residentes en Kuwait proviene de países con cocinas en las que el aceite de oliva no ha tenido ningún papel históricamente, siendo mercados en los que este producto se está introduciendo.

Los hábitos culinarios y las preferencias gastronómicas de esta parte de la población, así como, por lo general, su escasa capacidad de compra, hacen que los aceites más consumidos sean los de palma, maíz y soja, aceites importados en casi su totalidad y que representan el grueso del consumo de grasas vegetales en el emirato.

La demanda de aceite de oliva se concentra, por tanto, primordialmente en la población de origen árabe, así como en grupos de población expatriada occidental, siendo las preferencias de consumo el aceite de oliva de categorías virgen extra y virgen en el segmento de distribución minorista y de los otros tipos de aceite en el segmento Horeca.

Otros factores que están contribuyendo a ensanchar la base de demanda del aceite de oliva es la adopción de patrones de consumo relacionados con una dieta sana y equilibrada y la extensión de la gastronomía árabe-mediterránea (liba-

Tabla 2. Importaciones totales de aceite de oliva y sus fracciones por Kuwait (miles de dólares)

País	2009	2010	2011
Mundo	2011,769	1801,08	2771,607
Líbano	1137,897	1207	—
Italia	908,896	272,851	620,776
España	413,874	769,937	761,289
Siria	224,351	1222,554	1357,555
Turquía	411,839	382,394	308,348

Fuente: UN Statistics – Proclarity.

nesa), en la que el aceite de oliva juega un papel importante.

Desde el lado de la demanda, el mercado del aceite de oliva se limitaría aproximadamente a un 40% de la población (local y otra de origen árabe), que se decanta por aceites de oliva de calidad, pero para la que el precio sigue siendo un importante factor de compra.

Precios y su formación

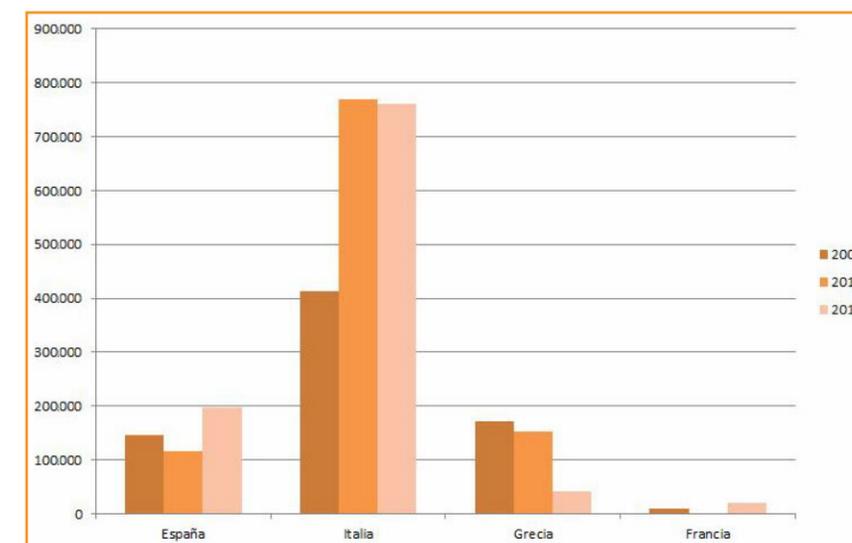
El precio del aceite de oliva varía según diversos factores como el tamaño, la calidad o la procedencia, entre otros. La mayoría de este tipo de aceite que se vende en Kuwait es de calidad media-alta y sus precios, en términos generales, se detallan a continuación en euros y dinares kuwaitíes (KWD):

- 250 – 350 mililitros: 0,500 – 0,750 KWD (1,4 – 2 euros).
- 400 – 500 mililitros: 0,900 – 1,750 KWD (2,5 – 4,7 euros)
- 750 mililitros – 1 litro: 1,750 – 2,500 KWD
- 2 litros: Superior a los 3,500 KWD
- 3 litros: Superior a los 4,500 KWD

En menor medida, se vende aceite de oliva de una gama más alta, y que presenta una menor variedad en cuanto al tamaño. La capacidad más abundante es de 500 mililitros a un litro, y su precio oscila entre los 2,500 y los 4,000 KWD.

Si excluimos los costes de transporte y el arancel (5%) y ante la ausencia de impuestos que graven los productos de consumo (IVA o impuestos especiales), se deduce que los márgenes de venta son especial-

Gráfico 1. Evolución de las exportaciones de la EU de aceite de oliva virgen a Kuwait en valor (miles de USD)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de UN Comtrade.



Kuwait es una ciudad de contrastes donde conviven centros comerciales y hoteles de superlujo con mercados de alimentación tradicionales de los países árabes; y es en los exuberantes centros modernos donde se encuentran los aceites de oliva importados del Mediterráneo.



mente amplios comparados con los existentes en el mercado doméstico español.

Cabe señalar que los márgenes más amplios corresponden al mercado mayorista (distribuidores) y que en el mercado de venta al por menor el margen, aun siendo amplio, es sustancialmente menor.

La distribución minorista no sólo está sometida a una mayor competencia dentro de su sector, sino que las subidas de precios excesivas son objeto de seguimiento por parte de los organismos de control, que en el caso de los alimentos toman una actitud activa. Así pues, entre las medidas que se han puesto en marcha figuran los subsidios a los alimentos y al combustible, con los que se pretende reducir los costes de transporte y electricidad para que ello repercuta positivamente sobre el precio final de los bienes y servicios. Por otra parte se ha aumentado el salario de los funcionarios públicos y se ha dado instrucciones a los consumidores para que estos informen al ministerio de cualquier subida de precio considerable.

En los últimos años se han registrado importantes incrementos en el precio de los alimentos. Durante el primer trimestre de 2012 en concreto, los precios aumentaron un 8,6% respecto al ejercicio anterior. Este alza constante tiene un efecto considerable sobre la inflación, ya que dicho segmento contribuye con un 18,3% al IPC kuwaití, lo que ha motivado que el gobierno haya intensificado su control sobre el mercado.

Percepción del producto español

A los ojos del consumidor medio kuwaití, la marca España está asociada a aceite de buena calidad considerado como uno de los ingredientes fundamentales de la Dieta Mediterránea (dieta saludable) y con cualidades apreciadas de sabor, olor y tonalidades. No obstante, el aceite comercializado por marcas españolas en Kuwait, con algunas excepciones, no es el mejor en términos de calidad, frente al aceite de origen libanés o sirio (exclusivamente aceite de oliva de categorías virgen extra y virgen), que se ha posicionado en el segmento de lo que se denomina "aceite de oliva orgánico".

La guerra civil en Siria y la fuerte caída de la producción que esto ha conllevado está permitiendo a otros países del Sur del Mediterráneo arañar parte de la cuota de mercado perdida desde el lado de la oferta por el aceite de oliva sirio.

Las principales marcas españolas de aceite de oliva que se distribuyen en Kuwait son *Rafael Salgado*, *La Española*, *Exoliva*, *Capicúa*, *Borges*, *Pons* y *Olittera*.

Asimismo, se distribuye, mediante tráfico de perfeccionamiento pasivo, aceite de oliva de origen español envasado en países vecinos de la región del Golfo, especialmente en Arabia Saudí y que cuenta con bastante aceptación entre el consumidor kuwaití, aunque eso implica una confusión de la identificación del producto español entre los consumidores.

Para este consumidor medio kuwaití,

los principales productos agroalimentarios que asocia con España son fundamentalmente aceitunas y aceite de oliva, por lo que se produciría una preferencia "sentimental" por el aceite de oliva español.

Para el distribuidor mayorista, el aceite de oliva español se observa como un producto demasiado caro y que se relegaría a un segmento "gourmet" o exclusivo.

Por otro lado, la demanda creciente de aceite de oliva por parte del consumidor en los dos segmentos -Horeca y minorista- está haciendo que numerosos importadores kuwaitíes de alimentos estén considerando incluir en su oferta actual de productos el aceite de oliva, siendo el de origen español uno de los candidatos preferidos siempre que su precio FOB sea lo suficientemente competitivo.

Distribución

La forma habitual de introducción en el mercado es a través de importadores/distribuidores de alimentos, normalmente con acceso tanto a supermercados como al canal Horeca (restaurantes y hoteles).

Existen algunos casos concretos de importadores que actúan como compradores para tiendas gourmet propias y su red de restaurantes y revendedores para cadenas de supermercados y otro tipo de establecimientos de comercio minorista. Uno de ellos es el grupo Al Shaya, uno de los principales franquiciados de restauración no sólo de Kuwait, sino de toda la región del Golfo.



Gracias a sus sustanciales reservas de petróleo, la economía de Kuwait ha mostrado una notable fortaleza en los últimos años.



Con todo, el objetivo de cualquier nueva marca que quiera introducirse en el mercado kuwaití sería entrar, normalmente a través de un importador, en las grandes cadenas de supermercados locales e internacionales (Sultan Centre, City Centre, Lulu Hypermarket, Carrefour, Géant, Sociedades Cooperativas de Consumo). Las tiendas tipo gourmet -escasas, pero en fase de crecimiento-, son también una opción interesante para la comercialización de productos de gama alta y una mayor calidad.

El sector Horeca resulta cada vez más interesante debido al aumento del número de restaurantes y hoteles de calidad media-alta en los últimos años en Kuwait.

Por lo que respecta a los principales distribuidores (mayoristas) locales de aceite de oliva sobresalen: el grupo Al-Shaya, Sons of Hamed Y. Al-Essa Trading Co. y Jassim Al-Wazzan & Sons, W.L.L y Gula Trading & Refrigerating Co.

No hay datos sobre cuotas de mercado en el segmento de la distribución, aunque los distribuidores antes citados coparían una parte muy sustancial del mercado de distribución mayorista de aceite de oliva.

Dentro del mercado de aceite comercializado bajo marca de distribuidor, las que comercializan Carrefour y el grupo Sultan (Sultan Centre) son las que tienen una mayor presencia en el mercado.

Condiciones de acceso al mercado

En general, las condiciones de acceso al mercado no son especialmente complejas. Además de la documentación exigible para el despacho aduanero de cualquier mercancía, el único requisito especial es la presentación de un certificado de análisis químico.

Las autoridades kuwaitíes aceptan certificados emitidos por laboratorios debidamente acreditados del país de origen del exportador. El certificado debe estar en árabe o inglés. En caso contrario, se debe realizar una traducción a alguno de ambos idiomas.

El certificado, en todo caso, tiene que estar legalizado por la Embajada de Kuwait en España.

Su contenido mínimo debe ser:

- origen de la mercancía
- fecha del análisis
- nombre y dirección del laboratorio que ha llevado a cabo los análisis



El dinar kuwaití (KWD) es la unidad monetaria de Kuwait, que se divide en 1.000 fils. 1 euro equivale a 0.3781 KWD.

- descripción de las muestras y sus características

- resultados de los análisis físico-químicos

- resultados de los análisis microbiológicos

- referencia a los métodos y procedimientos de los análisis empleados

- lista de los participantes en la realización del análisis

- declaración de las condiciones de transporte, envasado, almacenaje, distribución y envío

- declaración en la que se señale que los resultados del análisis cumplen con los requisitos

- firma del director del laboratorio o la persona debidamente autorizada del mismo

La Municipalidad de Kuwait es la encargada de llevar a cabo la inspección de la mercancía y de examinar los certificados que se presenten. En determinados casos puede llevar a cabo contra-análisis para comprobar que los resultados declarados cumplen con los criterios de protección a la salud del consumidor local.

Además de la Municipalidad y su servicio de inspección sanitaria, el Ministerio de Comercio e Industria, a través del Departamento de Control Comercial, lleva a cabo un seguimiento de la evolución de los precios de venta minorista y de si las alzas de precios se justifican suficientemente por alzas comprobadas de precios en origen.

Anexos

Ferías

Con carácter anual desde 2002 se viene celebrado la feria Horeca Kuwait, que organizan conjuntamente la consultora Leaders Group for Consulting & Development y la sociedad Hospitality Services Sarl.

La próxima edición tendrá lugar del 27 al 29 de enero de 2014 y contará con la participación de numerosas empresas relevantes del sector de suministro de alimentos a hoteles y restaurantes.

El Kuwait Food Show tiene lugar con carácter anual a mediados del mes de diciembre y presenta una oferta limitada del sector de distribución alimentaria del país.

La página web de la feria es www.horeca-kuwait.com.

Publicaciones del sector

No hay publicaciones locales o regionales especializadas en el aceite de oliva, sino que el producto aparece englobado en publicaciones de los sectores de la restauración y alimentación en general.

Caterer Middle East es una sección de la publicación semanal Hotelier Middle East que recoge informaciones sobre el segmento de restauración y tendencias culinarias.

Otra publicación, de carácter bimensual, es Food Business Gulf & Middle East: www.foodbusinessgulf.com.

Asociaciones

Actualmente, no existen asociaciones en el país.

Otras direcciones de interés

Cámara de Comercio e Industria de Kuwait: www.kuwaitchamber.org.kw

Kuwait Municipality:

www.baladia.gov.kw

Public Authority of Agriculture Affairs & Fish Resources:

www.paaf.gov.kw

Conclusiones

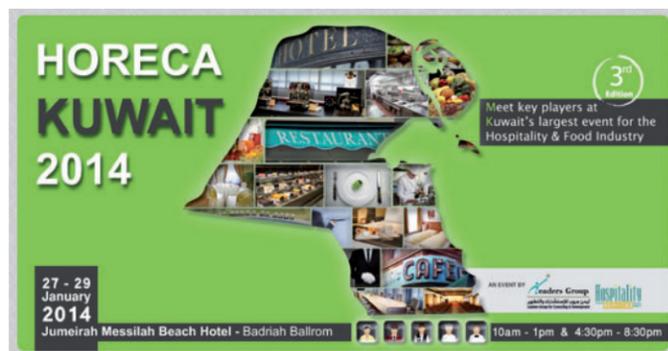
Dentro del mercado del aceite en Kuwait, el de oliva representa una pequeña parte con un valor de mercado que asciende a 15 millones de USD, frente a la hegemonía de los aceites de semillas. No obstante existe un interés creciente por este tipo de producto, que se posiciona en dos segmentos claramente definidos: productos gourmet y alimentación saludable.

Ambos van dirigidos a un público selecto, que concede valor a la calidad del aceite de oliva y está cada vez más concienciado con la necesidad de llevar una dieta sana. Un factor que contribuye al aumento del consumo de este producto en los dos segmentos mencionados es el alto nivel de la renta per cápita de la población local, que supone 1/3 sobre el total. Asimismo, los residentes procedentes de otros países árabes (Egipto, Líbano y Siria preferentemente) constituyen otro tipo de consumidor de aceite de oliva, si bien el consumo de aceites de palma, maíz y soja por parte de ambos grupos poblacionales sigue siendo muy superior. A esto se une el alto porcentaje de expatriados procedente del sudeste asiático, con otros hábitos culinarios y una escasa capacidad de compra, que hace que no más de un 40% de la población total de Kuwait sea demandante de este tipo de aceite.

La producción local es prácticamente inexistente, quedando reducida la actividad en este sector a algunas empresas envasadoras, por lo que Kuwait debe importar la totalidad de este producto. La mayor parte de las importaciones de aceite de oliva se realizan desde la zona de Oriente Medio y el Magreb (principalmente de Siria, Turquía, Palestina, Jordania, Líbano y Túnez), mientras que las importaciones de la UE (Italia, España y Grecia) representan un 43% del total. Dentro de este último grupo, el aceite de oliva italiano domina claramente el mercado.

En lo que a la percepción del aceite español respecta, cabe destacar que España goza de una buena imagen de país en la categoría del aceite de oliva, aunque el consumidor y cliente final siempre adopte sus decisiones de compra en función del precio del producto.

Esta información ha sido extraída del documento "El mercado del aceite de oliva en Kuwait", elaborado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Kuwait. El documento completo puede descargarse en la página web del ICEX (www.icex.es).



La feria Horeca Kuwait es el evento gastronómico más importante del país, lo que lo convierte en un lugar inmejorable para tomar contacto con el mercado kuwaití.