

Kazajstán, un mercado con posibilidades de crecimiento para el aceite de oliva

El mercado de aceite de oliva en Kazajstán es joven, en expansión y con mayor crecimiento que el resto de los aceites. Además, este país no posee producción propia y su mercado se surte directamente del exterior, siendo España su principal suministrador, seguido de Rusia (reexportaciones), Turquía, Italia, Lituania y Grecia.

Según detalla una ficha de ICEX Exportación e Inversiones sobre el aceite de oliva en Kazajstán, las importaciones de aceite de oliva en 2018 ascendieron a 2,6 millones 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, debido a su menor coste y a una mayor tradición de uso en el país. Otros aceites como los de palma, soja, sésamo, coco, etc., están presentes pero con una cuota reducida. Asimismo, el aceite de palma es el segundo aceite más importado en el país después del de girasol y por delante del de oliva, que es la opción de calidad que presenta un carácter más saludable para el consumidor. No obstante, el consumo de este producto es aún limitado, y por desconocimiento y precios más elevados, presenta usos quizás más específicos (ensaladas, platos especiales, etc.), que otros aceites.

A su vez, según ICEX, los productos bio y los orgánicos incrementarán su presencia en este 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 mayor consumo de aceite de oliva se observa en las grandes ciudades de Kazajstán, como Almaty, Nur-Sultán (Astaná), Shymken o Karaganda, si bien 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).



Las marcas económicas y más básicas suelen ser las más populares y están presentes en la mayoría de los hogares; mientras que el aceite Premium es principalmente el de oliva.

Por otro lado, la Oficina Comercial de este organismo 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 Unión Económica Euroasiática (UEE) existe libre circulación de mercancías, capitales y mano de obra.

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; y es consumido preferentemente en envases de pequeño tamaño.

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.

Lien article :

<https://www.mercacei.com/noticia/51908/actualidad/kazajstan-un-mercado-con-posibilidades-de-crecimiento-para-el-aceite-de-oliva.html>

