

El mercado de la carne en Kazajstán

El mercado de la carne en Kazajstán

Este estudio ha sido realizado por Svetlana Alekhina
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comer-
cial de la Embajada de España en Almaty

Marzo 2014

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	8
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	8
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	10
1. Análisis cuantitativo	10
1.1. Tamaño del mercado	10
1.2. Tamaño de la oferta de la carne	13
En miles de toneladas	
1.3. Análisis de los componentes de la oferta	14
2. Análisis cualitativo	42
2.1. Producción	42
2.2. El sector de porcino en Kazajstán	46
2.3. Obstáculos comerciales	51
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	57
1. Análisis cuantitativo	57
1.1. Canales de distribución	57
1.2. Esquema de la distribución	58
1.3. Principales operadores	58
2. Análisis cualitativo	61
2.1. Estrategias de canal	61
2.2. Estrategias para el contacto comercial	63
2.3. Condiciones de acceso	64
2.4. Condiciones de suministro	64
2.5. Promoción y publicidad	65
2.6. Tendencias de la distribución	65
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	67
1. Tendencias generales del consumo	67
1.1. Factores sociodemográficos	67
1.2. Factores económicos	68
1.3. Distribución de la renta disponible	69
1.4. Tendencias sociopolíticas	70
1.5. Tendencias culturales	71
1.6. Tendencias legislativas	72
2. Análisis del comportamiento del consumidor	72
2.1. Hábitos de consumo	72
2.2. Hábitos de compra	75
2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor	79

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

2.4. Preferencias	79
3. Percepción del producto español	84
V. ANEXOS	85
1. Informes de ferias	85
2. Listado de direcciones de interés	90
3. Bibliografía	91

ICEX

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Kazajstán es un país, donde el sector de ganadería tradicionalmente ha considerado principal y estratégico. Los mejores resultados se alcanzaron en los años 80 del siglo pasado, cuando el volumen de la producción local de la carne en canal superó 1.500 millones de toneladas (unos 95 kg per cápita).

La crisis de los primeros años de la independencia del país (1991-1997), sobre todo en el sector agropecuario, redujo en 2-4 veces la cabaña ganadera y de ave, y afectó negativamente al funcionamiento de las empresas transformadoras de carne. Muchas empresas grandes y medianas del sector quebraron y cerraron, dando lugar a pequeñas y medianas granjas privadas que pudieron adaptarse a la situación pero sin capacidad de abastecer en el mercado local.

En 2012 Kazajstán importó la carne y despojos de la partida arancelaria 02 por un valor de 219,5 millones de euros, frente a 111,5M€ en 2011. De esta cantidad, 5,3 miles de toneladas fue carne de vacuno, 12 miles de toneladas carne de porcino, 192,3 miles de toneladas, carne de ave y 634 kg fue cordero.

Los principales socios de Kazajstán son EEUU, Ucrania, Bielorrusia, Rusia, Polonia y Brasil. Las exportaciones de los miembros de la Unión Aduanera (Rusia y Bielorrusia) han experimentado un aumento muy importante en 2012, triplicando sus ventas en caso de Bielorrusia. Hay que señalar un incremento de las exportaciones australianas que en 2012 se incrementaron y llegaron a un valor de 11,2 M€, comparando con 2,2M€ en el año anterior.

En general, en 2012 se observa una tendencia de descenso de las exportaciones europeas. España se sitúa en el 14º lugar en el ranking y ocupa una posición importante en la categoría de porcino. Las exportaciones españolas del porcino a Kazajstán en 2012 alcanzaron 1.000 kg con un valor de casi 2 millones de euros en 12 meses, mostrando una variación interanual de un 171%.

En los últimos años Kazajstán está realizando varios programas de desarrollo del sector de ganadería y de agricultura en general, lanzando nuevos instrumentos de la financiación a disposición de las empresas locales, todo con el objetivo de crear un sector sólido e independiente de las importaciones. Los programas están diseñados hasta el año 2020 y sería entonces cuando sus resultados pueden ser valorados. De momento, los esfuerzos del Estado de abastecer el mercado con el producto local y mejorar el potencial exportador del país fracasan, debido a una poca competitividad del producto local frente al importado.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Por otro lado, la creación de la Unión Aduanera entre Rusia, Kazajstán y Bielorrusia con un rol protagonista de Rusia que implementa una política que favorece al incremento de su producción local y al aumento de las exportaciones en los países miembros, crea nuevas barreras de entrada para fabricantes extranjeros. Estas barreras se hacen extensivas a Kazajstán. Se trata de un control de las importaciones de todos los productos de origen animal desde los países UE en general y España, en particular (cierre al producto español en abril 2013).

Otro mecanismo de defensa de los productores locales es el sistema de cuotas a la importación de carne. Las importaciones de la carne encima del máximo asignado están sujetas a unos aranceles muy elevados (hasta un 80% sobre el coste del producto), lo que imposibilita la competitividad del producto.

En lo referente a los transformados cárnicos, y los embutidos, en concreto, se observa una evidente demanda local por los productos de calidad. La producción local de transformados cárnicos, aunque en crecimiento, todavía no puede abastecer el mercado y satisfacer las necesidades de los consumidores kazajos. El sector está dominado por empresas pequeñas y medianas que operan en su área y no alcanzan la distribución a nivel nacional.

Por lo tanto, la cuota de importaciones es importante y alcanza un 23% (datos 2012). El volumen de las importaciones de Kazajstán de embutidos en 2012 superó 41 miles de toneladas, con un valor equivalente a 70,6M €, comparando con 37 miles de toneladas y un valor de 51,7M € del 2011.

Los principales socios de Kazajstán son Rusia, Alemania, Italia, España y Polonia. La penetración de los embutidos rusos en el mercado local es predominante con más del 90% de la cuota del mercado, que ha crecido los últimos 3 años dentro de la Unión Aduanera. España se sitúa en el 4º lugar en el ranking de los proveedores y mantiene el volumen de sus exportaciones a Kazajstán en el mismo nivel de 60-70 miles de euros al año.

Aunque en general, el consumidor local todavía no tiene una imagen formada sobre la carne de origen español, la mayoría de la cual va destinada a la industria transformadora de carne, sin embargo, los embutidos españoles, a pesar de un volumen de exportaciones bastante inferior, están bien valorados por los consumidores locales. El jamón y chorizo son conocidos por sus nombres originales en castellano.

La puesta en marcha de las restricciones de exportaciones de productos cárnicos al país en abril 2013 ha afectado negativamente el comercio exterior con Kazajstán. Las ventas de carne y despojos comestibles desde España han disminuido un 97% respecto al año 2012. La carne de porcino fue la más afectada: las exportaciones españolas del porcino en 2013 son nulas, comparando con 2M € exportados el año anterior. Los embutidos y conservas de carne también han sufrido un descenso de más del 50%. Las exportaciones españolas del jamón han caído un 33% en 2013.

Como conclusión hay que señalar que en primer lugar, se trata de un mercado de tamaño reducido de 17 millones de habitantes. En segundo lugar, hay que tener en cuenta que el 70% de la población es musulmana. En tercer lugar, destacan las cifras negativas de las exportaciones del último año, debido al cierre al producto español. Del conjunto de estos factores se dirime que en la actualidad el mercado kazajo no se considera prioritario. Sin embargo, las tendencias positivas en los cambios de gustos de los consumidores locales, el

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

aumento de los ingresos de la población y la creciente demanda hacia productos transformados cárnicos de calidad ofrecen ciertas oportunidades para exportadores españoles dentro de la Unión Aduanera con un mercado de más de 200 millones de potenciales consumidores.

ICEX

I ■ INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El sector de la carne es muy amplio y abarca muchos subsectores. Este estudio se profundizará en el análisis de algunos productos que pueden suscitar mayor interés en Kazajstán. Se analizarán los medios de distribución presentes en el mercado, y se hará hincapié en los hábitos de consumo kazajo. El objetivo de este estudio es dar a conocer oportunidades existentes en el mercado objetivo para empresas españolas de estos sectores.

En el siguiente listado se dan cita las partidas arancelarias objeto de estudio:

- 0201: Carne fresca y refrigerada de vacuno
- 0202: Carne congelada de vacuno
- 0203: Carne de porcino, fresca, refrigerada y congelada
- 0204: Carne de ovino y caprino, fresca, refrigerada y congelada
- 0205: Carne de otras especies (caballar, asnal, mular)
- 0206: Despojos comestibles de vacuno, porcino, ovino y caprino
- 0207: Despojos comestibles de ave
- 0208: Las demás carnes y despojos comestibles
- 0209: Tocino y grasa
- 0210: Carne y despojos salados, en salmuera, secos o ahumados
- 1601: Embutidos
- 1602: Las demás preparaciones de carne (dentro de ésta se encuentran la partida 160241: jamón y la partida 160242: paleta).

Según los datos provisionales de FAO la producción mundial de la carne en 2012 creció un 2% y llegó a 302 millones de toneladas. Debido a los precios altos y un estancamiento del consumo, se observan modestos resultados de la producción en los países desarrollados, y una expansión global en los países en desarrollo que tienen una cuota del 60% de la producción mundial de la carne. Los pronósticos de la ONU prevén un aumento del mercado hasta los 328 millones de toneladas en 2018.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

El liderazgo de la producción mundial según los datos disponibles del 2012 es ostentado por el porcino (36%) seguido de la carne de ave (34%), y el vacuno (22%)¹.

Los principales exportadores de porcino son EEUU, UE, Canadá y Brasil. Los principales exportadores de vacuno son India, Brasil, Australia y EEUU. Los principales exportadores de la carne de ave son Brasil, UUEE y UE.

El consumo mundial per cápita de carne en la actualidad es de aproximadamente 42,5kg. Los mayores consumidores son EEUU (117,3 kg) y Argentina (103,7kg).

Según los datos de FAO Kazajstán se encuentra en el lugar 48º en el ranking de los principales consumidores de la carne. El consumo per cápita de carne en este país es de 67,2 kg, de los cuales 26,3 kg. es carne de vacuno, 15,1 kg., carne de porcino, 13,3 kg. es carne de ave, 8 kg carne de ovino y 4,4 kg. es otra carne.

ICEEX

¹ Food Outlook, FAO

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño del mercado

Kazajstán es un mercado de 17 millones habitantes, con un crecimiento anual del PIB cercano al% mostrado en 2013 y una renta por cápita de 13.900 USD en 2012, distribuidas de forma muy desigual por estratos sociales, zonas territoriales e incluso sectores de actividad.

La economía de Kazajstán es una economía fuertemente dependiente de sus exportaciones de petróleo, materias primas y commodities agrícolas, con una producción local escasa y un proceso lento de urbanización. Las principales ciudades del país son Almaty (1,5 M habitantes), Astana (0,7 M), Shymkent (0,6M) y Karaganda (0,4M). La población local de edad media de 30 años habla kazajo y ruso, pocos dominan inglés.

Según los datos disponibles en Proclarity en 2012 el mercado de alimentos alcanza un tamaño cercano a los 3.862 millones de euros (suma de importaciones y exportaciones), aglutinando todas las partidas de alimentos.

Se aprecia en la mayoría de las partidas un crecimiento de las importaciones de alimentos a partir del 2010, achacable principalmente a la salida de la crisis económica que tanto afectó al país en los años 2007-2009. La balanza de pagos relativa a las exportaciones e importaciones de alimentos es positiva en la mayoría del horizonte temporal expuesto, sin embargo, esta circunstancia se debe principalmente a la partida de exportación de cereales, pieza clave de la economía del país que supone alrededor del 60% de la cifra de exportaciones de alimentos (datos 2012). Por tanto, se puede concluir que esta balanza dependerá de la producción de grano anual, la cual puede llegar a arrojar resultados tan negativos como el del

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

año 2009 donde se redujo en más de un 50% con respecto al 2008, con el consecuente impacto económico que representó.

Dentro de las partidas más importadas cabe destacar la carne y conservas de carne que muestran una evolución significativa en la oferta total y componen un 12% de las importaciones totales de alimentos por Kazajstán.

Top 10 productos de alimentación importados de Kazajstán en miles de euros						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total importaciones de alimentos	1.033.692,2	1.276.774,6	1.080.639,9	858.623,7	969.154	1.621.818
04-LECHE, PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS	186.438,3	245.431	194.407,4	162.219,3	158.715,7	187.618,4
19-PRODUC. DE CEREALES, DE PASTELERIA	137.530,7	162.720,7	136.548,8	64.959,3	76.682,3	181.450,2
18-CACAO Y SUS PREPARACIONES	115.160,3	120.754,6	106.681,2	59.781,5	59.977,8	178.955,6
15-GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETAL	94.074,5	172.755,2	117.628,8	50.455,9	61.568,6	139.032
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	52.933,7	70.853,9	45.400,4	83.078,4	111.507,2	219.558,1
17-AZÚCARES; ARTÍCULOS CONFITERÍA	93.414,6	71.741,5	63.333,5	87.694,9	86.217,3	167.218,3
20-CONSERVAS VERDURA O FRUTA; ZUMO	84.189,5	94.707	80.476,6	68.844,2	78.456,4	134.436,6
08-FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR	51.529,6	69.009,5	71.211,3	87.949,8	116.375,5	137.159,1
09-CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS	38.976,5	55.096	56.756,2	70.741,7	53.696,8	63.427,3
16-CONSERVAS DE CARNE O PESCADO	54.395,1	74.529,9	60.372,1	11.293,5	9.218,6	75.987,9
Resto	125.049,4	139.175,3	147.823,6	111.605,2	156.737,8	136.974,5

Fuente: UN Proclarity

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Top 10 productos de alimentación exportados de Kazajstán en miles de euros						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total exportaciones de alimentos	1.415.394,5	1.939.466,3	1.106.389,4	1.376.579	1.203.410	2.240.895
10-CEREALES	945.457,5	1.110.816,7	484.807,3	745.622,2	545.613,9	1.319.160,2
11-PRODUC. DE LA MOLINERÍA; MALTA	257.458,4	595.370	420.643,5	419.908,9	406.453,4	482.048,7
03-PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS	57.068,3	56.015,5	60.741,1	69.339,2	57.217	52.366,6
12-SEMILLAS OLEAGI.; PLANTAS INDUSTRIALES	11.955,7	18.752,4	18.322,2	23.947,2	65.990,8	196.934,4
15-GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETAL	15.492,4	11.543,3	25.760	38.038,7	31.458,2	48.662,1
07-LEGUMBRES, HORTALIZAS, S/ CONSERV	44.359,4	55.280,8	22.069,8	15.602,2	5.268,1	12.492,8
08-FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR	39.363,2	38.136	26.283,8	3.560,2	7.023,5	14.537,4
19-PRODUC. DE CEREALES, DE PASTELERIA	10.086,4	15.531,2	12.937,5	18.678	25.370,2	37.625,6
18-CACAO Y SUS PREPARACIONES	1.929,6	2.825,8	6.363,9	9.385,3	18.404,1	25.664,4
04-LECHE, PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS	6.353,4	5.581,8	7.104,7	2.130,6	2.925,7	4.353,7
Resto	25.870,2	29.612,8	21.354,6	30.366,5	37.685,1	47.049,1
02-CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	1.266,1	1.732,5	194,6	2.018,6	2.334,3	3.198,3
16-CONSERVAS DE CARNE O PESCADO	761,4	923,2	1.174,3	1.998,3	2.270,9	5.644,5

Fuente: UN Proclarity

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.2. Tamaño de la oferta de la carne en miles de toneladas

Dimensión		2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero- dic)	Var. 11/10	Var. 11/07
VACUNO	Producción local	385,9	400,1	396,1	406,8	392,8	373,5	-3%	2%
	Exportaciones	0	0,39	0,02	0	0,018	0	-	-
	Importaciones	18,84	11,69	6,0	10,4	12,354	5,33	18%	-34%
	Cuota de importaciones, %	4,6	2,8	1,5	2,5	3	1,4	20%	-35%
	OFERTA VACUNO	404,74	411,4	402,08	417,2	405,136	378,83	-3%	0,1%
PORCINO	Producción local	193,9	206,2	208,9	206,0	213,6	192,7	3%	10%
	Exportaciones	0	0	0,02	0	0,26	0,15	-	-
	Importaciones	4,3	9,1	8,2	7,5	9,3	12	24%	116%
	Cuota de importaciones, %	2,2	4,2	3,8	3,5	4,2	6%	20%	91%
	OFERTA PORCINO	198,2	215,3	217,08	213,5	222,64	204,55	4%	12%
AVE	Producción local	64,3	65,3	79,4	103,0	102,0	123,1	-1%	58%
	Exportaciones	2,94	2,49	0,05	1,44	1,41	1,42	-2%	-52%
	Importaciones	147,1	132,6	109,04	124,9	167,11	192,29	34%	14%
	Cuota de importaciones, %	70%	67%	58%	55%	62%	61%	13%	-11%
	OFERTA AVE	208,46	195,41	188,39	226,46	267,7	313,97	18%	28%
CORDERO	Producción local	123,7	130,8	135,0	142,9	149,5	153,8	5%	21%
	Exportaciones	0	0	0,01	0,32	0,37	0	16%	-
	Importaciones	0,03	0,277	0,13	0,06	0,07	0,634	17%	133%
	Cuota de importaciones, %	0,02%	0,2%	0,1%	0,04%	0,05%	0,4%	25%	150%
	OFERTA CORDERO	124,0	131,07	135,12	142,64	149,2	154,434	4%	20%

Fuente: Estudio de la carne en Kazajstán de KazAgroMarketing, Agencia de estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

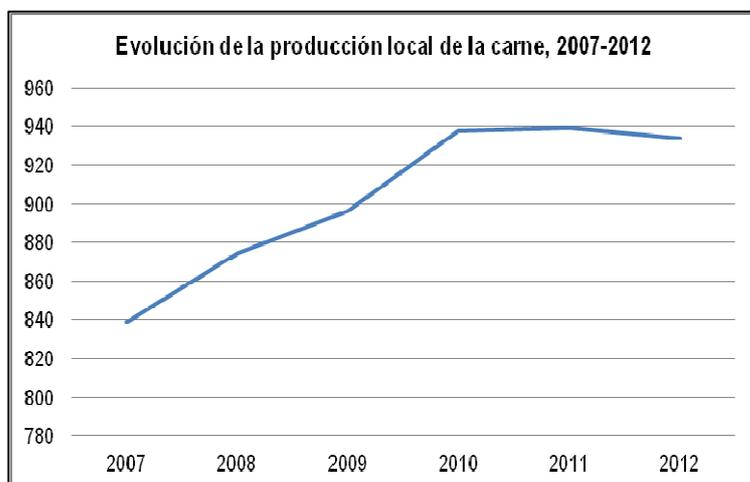
1.3. Análisis de los componentes de la oferta

Los últimos años, a pesar de una estabilización y un cierto aumento de la producción local en el mercado kazajo, se observa una tendencia en el incremento de las importaciones de la carne de ave y de embutidos, donde la cuota de la producción local es todavía bastante baja (39% en caso de la carne de ave y un 73% en el caso de los embutidos). Paralelamente, con apoyo del Estado se marca otra tendencia de abastecimiento del mercado local con productos domésticos, por la cual se hace un hincapié en la ampliación del surtido en las fábricas locales y aumento de su competitividad.

Producción local de carne en Kazajstán, 2007-2012, en miles de toneladas

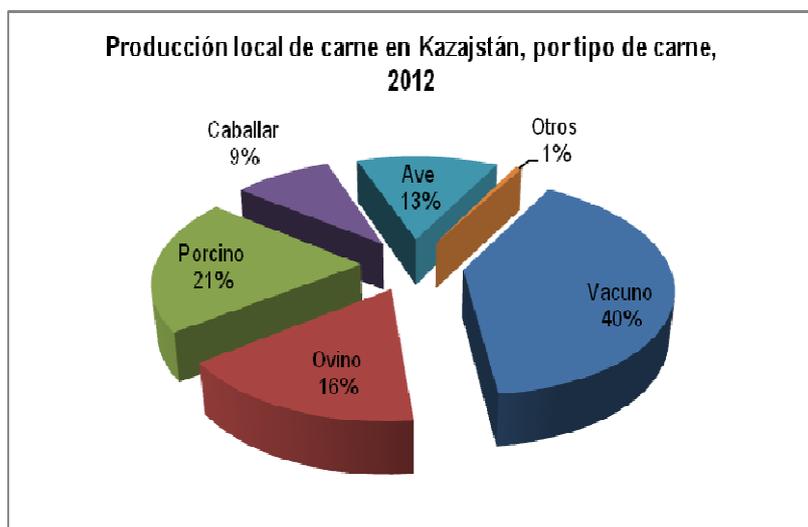
	2007		2008		2009		2010		2011		2012	
	Miles Tn	%										
Carne total (canal)	838,7	100	874,2	100	896,3	100	937,6	100	939,4	100	934,1	100
Vacuno	385,9	46,0	400,1	45,7	396,1	44,2	406,8	43,4	392,8	41,8	373,5	39,9
Ovino	123,7	14,7	130,8	15,0	134,9	15,0	142,9	15,2	149,5	15,9	153,8	16,4
Porcino	193,9	23,1	206,2	23,5	208,9	23,2	206,0	22,0	213,6	22,7	192,7	20,6
Caballar	65,3	7,8	66,3	7,6	71,4	8,0	73,1	7,8	75,6	8,0	85,1	9,1
Ave	64,3	7,7	65,3	7,5	79,5	8,9	103,0	10,9	102,0	10,9	123,1	13,1
Otros	5,6	0,67	5,5	0,63	5,6	0,6	5,8	0,6	5,9	0,6	5,9	0,6

Fuente: Agencia Nacional de Estadística de Kazajstán, KazAgroMarketing



Fuente: Agencia de estadísticas de Kazajstán: www.stat.gov.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



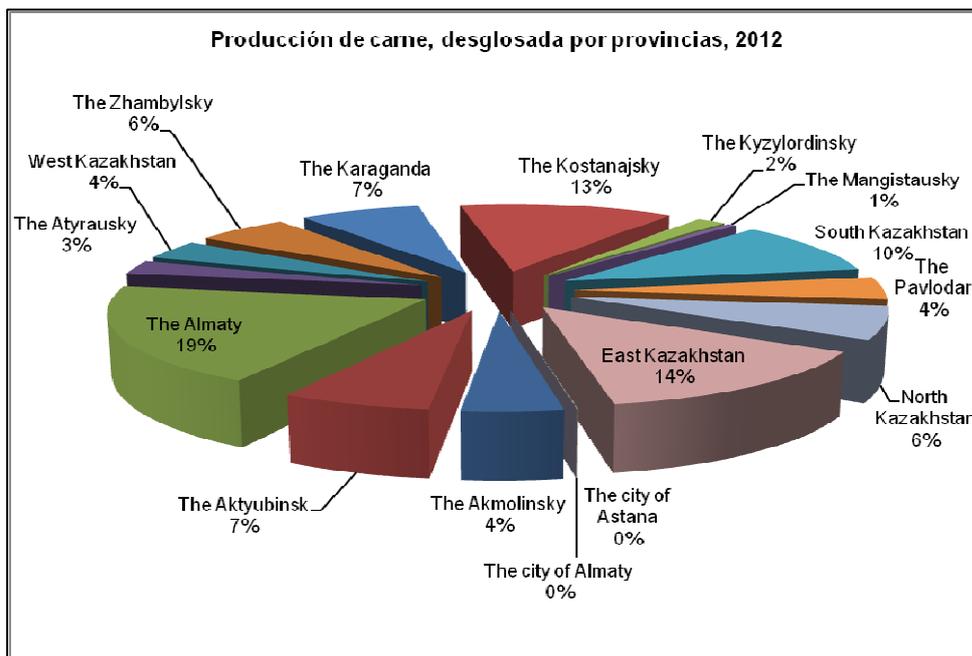
Fuente: Agencia de estadísticas de Kazajstán: www.stat.gov.kz

Producción local de la carne, desglosada por zonas geográficas, en miles de toneladas

	2008	2009	2010	2011	2012
Republic Kazakhstan	874,2	896,3	937,4	939,4	934,1
Akmolinsky	54,3	53,7	51,6	41,0	41,8
Aktyubinsk	49,6	53,0	56,7	60,9	61,8
Almatinskaya	140,5	150,3	174,4	169,4	179,7
Atyrausky	23,1	23,5	23,9	24,3	24,7
West Kazakhstan	36,7	37,8	38,2	38,0	35,8
Zhambylsky	46,6	47,3	50,0	50,7	52,7
Karaganda	68,3	65,3	63,8	65,7	67,8
Kostanajsky	143,8	147,9	150,3	152,1	121,1
Kyzylordinsky	15,9	16,4	16,1	16,3	16,4
Mangistausky	4,3	4,6	4,6	4,9	5,4
South Kazakhstan	81,3	83,1	85,1	91,8	95,6
Pavlodar	40,1	40,5	40,7	40,7	40,6
North Kazakhstan	58,8	59,9	62,7	60,5	59,5
East Kazakhstan	110,5	112,5	118,9	122,8	130,9
Astana	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Almaty	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1

Fuente: Agencia de estadísticas de Kazajstán: www.stat.gov.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

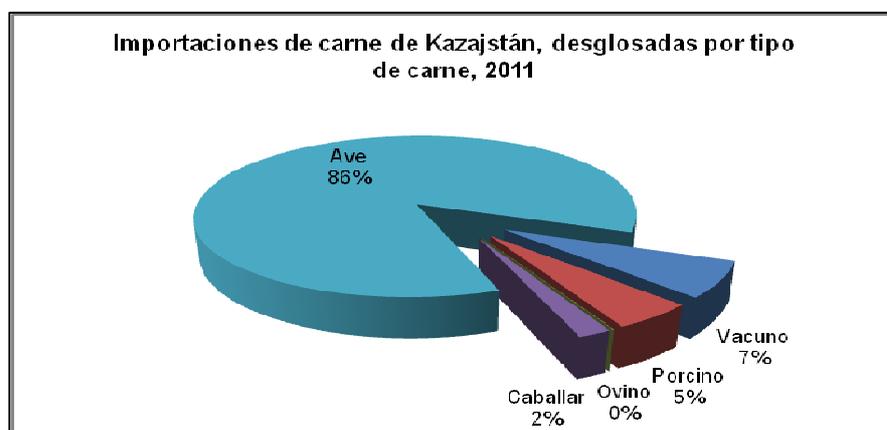


Fuente: Agencia de estadísticas de Kazajstán: www.stat.gov.kz

Importaciones de carne de Kazajstán, desglosadas por tipos, en miles de toneladas

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (ene-ro-dic)
Vacuno	18,842	11,689	6,032	10,403	12,354	5,333
Porcino	4,261	9,074	8,168	7,465	9,266	12
Cordero	0,034	0,276	0,130	0,061	0,071	0,634
Caballar	-	2,016	2,754	2,597	3,679	5,858
Ave	147,080	132,612	109,041	124,884	167,112	192,297

Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz



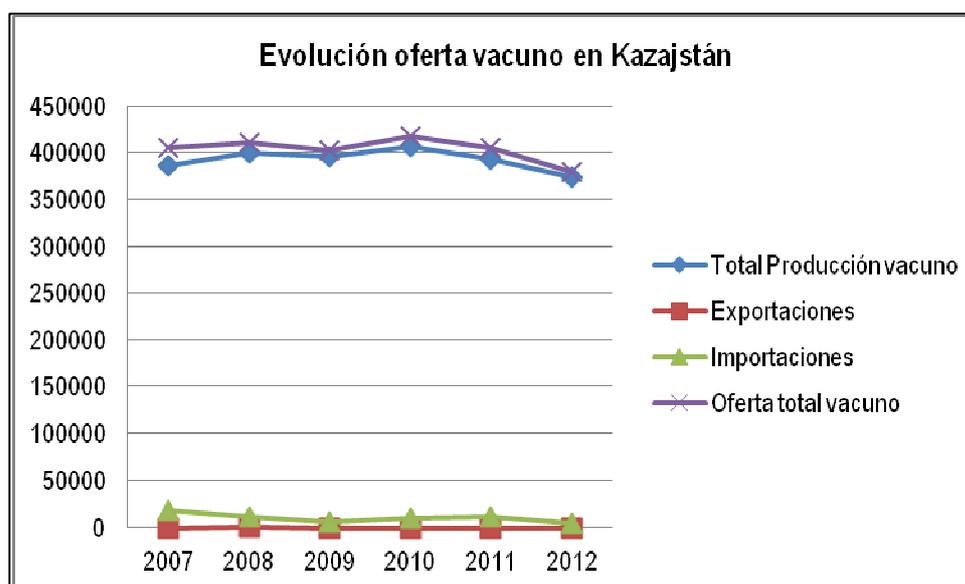
Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.3.1. La oferta de vacuno en Kazajstán, en miles de toneladas

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total producción vacuno	385,9	400,1	396,1	406,8	392,8	373,5
Cuota producción local	95%	97,20%	98,50%	97,50%	97%	98,60%
Exportaciones fresco o refrigerado	0	0	0	0	0	0
Exportaciones congelado	0	0,4	0,022	0	0,018	0
Total exportaciones	0	0,4	0,022	0	0,018	0
Importaciones fresco o refrigerado	0,019	0,033	0,004	0,003	0,348	1,158
Importaciones congelado	18,823	11,656	6,027	10,399	12,336	4,175
Total importaciones	18,84	11,69	6,0	10,4	12,354	5,333
Cuota de importaciones, %	4,6	2,8	1,5	2,5	3	1,4
Oferta total de vacuno	404,74	411,4	402,08	417,2	405,136	378,833

Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

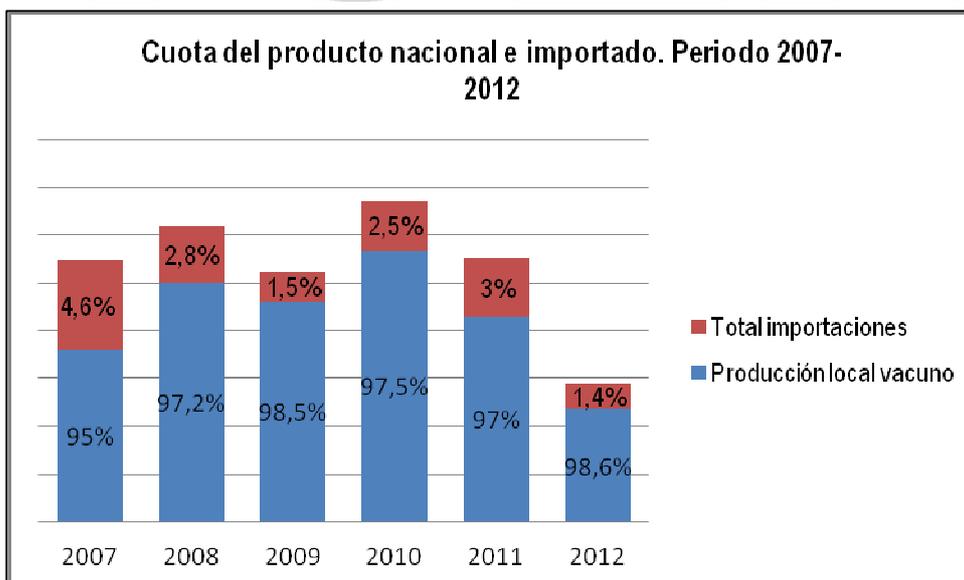


Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz



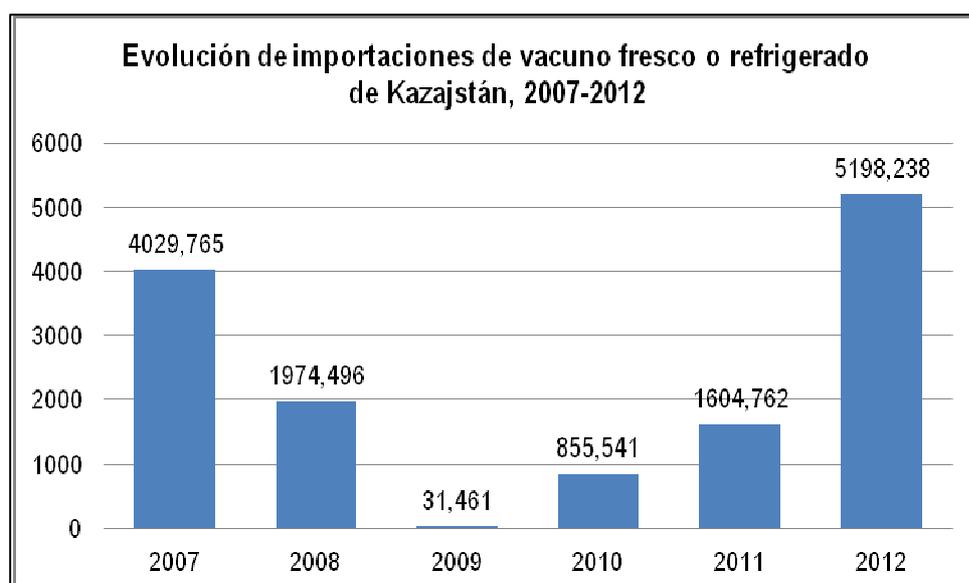
Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Principales países suministradores de carne de vacuno fresco o refrigerado², en valor (en miles de euros, con IVA y arancel incl.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (prov.)	Cuota 2011	Var. 11/10
Mundo	4.029,7	1.974,4	31,4	855,5	1.604,7	5.198,2	100%	87%
Bielorrusia				53,4	1.064,4	3.219	66%	1893%
Rusia		0	22,1		175,5	1.060,1	11%	175%
Alemania	4		9,3	41,9	150,6	82,5	9%	260%
Polonia	3.908,2	1.968,4		760,1	110,6	380	7%	-85%
EEUU					103,4	456,4	7%	103%
EAU	46	6	-	-	-	-	-	-
Bulgaria	2,4	-	-	-	-	-	-	-
Países Bajos	50	-	-	-	-	-	-	-
Australia	19	-	-	-	-	-	-	-
España	0	0	0	0	0	0	0	0

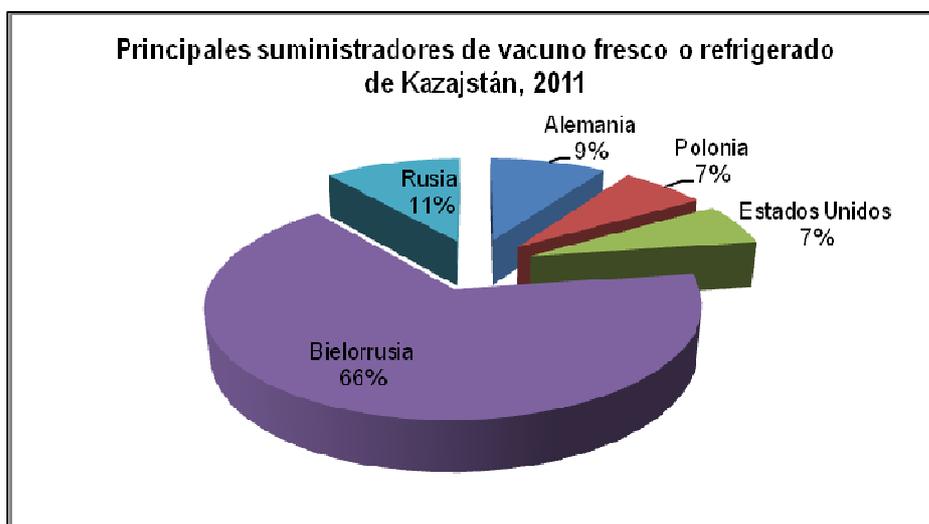
Fuente: Proclarity, Agencia de Estadística de Kazajstán



Fuente: Proclarity, Agencia de Estadística de Kazajstán

² Listado está ordenado por el volumen de las importaciones en 2011

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Proclarity, Agencia de Estadística de Kazajstán

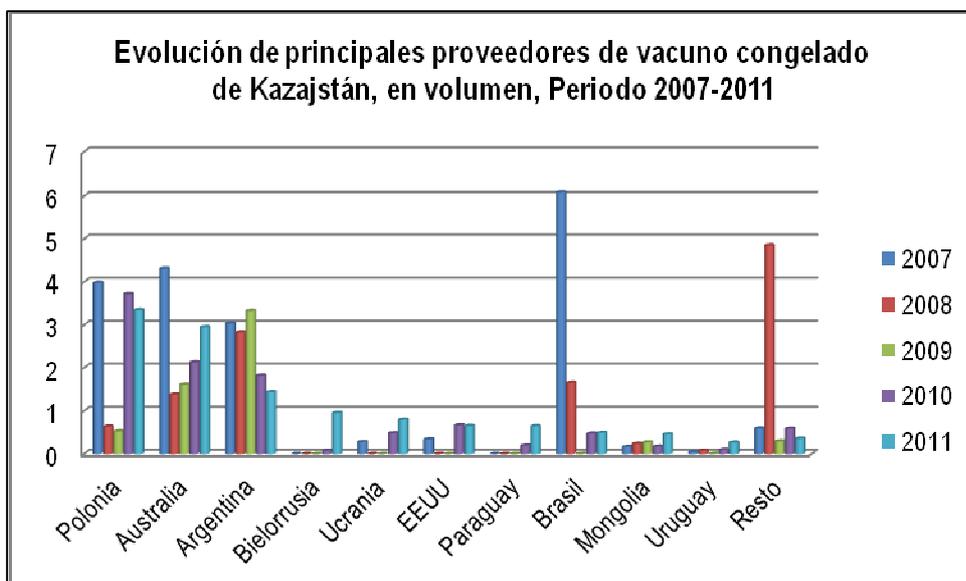
Principales países suministradores de carne de vacuno congelado³, en volumen (en miles de toneladas)

	2007	2008	2009	2010	2011	Cuota 2011	Var. 11/10
Polonia	3,979	0,637	0,523	3,714	3,345	27%	-10%
Australia	4,309	1,383	1,611	2,130	2,945	24%	38%
Argentina	3,035	2,829	3,325	1,819	1,438	14%	-21%
Bielorrusia	0	0	0	0,075	0,952	7%	1169%
Ucrania	0,276	0	0	0,481	0,794	6%	65%
EEUU	0,340	0	0,001	0,668	0,651	5%	-2,5%
Paraguay	0	0	0	0,192	0,647	5%	237%
Brasil	6,089	1,652	0,003	0,474	0,490	4%	3%
Mongolia	0,162	0,234	0,269	0,166	0,453	3%	173%
Uruguay	0,042	0,075	0,003	0,095	0,264	2%	178%
Total Top 10	18,232	6,81	5,735	9,814	11,979	97%	22%
Resto	0,591	4,846	0,292	0,585	0,357	3%	-39%
Total importaciones	18,823	11,656	6,027	10,399	12,336	100%	18,6%
España	0	0	0	0	0	0	0

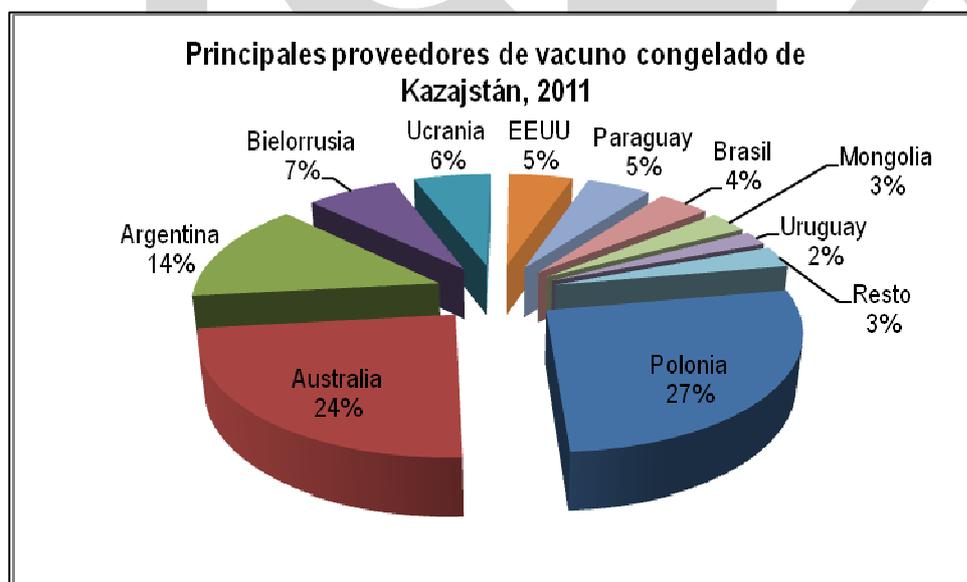
Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

³ Listado está ordenado por el volumen de las importaciones en 2011

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz



Fuente: Proclarity, Agencia de Estadística de Kazajstán

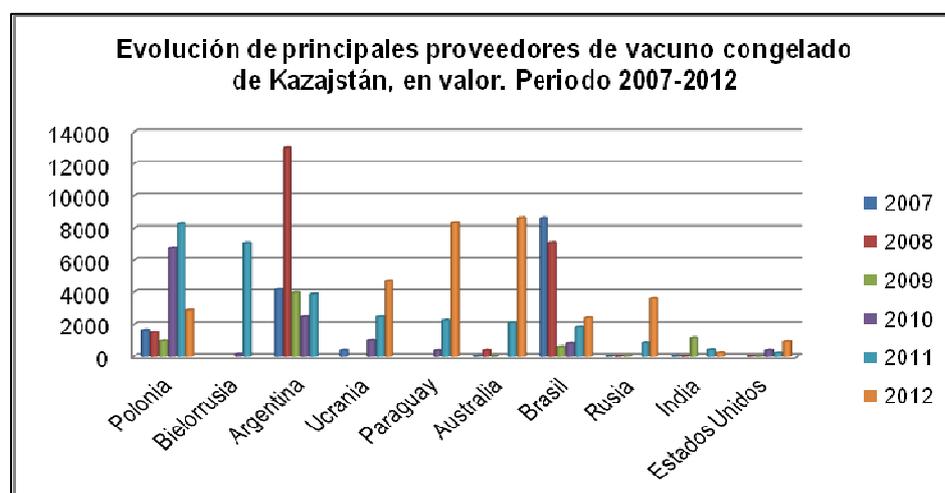
EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Principales países suministradores* de carne de vacuno congelado, en valor (en miles de euros, con IVA y arancel incl.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic.)	Cuota 2011	Var. 12/11
Mundo	16.275,13	22.471,5	6.930,3	12.535,31	30.207,33	33.041,86	100%	9%
Polonia	1.685,65	1.522,59	991,29	6.771,58	8.287,98	2.884,4	27,4%	-65%
Bielorrusia				182,61	7.085,65	-	23,4%	-
Argentina	4.197	13.019,51	3.993,85	2.503,14	3.910,98	-	13%	-
Ucrania	427			1.027,25	2.492,48	4.751,43	8,2%	90%
Paraguay				411,14	2.275,59	8.345,64	7,5%	267%
Australia	72	421	2,55		2.145,12	8.637,09	7%	302%
Brasil	8.628	7.096	624	826,92	1.853,74	2.429,02	6%	31%
Rusia	22,96	12,52	75,50		859,77	3.651,50	3%	325%
India	72,663	36,548	1.172,46		455,73	258,62	1,5%	-43%
EEUU		50,824	23,44	421,89	241,94	947,03	1%	291%
Total Top 10	15.105,28	22.159	6.883,10	12.144,55	29.609,02	31.904,74	98%	8%
Resto	1.170,37	312,5	47,2	390,76	598,31	1.137,12	2%	90%
España	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Proclarity, Agencia de estadísticas de Kazajstán

* Está ordenado por el valor de de las importaciones en 2011



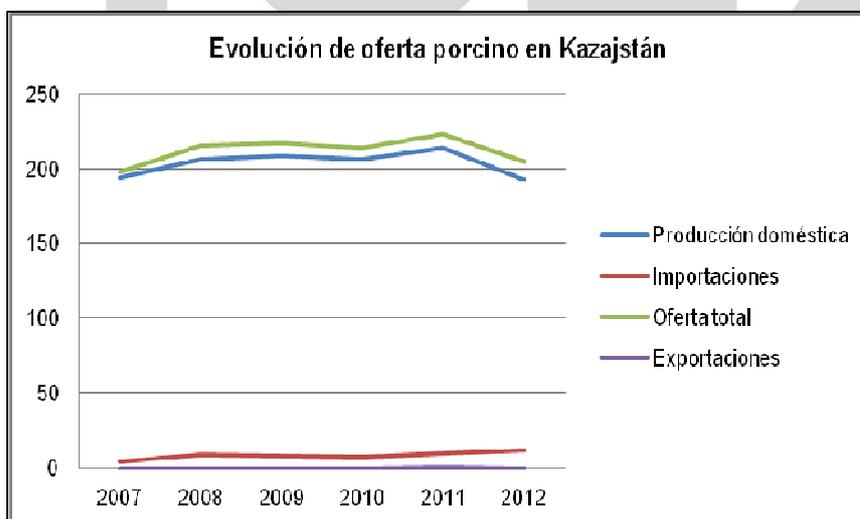
Fuente: Proclarity, Agencia de estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.3.2. La oferta de porcino en Kazajstán en miles de toneladas

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-diciembre)
Total producción porcino	193,9	206,2	208,9	206,0	213,6	192,7
Cuota producción local	97,8%	95,8%	96,2%	96,5%	95,8%	94%
Exportaciones porcino	0	0	0,02	0	0,26	0,15
Total importaciones porcino	4,3	9,1	8,2	7,5	9,3	12
Cuota de importaciones, %	2,2	4,2	3,8	3,5	4,2	6%
Oferta total de porcino	198,2	215,3	217,08	213,5	222,64	204,55

Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

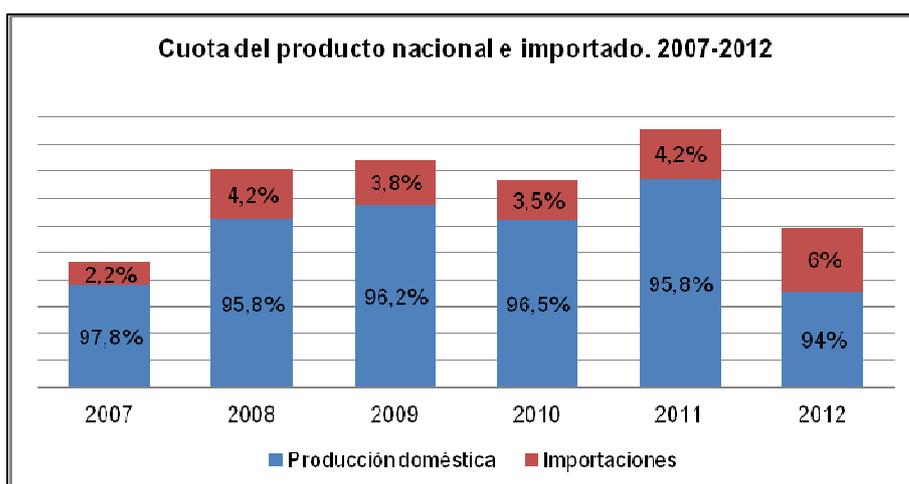


Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

Principales países suministradores* del porcino fresco, refrigerado o congelado de Kazajstán, en volumen (en miles de toneladas)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic)	Cuota 2011	Var. 12/11
Canadá	0	1,37	2,75	1,85	2,7	3,8	29%	41%
EEUU	0,07	5,58	4,09	2,78	2,59	3,94	28%	52%
Polonia	1,42	1,84	0,7	2,01	1,75	1,45	19%	-17%
Brasil	0,96	0,09	0,32	0,002	0,58	n/d	6%	-
Dinamarca	0	0	0	0	0,55	0,77	6%	40%

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Alemania	0,03	0,01	0	0	0,47	0,31	5%	-34%
España	0,003	0,001	0,04	0,07	0,35	1	4%	186%
Rusia	0,03	0	0,001	0,06	0,1	0,15	1%	50%
Países Bajos	0,06	0,1	0,07	0,05	0,06	0,02	0,6%	-67%
Bélgica	0	0,03	0,11	0,07	0,04	0,12	0,4%	200%
Total Top 10	2,573	9,021	8,08	6,89	9,19	11,56	99%	26%
Resto	1,727	0,079	0,12	0,61	0,11	0,44	1%	300%
Total importaciones	4,3	9,1	8,2	7,5	9,3	12	100%	29%

Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

* Está ordenado por el valor de de las importaciones en 2011

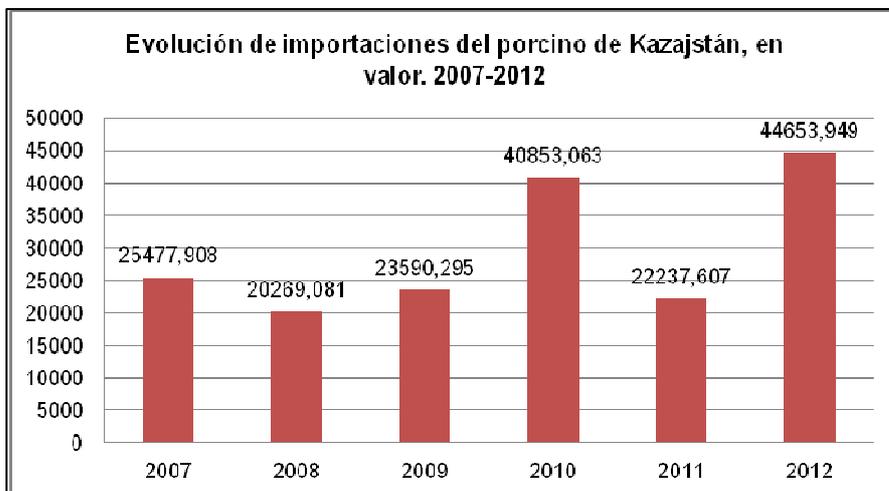
Principales países suministradores* del porcino de Kazajstán, en valor (en miles de euros, con IVA y arancel incl.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic.)	Cuota 2011	Var. 12/11
Mundo	12.738,95	10.134,54	11.795,14	20.426,53	11.118,8	22.326,97	100%	101%
Polonia	1.297,92	1.750,53	1.236,71	3.047,82	4.289,91	5.667,66	38%	32%
Alemania	129	20	34,41	15,99	2.193,54	2.327,94	20%	6%
Canadá	109,09	884,99	2.336,56	1.484,74	1.465,37	3.505,07	13%	139%
Brasil	7.983	6.175	7.191	13.198,96	1.403,89	827,08	12%	-41%
España	14,68	1,65	94,24	159,92	734,78	1.994,83	7%	171%
Dinamarca					197,6	961,47	2%	387%
Rusia	47,01		3,5	18,22	193,87	487,77	2%	152%
EEUU	44,19	667,49	342,377	1.013,3	188,68	4.604,83	2%	2341%
Lituania				382,23	133,38	-	1%	-
Bélgica		100	231,73	169,99	105,61	563,5	1%	434%
Total Top 10	9.624,91	9.599,68	11.470,54	19.491,2	10.906,68	20.940,19	98%	92%
Resto	3.114,04	534,86	324,6	935,33	212,12	1.386,78	2%	554%

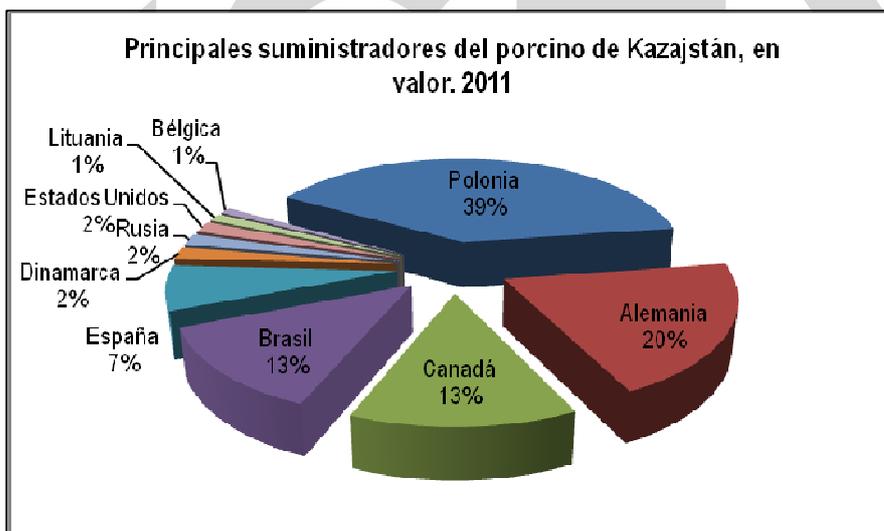
Fuentes: Proclarity, Agencia de estadísticas de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán

* Está ordenado por el valor de de las importaciones en 2011

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuentes: Proclarity, Agencia de estadísticas de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán



Fuentes: Proclarity, Agencia de estadísticas de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



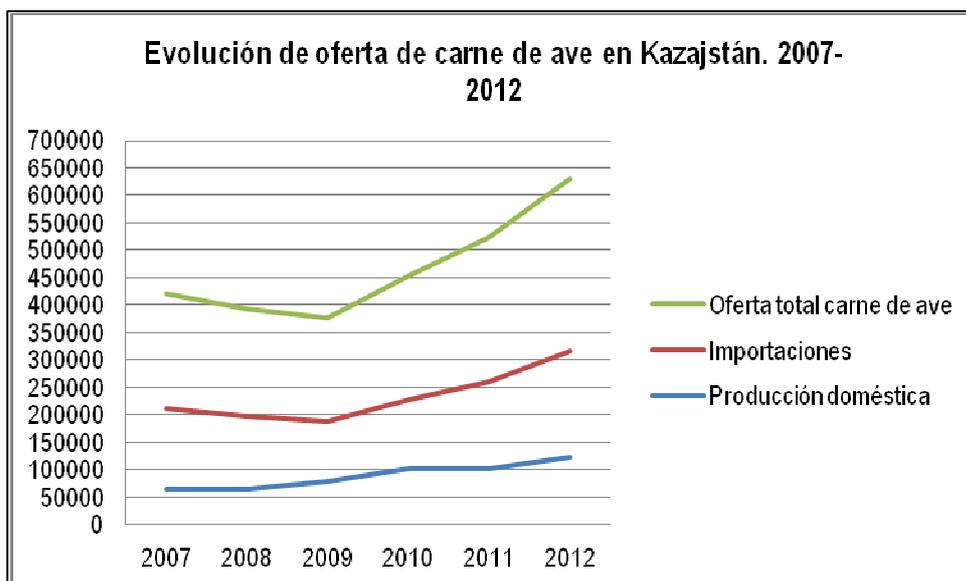
Fuentes: Proclarity, Agencia de estadísticas de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán

1.3.3. La oferta de carne de ave en Kazajstán, en miles de toneladas

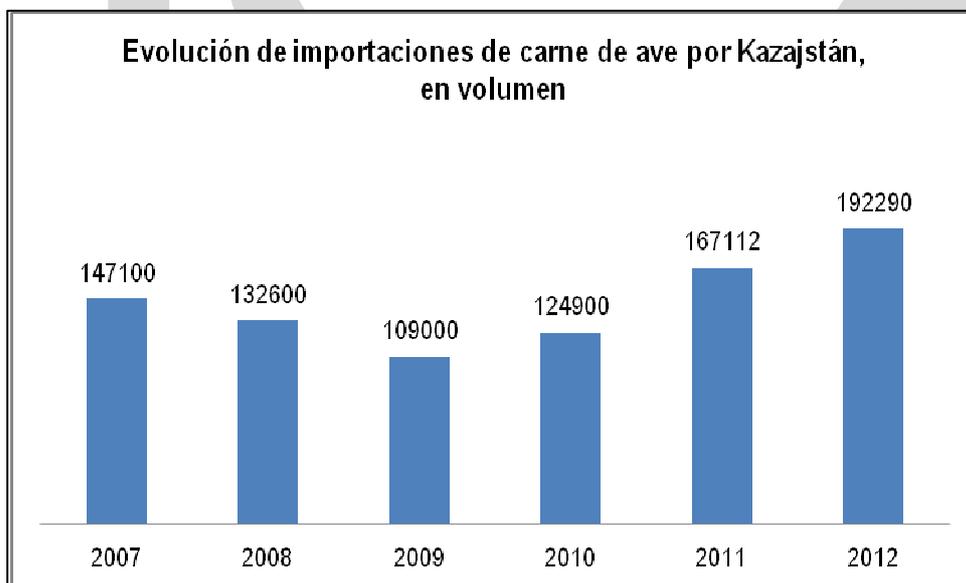
	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-diciembre)
Producción doméstica de carne de ave	64,3	65,3	79,4	103,0	102,0	123,1
Cuota producción local, %	30	33	42	45	38	39
Exportaciones	2,94	2,49	0,05	1,44	1,41	1,42
Importaciones	147,1	132,6	109,04	124,9	167,11	192,29
Cuota de importaciones, %	70	67	58	55	62	61
Oferta total de la carne de ave	208,46	195,41	188,39	226,46	267,7	313,97

Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

Principales países suministradores* de la carne de ave de Kazajstán, en volumen (en miles de toneladas).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic)	Cuota 2011	Var. 12/11
EEUU	136,976	116,994	92,923	104,663	116,577	140,428	70%	20%
Ucrania	2,711	4,166	10,557	15,558	21,35	20,287	13%	-5%
Rusia	0,026	1,114	0,61	1,742	18,406	25,559	11%	39%
Polonia	1,569	0,589	1,244	1,914	1,655	1,541	1%	-7%
Bielorrusia	0	0	0	0	0,668	1,392	0,4%	108%
Brasil	3,558	7,815	2,199	0,621	0,462	1,764	0,3%	282%
Francia	0,018	0,032	0,038	0,009	0,06	0,097	0,03%	61%
Bélgica	0	0,108	0	0	0,04	1,168	0,02%	2820%
Turquía	0	0	0	0,024	0,001	0	0%	-
Alemania	1,613	0,311	0,379	0,123	0	0	0%	0%
Total Top 10	146,471	131,129	107,95	124,654	159,219	192,236	96%	21%
Resto	0,629	1,483	1,091	0,23	7,893	0,061	4%	-99%
Total importaciones	147,1	132,612	109,041	124,884	167,112	192,297	100%	15%
<i>España</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>

Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

* Está ordenado por el valor de las importaciones en 2011

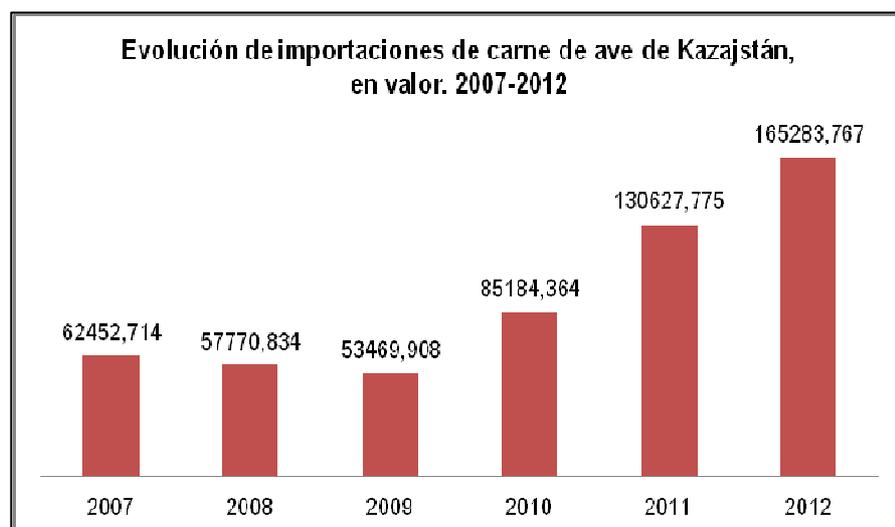
EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Principales países suministradores* de la carne de ave de Kazajstán, en valor (en miles de euros, con IVA y arancel incl.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (ene-ro-dic)	Cuota 2011	Var. 12/11
Mundo	62.452,71	57.770,83	53.469,91	85.184,36	130.627,77	165.283,76	100%	26%
EEUU	55.350,08	45.077,43	38.980,67	62.402,16	73.415,74	90.648,41	56%	23%
Ucrania	3.978,36	5.883,65	10.745,4	18.530,31	28.194,19	28.829,88	22%	2%
Rusia	51,942	1.686,47	755,75	2.405,4	26.530,88	38.666,92	20%	46%
Polonia	694,02	312,43	661,15	1.050,21	1.172,11	1.535,91	1%	31%
Bielorrusia	0	0	0	0	886,21	2.581,08	0,6%	191%
Brasil	1.388,12	3.694,01	1.577,91	467,87	314,41	1.711,8	0,2%	444%
Francia	82,4	160,7	84,77	56,17	68,38	151,31	0,1%	121%
Bélgica	0	68,29	0	0	34,19	1.066,41	0%	3019%
Turquía	0	0	0	20,33	11,49	0	0%	-
Alemania	597,15	188,15	194,92	53,76	0,14	0	0%	-
Total Top 10	62.142,08	57.071,15	53.000,59	84.986,23	130.627,77	165.191,73	100%	26%
Resto	310,62	699,68	469,31	198,12	0	92,03	0%	-
España	0	0	0	0	0	0	0	0

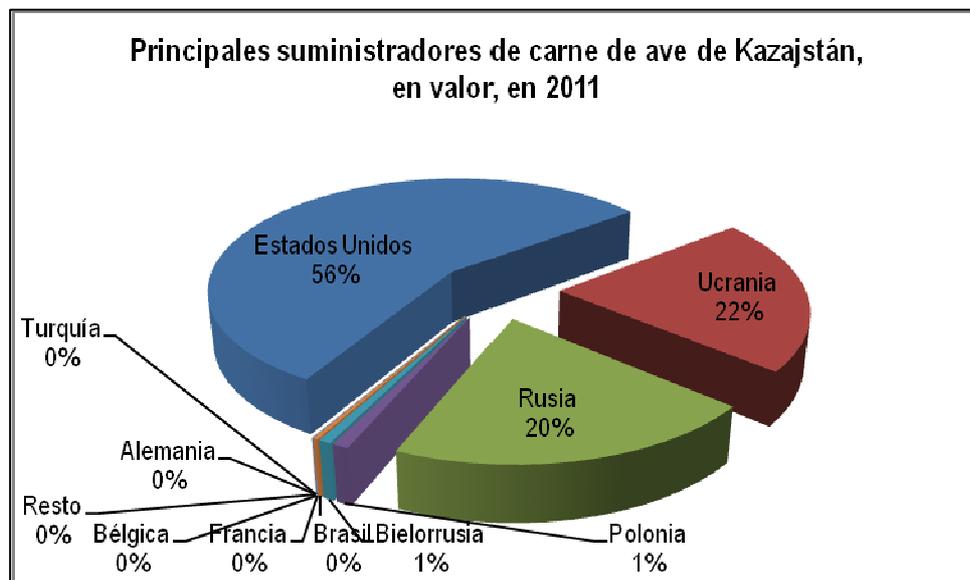
Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

* Está ordenado por el valor de de las importaciones en 2011

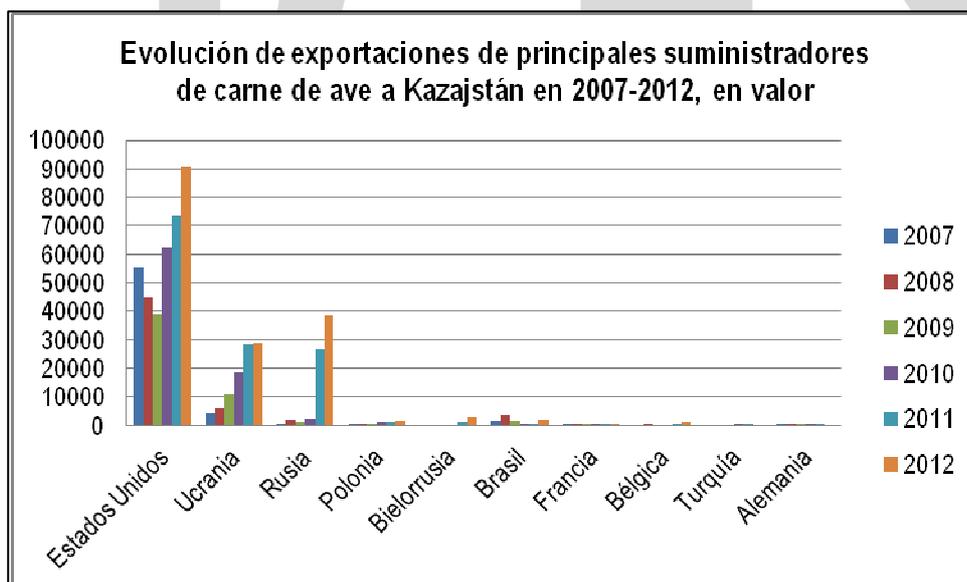


Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz



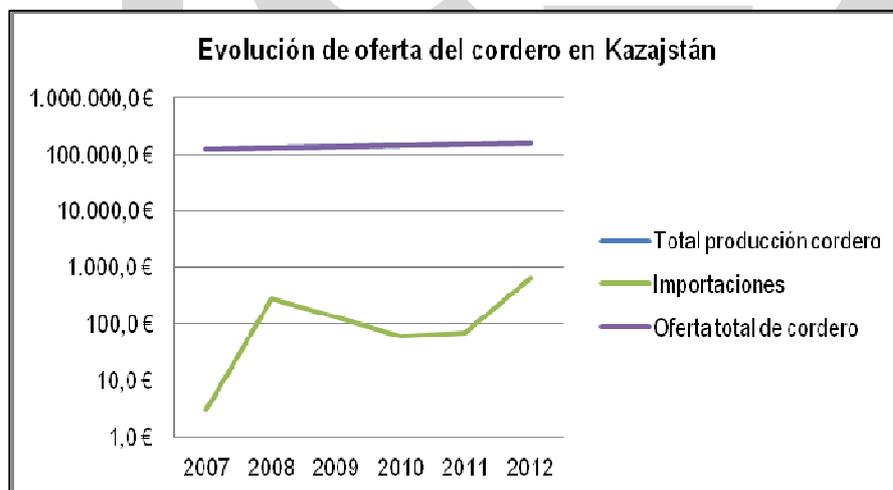
Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.3.4. La oferta de cordero en Kazajstán, en miles de toneladas

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-diciembre)
Total producción cordero	123,7	130,8	135,0	142,9	149,5	153,8
Cuota producción local	99,98%	99,8%	99,9%	99,9%	99,9%	99,6%
Exportaciones cordero	0	0	0,01	0,32	0,37	0
Total importaciones cordero	0,03	0,277	0,13	0,06	0,07	0,634
Cuota de importaciones, %	0,02	0,2	0,1	0,04	0,05	0,4
Oferta total de cordero	124,0	131,07	135,12	142,64	149,2	154,434

Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz; Agencia de Estadísticas de Kazajstán



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz; Agencia de Estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz; Agencia de Estadísticas de Kazajstán



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz; Agencia de Estadísticas de Kazajstán

Principales países suministradores* de la carne de ovino y caprino, fresca, refrigerada y congelada de Kazajstán, en volumen (en miles de toneladas).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic)	Cuota 2011	Var. 12/11
Rusia	0	0	0,006	0,003	0,046	0,06	65%	30%
Australia	0,026	0,255	0,094	0,05	0,025	0,334	35%	1236%
EEUU	0	0	0,006	0	0	0	0	0%
Total Top 3	0,026	0,255	0,106	0,053	0,071	0,394	100%	455%

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Resto	0,008	0,021	0,024	0,008	0	0,240	0%	-
Total importaciones	0,034	0,276	0,130	0,061	0,071	0,634	100%	793%
España	0	0	0	0	0	0	0%	0%

Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz

* Está ordenado por el valor de de las importaciones en 2011

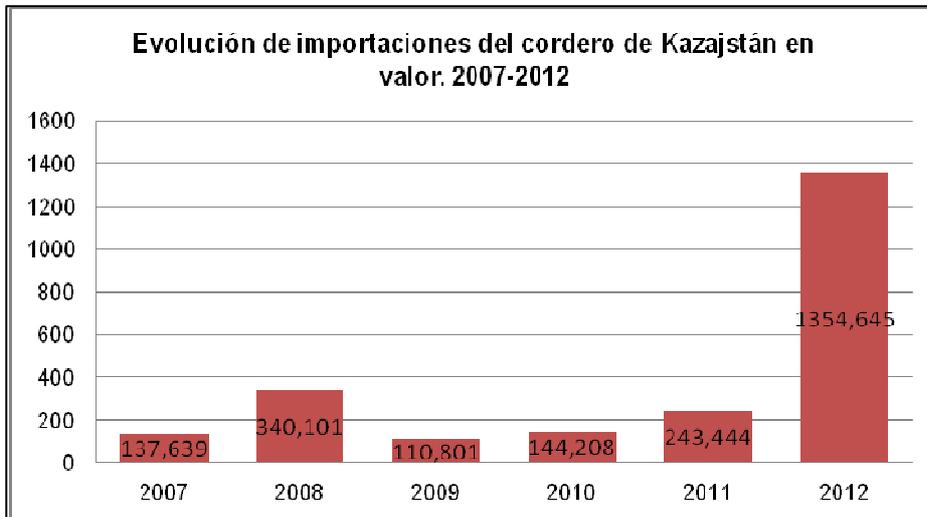
Principales países suministradores* de la carne de ovino y caprino, fresca, refrigerada y congelada de Kazajstán, en valor (en miles de euros, con IVA y arancel incl.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic.)	Cuota 2011	Var. 12/11
Mundo	137,64	340,1	110,8	144,2	243,44	1.354,64	100%	456%
Rusia	9,79	5,17	37,36	19,2	219,95	260,38	90%	18%
Australia	85,69	266,57	67,7	56,78	16,16	409,04	7%	2431%
EEUU	0	0	5,73	21,01	7,32	0	3%	-
Alemania	1,38	0	0	0	0	0	0	0%
Países Bajos	1,16	0	0	0	0	0	0	0%
Nueva Zelanda	33,60	68,35	0	47,21	0	17,81	0	-
EAU	5,99	0	0	0	0	0	0	-
Uruguay	0	0	0	0	0	667,40	0	-
Resto	0	0	0	0	0	0	0	0%
España	0	0	0	0	0	0	0	0

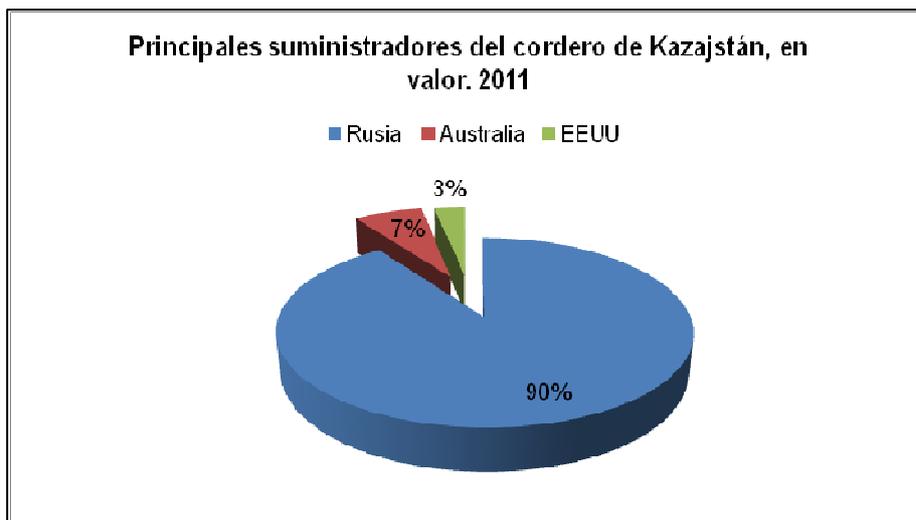
Fuentes: Agencia de estadísticas de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán

* Está ordenado por el valor de de las importaciones en 2011

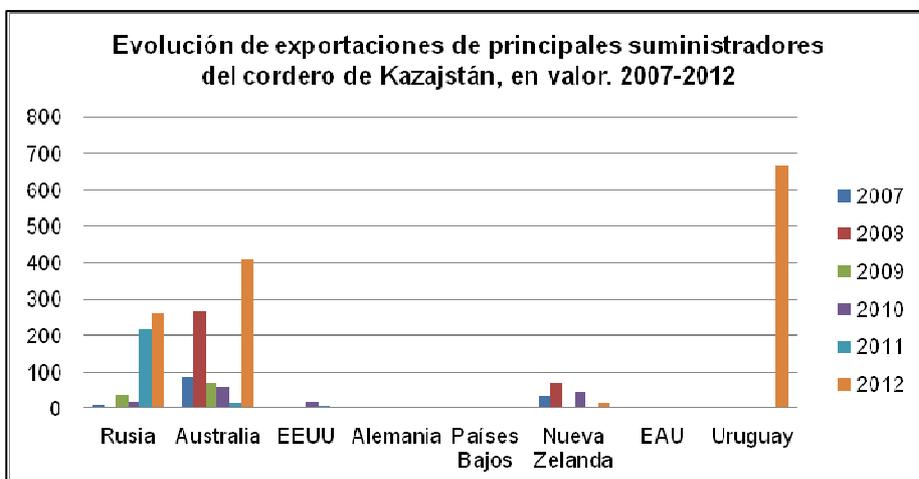
EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuentes: Agencia de estadísticas de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán



Fuentes: Agencia de estadísticas de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán



Fuentes: Agencia de estadísticas de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.3.5. La oferta de embutido en Kazajstán en miles de euros, con IVA incl.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (provisional)
Producción doméstica	299.320,42	337.240,17	338.824,33	396.432,77	503.752,88	601.319,98

Fuentes: Agencia de Estadística de Kazajstán: www.stat.kz; KazAgroMarketing: www.kam.kz

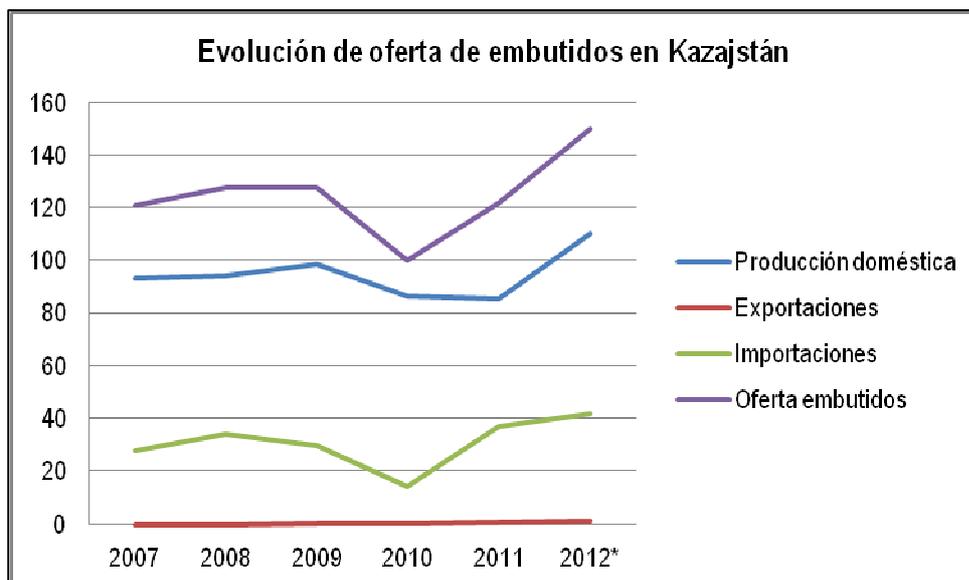
La oferta de embutido en Kazajstán en miles de toneladas.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (provisional)
Total producción embutidos (conjunto de las partidas 1601 y 1602)	93,36	93,94	98,34	86,5	85,37	110,23
Cuota producción local	77%	74%	77%	86%	70%	73%
Exportaciones embutidos (1601)	0	0,012	0,001	0	0	0,014
Exportaciones las demás preparaciones y conservas de carne (1602)	0,024	0,053	0,132	0,516	0,647	1,503
Total exportaciones	0,024	0,066	0,134	0,517	0,647	1,518
Importaciones embutidos (1601)	22,492	28,405	25,363	12,430	31,625	34,750
Importaciones las demás preparaciones y conservas de carne (1602)	4,870	5,381	4,056	1,718	5,317	6,680
Total importaciones	27,362	33,786	29,419	14,149	36,942	41,430
Cuota de importaciones, %	23%	26%	23%	14%	30%	27%
Oferta total embutidos	120,698	127,66	127,625	100,132	121,665	150,142

Fuentes: Agencia de Estadística de Kazajstán: www.stat.gov.kz; Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz,

KazAgroMarketing: www.kam.kz

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

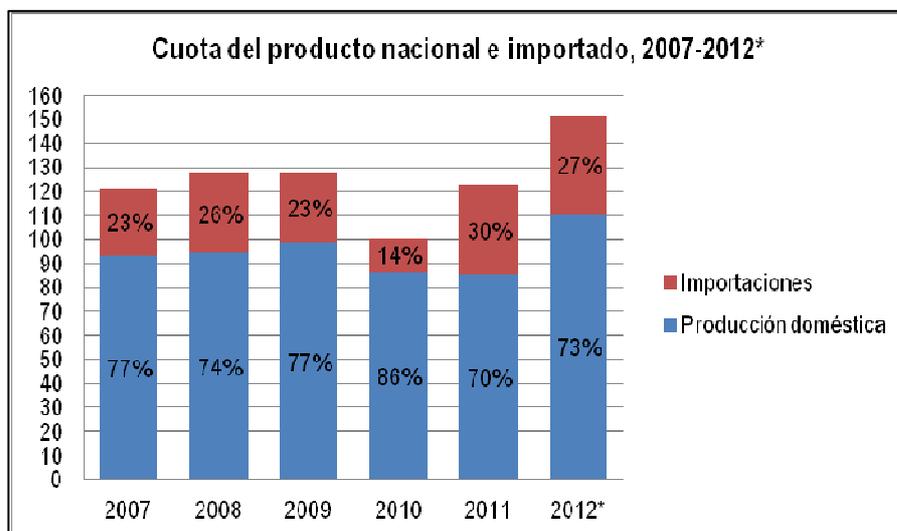


Fuentes: Agencia de Estadística de Kazajstán; Aduanas de Kazajstán, KazAgroMarketing



Fuentes: Agencia de Estadística de Kazajstán, Aduanas de Kazajstán, KazAgroMarketing

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuentes: Agencia de Estadística de Kazajstán; Aduanas de Kazajstán, KazAgroMarketing

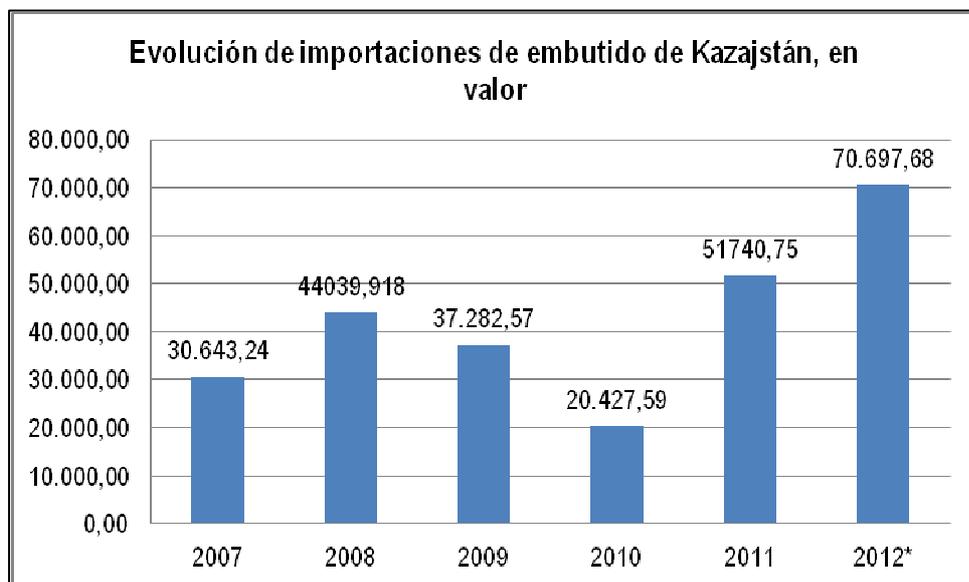
Principales países suministradores* de embutidos de Kazajstán, en valor (en miles de euros, con IVA y arancel incl.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic)	Cuota 2011	Var. 12/11
Mundo	30.643,24	44.039,92	37.282,57	20.427,59	51.740,75	70.697,68	100%	37%
Rusia	29.634,233	42.826,501	36.759,034	19.883,961	51.382,440	68.247,523	99,3%	33%
Alemania	46,298	93,092	93,375	162,358	164,427	128,206	0,32%	-22%
Italia	51,065	51,710	85,486	75,079	71,115	56,012	0,14%	-21%
España	28,856	35,946	25,029	72,670	69,104	65,737	0,13%	-5%
Polonia	94,679	86,569	0	21,462	38,718	7,157	0,07%	-82%
Bielorrusia	0	426,323	96,961	37,426	7,83	1.851,369	0,01%	23.555%
Lituania	0	31,461	0	39,234	7,04	0	0,01%	-
Países Bajos	78,899	59,321	32,846	40,062	0,071	0	0%	-
Canadá	97,528	95,131	66,266	0	0	292,587	0%	-
Turquía	143,991	157,577	119,050	89,387	0	2,489	0%	-
Total Top 10	30.175,55	43.863,63	37.278,05	20.421,64	51.740,75	70.651,08	100%	37%
Resto	467,695	176,288	4,518	5,949	0	46,6	0%	-

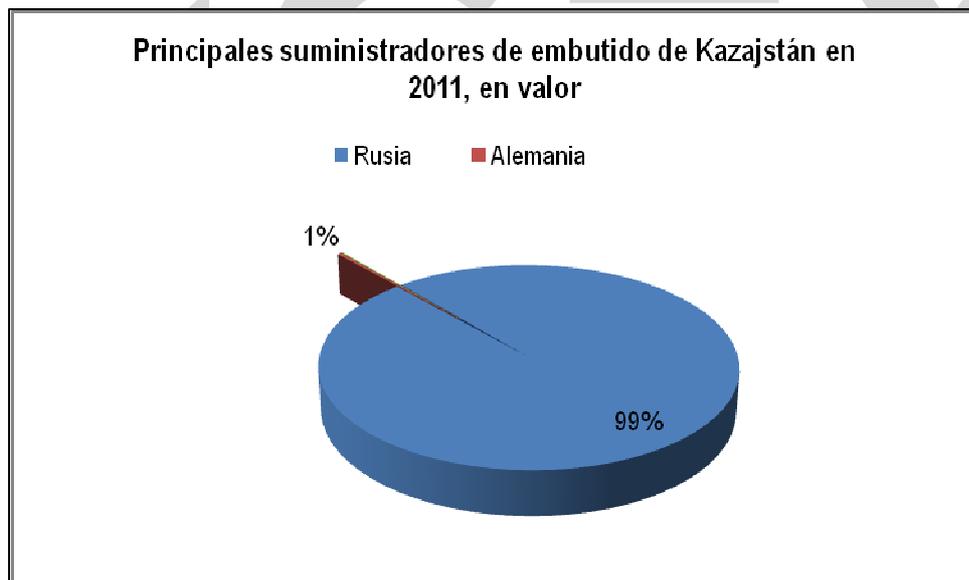
Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

* Está ordenado por el valor de de las importaciones en 2011

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

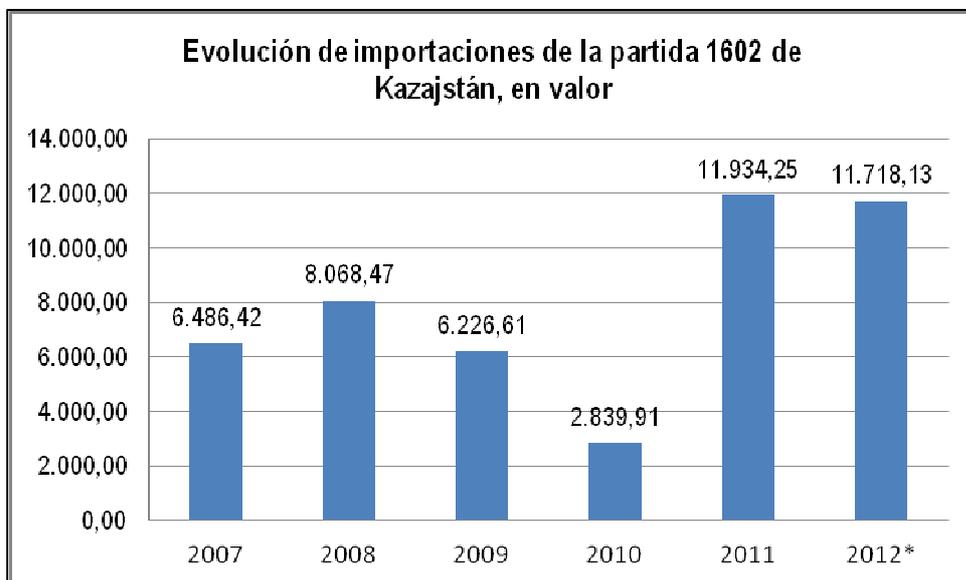
Principales países suministradores* de las demás preparaciones y conservas de carne (partida 1602) de Kazajstán, en valor (en miles de euros, con IVA y arancel incl.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic)	Cuota 2011	Var. 12/11
Mundo	6.486,42	8.068,47	6.226,61	2.839,91	11.934,25	11.718,13	100%	-2%
Rusia	5.525,745	7.175,598	5.566,014	2.401,412	11.342,703	10.856,238	95%	-4%
Bielorrusia	221,43	400,977	200,305	43,526	194,238	576,151	1,6%	197%
Polonia	74,443	46,886	119,695	176,741	159,615	90,320	1,3%	-43%
Brasil	10,666	26,976	38,383	0	57,467	0	0,5%	-
Italia	11,981	37,305	54,218	41,116	50,355	12,214	0,4%	-76%
España	12,419	52,865	62,393	62,202	47,482	26,606	0,4%	-44%
Francia	30,902	6,455	13,339	8,66	38,072	22,560	0,3%	-41%
Alemania	27,249	56,603	48,193	39,008	30,385	33,530	0,2%	10%
Eslovenia	0	0	0	0	6,465	0	0,05%	-
Canadá	0	0	0	2,861	5,746	0	0,05%	-
Total Top 10	5.914,84	7.803,67	6.102,54	2.775,53	11.932,53	11.617,62	99,99%	-3%
Resto	571,583	264,804	124,07	64,383	1,723	100,51	0,01%	5.733%

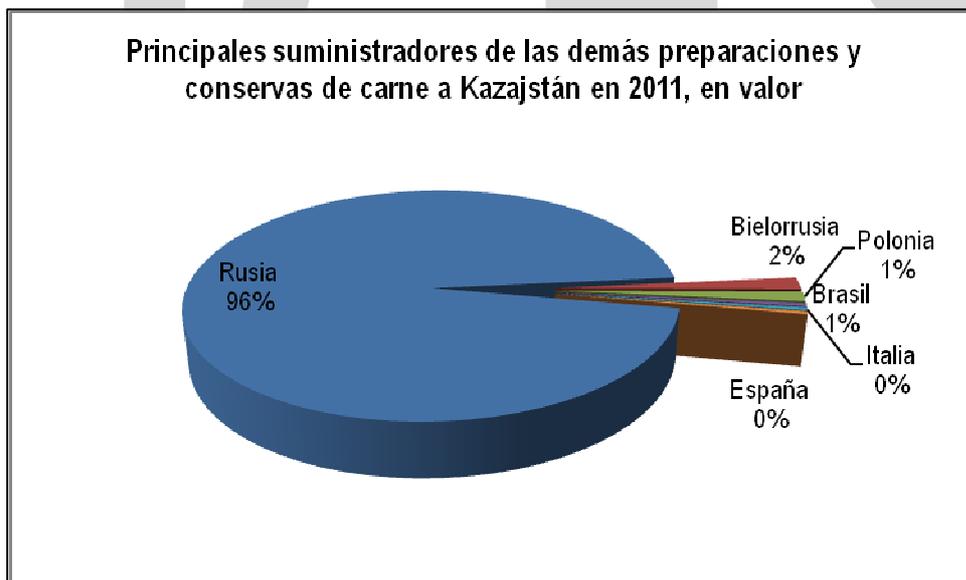
Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

* Está ordenado por el valor de de las importaciones en 2011

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

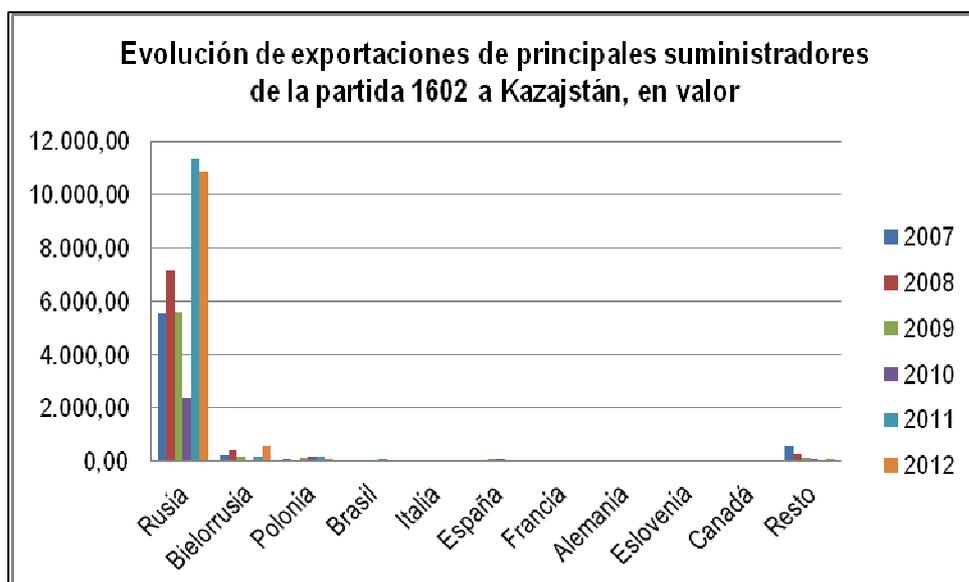


Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Aduanas de Kazajstán: www.customs.kz, Agencia de Estadísticas de Kazajstán

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

La producción doméstica de carne en Kazajstán es realizada por hogares privados que satisfacen la demanda local dentro de un pueblo o una comarca. En 2011 la producción privada representó el 75,6% del total, según los datos estadísticos y el análisis sectorial de la empresa estatal KazAgroMarketing.

La producción de carne por empresas llega a 132 miles de toneladas y representa el 14% del total.

Se observa una evolución positiva del subsector que desde el 2005 duplicó su cuota en el mercado. El 10,4% de la producción doméstica total se produce por granjas privadas.

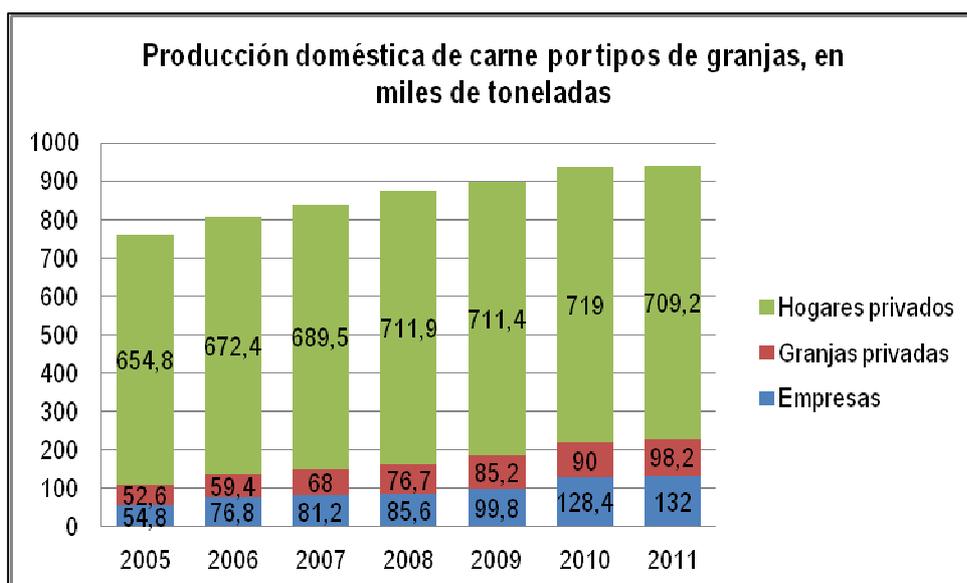
Distribución de la cabaña ganadera por tipos de granjas, en miles de toneladas

	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
		%		%		%		%		%		%		%
Total:	762,2	100	808,6	100	838,7	100	874,2	100	896,3	100	937,6	100	939,4	100
Empresas	54,8	7,2	76,8	9,4	81,2	9,7	85,6	9,7	99,8	11,1	128,4	13,7	132,0	14,0

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Granjas privadas	52,6	6,9	59,4	7,3	68,0	8,1	76,7	8,8	85,2	9,5	90,0	9,6	98,2	10,4
Hogares privados	654,8	85,9	672,4	83,1	689,5	82,2	711,9	81,4	711,4	79,4	719,0	76,7	709,2	75,6

Fuente: KazAgroMarketing: www.kam.kz



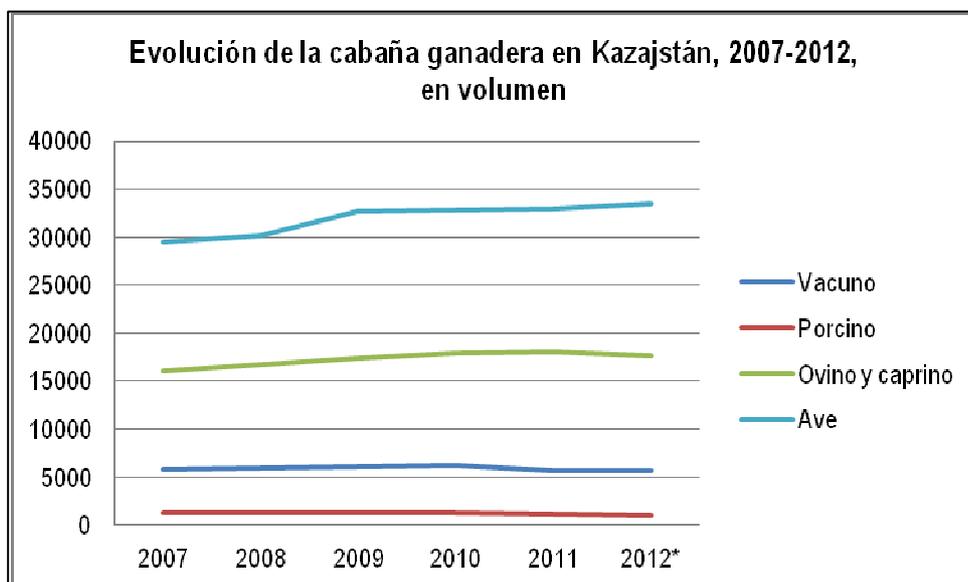
Fuente: KazAgroMarketing: www.kam.kz

Cabaña ganadera en Kazajstán, en miles de cabezas

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (enero-dic)	Var. 12/11	Var. 11/07
Vacuno	5.840,9	5.991,6	6.095,2	6.175,3	5.702,4	5.690	-0,2%	-2%
Porcino	1.352,7	1.347,3	1.326,3	1.344	1.204,2	1.031,6	-14%	-11%
Ovino y caprino	16.080	16.770,4	17.369,7	17.988,1	18.091,9	17.633,3	-2,5%	12,5%
Caballar	1.291,1	1.370,5	1.438,7	1.528,3	1.607,4	1.686,2	5%	24%
Ave	29.506	30.100	32.700	32.800	32.900	33.500	2%	11,5%
Camello	143,2	101,3	104	111,2	111,2	100,4	-10%	-22%

Fuente: Agencia de Estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Agencia de Estadísticas de Kazajstán

Distribución de la cabaña por provincias en 2011, en miles de cabezas

Provincia	Vacuno	Porcino	Ovino y caprino	Ave
Akmolinsky	308,0	144,3	413,6	3.097,2
Aktyubinsk	471,3	99,0	1.174,0	1.377,4
Almatinskaya	828,8	111,8	3.101,5	9.058,8
Atyrausky	183,0	2,7	621,4	57,3
West Kazakhstan	379,2	22,6	847,6	890,0
Zhambylsky	302,9	35,0	2.311,8	1.306,7
Karaganda	404,1	95,6	1.027,6	2.752,3
Kostanajsky	376,4	254,8	360,2	4.933,8
Kyzylordinsky	240,7	3,3	747,6	196,5
Mangistausky	14,9	0,3	621,0	9,8
South Kazakhstan	837,6	42,6	3.848,2	2.480,4
Pavlodar	360,6	71,5	534,5	794,6
North Kazakhstan	259,7	221,8	288,0	3.193,3
East Kazakhstan	733,6	98,6	2.193,8	2.681,9
Astana	1,0	0,1	0,8	5,6
Almaty	0,6	0,2	0,3	34,5

Fuente: Agencia de Estadísticas de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Evolución de la producción de carne en Kazajstán (animales vivos), en miles de toneladas.

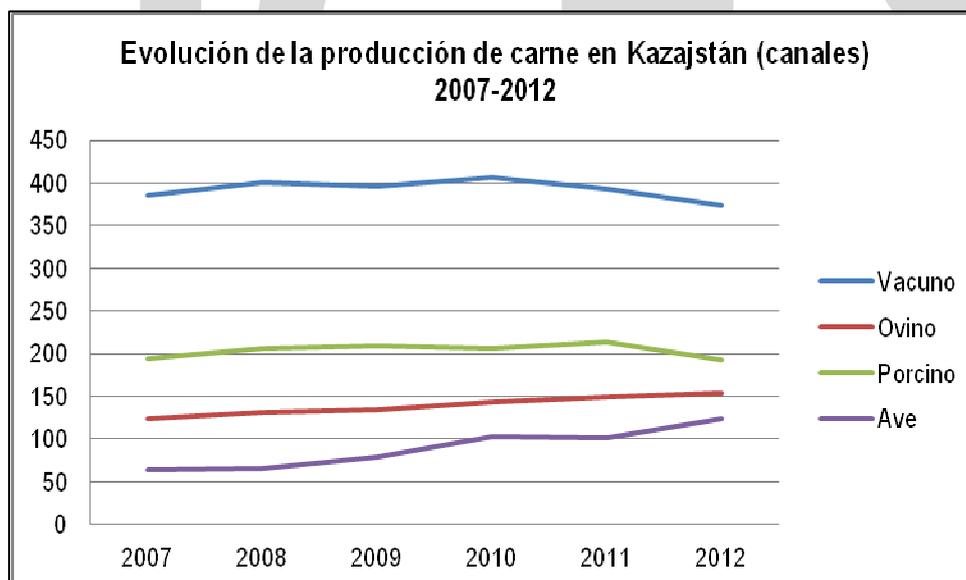
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	1.504,7	1.571,1	1.598,8	1.648,4	1.656,4	1.637,0

Fuente: Agencia Nacional de Estadística de Kazajstán

Evolución de la producción de carne en Kazajstán (canales), en miles de toneladas

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	767,8	802,4	819,4	858,7	857,9	843,1
Vacuno	385,9	400,1	396,1	406,8	392,8	373,5
Ovino	123,7	130,8	134,9	142,9	149,5	153,8
Porcino	193,9	206,2	208,9	206	213,6	192,7
Ave	64,3	65,3	79,5	103	102	123,1

Fuente: Agencia Nacional de Estadística de Kazajstán, KazAgroMarketing



Fuente: Agencia Nacional de Estadística de Kazajstán, KazAgroMarketing

Según los datos provisionales de las estadísticas nacionales, la producción de carne en Kazajstán en 2012 fue de 1,637 millones de toneladas, registrando un leve descenso del 1% respecto al año 2011, cuando se registró el mayor crecimiento de la producción local de carne, que llegó a 1,656 millones de toneladas.

Geográficamente, las provincias con la mayor producción de la carne fueron Almatinskaya (23%), Sur de Kazajstán (12%) y Este de Kazajstán (10%).

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

- Vacuno: La producción local en enero-diciembre del 2012 cayó un 0,2% (animales vivos) respecto al año 2011 y un 8% respecto al año 2010, cuando se registró el mayor crecimiento de la producción local de vacuno durante el periodo de 2007-2012. Las provincias Almatinskaya y el Sur de Kazajstán representan cada una el 15% de la producción de vacuno en el país.
- Porcino: En el periodo 2007-2010 la producción de porcino mostró estabilidad, no obstante los últimos dos años del análisis se observa una caída de una tasa media de 12% al año. La producción de porcino en 2012 descendió un 14% (vivos) respecto al año anterior. El año 2007 fue, cuando se registró el mayor crecimiento de la producción de porcino, llegando a 1,35 millones de cabezas. Los principales productores del porcino son las provincias del norte, tradicionalmente habitadas por la población de origen ruso, tales como Kostanayskaya (21%) y el Norte de Kazajstán (18%).
- Ovino y caprino: este tipo de carne es el más apreciado por la población musulmana que compone el 70% sobre la población total del país. La producción de ovino muestra un crecimiento estable a una tasa media del 3% (animales vivos) en el periodo del 2007 al 2011. Se observa una caída de un 2,5% en el año 2012, que puede ser explicada por los datos provisionales incompletos. En 2011 la producción local llegó a 17,6 millones de cabezas. Los principales productores son las provincias Shymkentkaya (21%), Almatinskaya (17%) y Zhambylskaya (13%).
- Ave: el tipo de carne más consumido en el país después del vacuno. La producción local crece con estabilidad a una tasa media del 3% (periodo 2007-2011). En 2012 la producción aumentó el 2% (vivos) respecto al año anterior y llegó a 33,5 millones de cabezas. Las provincias líderes en la producción de ave son Almatinskaya (28%), Kostanayskaya (15%) y el Norte de Kazajstán (10%).

2.2. El sector de porcino en Kazajstán

En 2012 según datos provisionales, Kazajstán disponía de 1,031 millones de cabezas de porcino, el 78,6% de los cuales pertenecen a particulares, siendo el resto criado por empresas y granjas privadas.

El origen de esta situación se basa, en primer lugar, en la religión musulmana de la mayoría de la población kazaja (más del 70%). Lógicamente, el porcino no es la carne más consumida en este país, y su producción se limita a autoconsumo y utilización en productos transformados cárnicos.

Según las estadísticas, la producción local de canales de porcino en Kazajstán en doce 2012 fue de 192,7 miles de toneladas, de los cuales solo 41,2 miles de toneladas corresponden a la carne de cerdo producida por empresas industriales y granjas privadas.

Según la base de datos del Ministerio de Agricultura de Kazajstán a finales de 2012 estaban registradas 17 empresas del sector, más de 90% de las cuales son PYMES (1-5 empleados).

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

A continuación, se ofrece una lista de cinco principales productores del porcino:

Nombre	Producto	Web
RUBIKOM	Líder del sector agrícola. Tiene una cabaña de 12 mil cabezas de cerdo. Fabricante de productos cárnicos.	www.rubikom.kz
LUGOVSKY KONEZAVOD	Caballos, cereales, carne vacuno, porcino, productos lácteos.	www.lkz.kz
SHUBAR	Granja creada en 2011 en el marco del Programa de la Industrialización de Kazajstán 2010-2014. Produce porcino (cabaña de 5000 cabezas, capacidad de 5000 toneladas al año).	n/d
APK VOLYNSKY, LLP	Granja privada, líder del sector. Productora y exportadora de trigo. Productora de carne de porcino. Capacidad de 3000 de toneladas al año.	www.aknar.kz , http://rooakk.kz/ru/apk_volynsky.php
PKF MEDEO, LLP	Granja privada, líder del sector. Productor de carne de cerdo. Capacidad de 2000 toneladas al año.	n/d

Fuente: Ofecomes Almaty

Por lo general, las empresas del sector son productoras de grano y forraje, todos tipos de carne y fabricantes de productos cárnicos transformados.

Se observa que, igual que en Rusia, el sector cárnico en Kazajstán es oligopólico y está integrado verticalmente.

Casi todas las empresas del sector han construido sus instalaciones en los últimos 8-10 años, al amparo de la política proteccionista del Estado y una serie de beneficios fiscales y subvenciones concedidas a los inversores en el sector agropecuario en el marco de los programas nacionales de desarrollo y apoyo de la industria.

Hay que señalar que después del colapso de la Unión Soviética, el sector agropecuario de Kazajstán se vio especialmente afectado en comparación con otras industrias.

Las pérdidas de cabaña más dramáticas fueron en el subsector de la carne de porcino que duraron hasta el 1998, cuando el volumen la producción local de porcino bajó a 78,9 miles de toneladas. A partir del 2003 la situación tendió a mejorarse tras haber mostrado un crecimiento de alrededor de 40% de la producción local respecto al 2000.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Entre 1998 y 2012 la producción local de carne de porcino aumentó un 144% en volumen, debido, sobre todo, al apoyo estatal del sector y puesta en marcha de nuevas instalaciones públicas y privadas los últimos 3 años.

2.2.1. El Programa Estatal de Desarrollo del Sector Agrícola (Agrobusiness-2020)

Este Programa, desarrollado por el Ministerio de Agricultura de Kazajstán, consta de varios subprogramas. A continuación se resume el contenido de algunos de ellos diseñados para la industria ganadera.

Objetivos:

- Desarrollo del sector ganadero intensivo y modernización de tecnologías
- Aumento de la productividad del sector ganadero
- Incremento de cuota del ganado de cría importado
- Desarrollo de producción local de alimentos para animales y descenso de precios
- Consecución de una autosuficiencia cárnica del 100% y de productos cárnicos transformados del 87% para 2020
- Mejora del sistema de control veterinario
- Fortalecimiento del potencial exportador hasta 160 miles de toneladas de carne para 2016 y hasta 180.000 toneladas de carne para 2020.

Instrumentos:

- Subsidios a compras de ganado de cría y aumento de productividad
- Indemnizaciones de gastos de construcción y modernización de granjas ganaderas
- Subsidios a tipo de interés de los créditos para proyectos de desarrollo de ganadería en el país.

Volumen de inversiones en el sector agrícola hasta 2020:

- Presupuesto estatal: 3.122.200 millones de tengues (16.289 millones de euros).

Plazo de realización: 2013-2020

Resultados esperados (respecto al 2011):

- Facilitación del acceso a las subvenciones
- Desarrollo y modernización del sector ganadero

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

- Consecución de la competitividad del producto local en el mercado y el seguro agrario
- Aumento de exportaciones de carne

Según previsiones del Ministerio de Agricultura del país, para 2020 se espera incremento de la producción local de la carne de vacuno en 1,6 veces; de la carne de porcino en 1,1 veces; de la carne de ovino y caprino en 1,2 veces; y de la carne de ave en 2,3 veces.

Previsiones de la producción local de carne en Kazajstán, en miles de toneladas

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Vacuno	415	460	530	550	575	600	620	650
Ovino	140	140	145	150	155	160	170	180
Porcino	217	221	224	227	230	233	236	238
Ave	134	150	165	179	192	204	214	236
Embutidos	50	50	60	70	70	80	90	100
Conservas de carne	60	60	60	60	60	60	60	60

Fuente: Previsiones del Ministerio de Agricultura de Kazajstán, Estudio del mercado de carne: KazAgroMarketing

2.2.2. Precios de la carne de porcino en Kazajstán

Según datos disponibles el coste de producción de carne de porcino en Kazajstán en granjas es de aproximadamente 200 tengues (1€), mientras que en los hogares privados, que tienen una cuota de casi el 80% en el mercado, la carne de porcino tiene un precio de 600 KZT (o casi 3€).

El margen comercial que tienen productores de carne locales aumenta el precio medio de venta hasta 2,35€ por kilo. Esto y la calidad inferior del producto hacen poco competitiva la carne doméstica, en comparación con la carne importada con el precio medio de 1,8€ según datos del 2012.

El rendimiento de carne en Kazajstán es más reducido que en países europeos: el porcentaje de magro sobre el peso total llega a 53-54%, en comparación con el 64% en Dinamarca, el 58% en Francia. No obstante, es superior al rendimiento de un cerdo en Rusia, donde el porcentaje no supera el 51%.

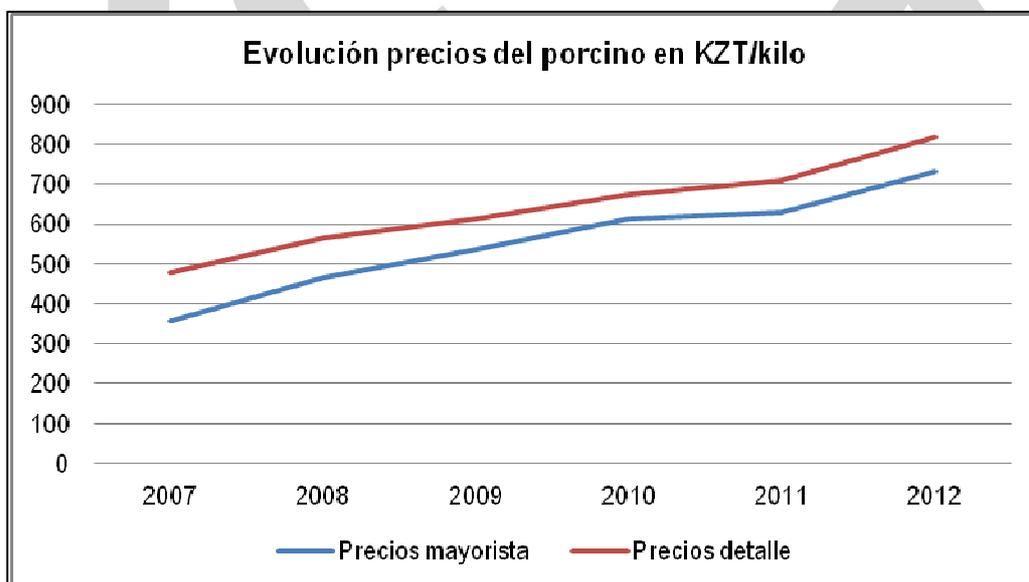
La tasa de conversión del alimento (1 kilo de alimento consumido para producir un engorde de 1 kg) en Kazajstán es aproximadamente de 4-4,2, mientras que en Rusia y en Europa se sitúa alrededor de 3,3 y 2,7 respectivamente.

Por otro lado, los productores locales no tienen margen para reducir los costes de producción debió a una serie de aspectos importantes:

- escasa eficacia del factor humano y baja productividad. El 76% de la carne doméstica se produce por hogares privados que carecen de tecnologías y recursos humanos calificados.
- Costes elevados de producción:

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

- Producción escasa de piensos, dependencia del sector de importaciones y aumento de precios de los piensos. En 2007-2011 el precio aumentó un 79%. Los hogares privados que tienen menos del 5% del área de siembra de piensos, están obligados a comprar el forraje a empresas que dominan el 56% del superficie sembrada y a granjas privadas que tienen un 37% del área. El déficit de piensos se compensa por importaciones desde Rusia que también aumentan sus precios. Todo ello, unido a la mala cosecha en el 2012 hace a productores locales subir los precios de producción y así disminuir la competitividad del producto local en el mercado.
- En el periodo 2007-2012 las tarifas de electricidad se multiplicaron por 2,5, el precio de gas aumento un 57%. El precio de combustibles no ha cambiado mucho por estar controladas las tarifas por el estado.
- Coste elevado de logística debido al estado subdesarrollado de la infraestructura de transporte del sector.
- Falta de un nivel suficiente de competencia en el mercado (oligopolio, subvenciones estatales que alcanzan solo un 3 %, lobby etc.) que estimularía ajustes del coste a través del incremento de la productividad.
- Escasez de oferta de subvenciones y rigidez de condiciones de los préstamos



Porcino	2007	2008	2009	2010	2011	Enero-agosto 2012
Precios mayorista en KZT	357	466	535	612	629	731

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Precios detalle en KZT	478	566	612	673	710	817
Tipo de cambio (KZT por 1 euro)	167,75	177,04	205,67	195,67	204,11	191,67

Fuente: KazAgroMarketing

Los mayores aumentos de precios se produjeron en 2012, mostrando un doble crecimiento, respecto al año 2007 y llegando al precio mayorista de 3,8€ por kilo.

2.3. Obstáculos comerciales

En enero 2010 se creó la Unión Aduanera (Rusia, Kazajstán y Bielorrusia) que entró en vigor a 1 de julio del 2011. Kazajstán al formar parte de la Unión Aduanera tiene el marco legal de importaciones de la mayoría de mercancías homologado con las normativas de estos países.

A continuación, se ofrece una información sobre las principales barreras comerciales del país.

2.3.1. Barreras arancelarias

Vacuno fresco/refrigerado y congelado		
Partida arancelaria	Arancel	IVA
0201 10 0001 - 0201 10 0003	Dentro de la cuota: 15%	12%
0201 20 2001 - 0201 20 2003		
0201 20 3001-0201 20 3003		
0201 20 5001-0201 20 5003		
0201 20 9001-0201 20 9003		
0201 30 0004 -0201 30 0006		
0202 10 0001-0202 10 0003		
0202 20 1001-0202 20 1003		
0202 20 3001-0202 20 3003		
0202 20 5001-0202 20 5003		
0202 20 9001-0202 20 9003		
0202 30 1004-0202 30 1006		
0202 30 5004-0202 30 5006		
0202 30 9004-0202 30 9006		
0201 10 000 8	Fuera de cuota: 50%, pero no menos de 1€/kg	12%
0201 20 200 8		
0201 20 300 8		
0201 20 500 8		
0201 20 900 8		
0201 30 000 8		
0202 10 000 8		

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

0202 20 100 8		
0202 20 300 8		
0202 20 500 8		
0202 20 900 8		
0202 30 100 8		
0202 30 900 8		

Porcino fresco/refrigerado y congelado		
Partida arancelaria	Arancel	IVA
020311	Dentro de cuota: 0% Fuera de cuota: 65%	12%
020312		
020319		
020321	Dentro de cuota: 0% Fuera de cuota: 65%	12%
020322		
020329		

Ave		
Partida arancelaria	Arancel	IVA
020711	Dentro de cuota: 25%, pero no menos de 0,20€/kg Fuera de cuota: 80% pero no menos de 0,7€/kg	12%
020712		
020713		
020714		

Otras carnes		
Partida arancelaria	Arancel	IVA
020410-020443-Ovino	15% pero no menos de 0,15€/kg	12%
020450-caprino	20% pero no menos de 0,2€/kg	
0205-especies caballar, mular y asnal	15% pero no menos de 0,15€/kg	

Transformados cárnicos		
Partida arancelaria	Arancel	IVA
1601001-embutidos de hígado	20% pero no menos de 0,4€/kg	12%
16010091-embutidos secos o para untar, de carne, de despojos o de san- gre		
1601099-otros embutidos de carne, despojos o sangre (excepto secos, para untar y de hígado)		
160241-jamones, preparados o con-	20% pero no menos de	12%

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

servados	0,4€/kg	
160242-paletas, preparadas o conservadas		
1602-otras preparaciones de carne de pavo, conejo, ciervo, jabalí, cordero, etc.	25% pero no menos de 0,4/kg	12%

Fuente: Unión Aduanera: www.tsouz.ru

2.3.2. Documentos y certificados exigidos en las aduanas kazajas para la importación de la carne y transformados cárnicos.

La lista de documentos y certificados está homologada en los tres países miembros de la Unión Aduanera y es la misma que en Rusia:

- Certificado de origen de la mercancía
- Factura comercial y proforma
- Packing list
- Documentos de transporte
- Declaración de importación
- Certificado de conformidad (para transformados cárnicos) que se emite por el exportador y debe ser registrado en un laboratorio autorizado
- Certificado veterinario que se emite en el país del exportador y tiene un modelo unificado para la Unión Aduanera (Forma 26). Se otorga a aquellos fabricantes que están homologados para exportar a la Unión Aduanera.
- Certificado veterinario de importación

2.3.2. Homologación de establecimientos españoles para exportar a Rusia y otros países de la Unión Aduanera.

Con fecha 11 de abril de 2013 las autoridades rusas emitieron un comunicado por el cual en diez días (18-abril-2013) se prohibía la exportación temporal desde España de todos aquellos productos que requerían certificado veterinario, por falta de confianza en los servicios veterinarios españoles al desconocer e incumplir los requisitos y legislación de exportación a la Unión Aduanera.

Entre el 8 y 21 de septiembre de 2013 el Servicio Ruso de Vigilancia Veterinaria y Fitosanitaria (RosSelkhozNadzor) inspeccionó en España 23 establecimientos cárnicos emitiendo un informe preliminar donde se detectaron una serie de incidencias a subsanar en 15 establecimientos inspeccionados donde se podría estudiar el levantamiento de las restricciones. Respecto a los otros 8 establecimientos no se ofreció opción de levantamiento de restricciones de exportación.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

El 15 de noviembre de 2013 el Ministerio de Agricultura en España comunicó al servicio veterinario ruso las actuaciones emprendidas para subsanar las incidencias detectadas, solicitando el levantamiento de las restricciones de exportación para los 15 establecimientos mencionados en el informe preliminar del servicio veterinario ruso. Entre los 15 establecimientos, se incluyen 10 mataderos, 5 salas de despiece y, entre ellos, 3 establecimientos dedicados también a productos terminados. En cuanto a CCAA se refiere, 8 establecimientos se encuentran localizados en Cataluña, 3 en Andalucía, 3 en Castilla-Mancha y 1 en Aragón.

La situación de establecimientos españoles autorizados para exportar productos de origen animal muestra que existen un total de 21 establecimientos autorizados, 14 para carne vacuna, 4 para carne porcina, 1 para productos terminados cárnicos, 1 para lácteos y 1 para pescado. Esta situación se mantiene desde el 18 de abril de este año, fecha en la cual el servicio veterinario ruso adoptó la restricción temporal de exportaciones a España. Anteriormente el número de establecimientos autorizados ascendía a 307 cárnicos, 36 lácteos y 215 de pescado.

Por otro lado, el servicio veterinario ruso aprobó el 26 de noviembre de 2013 la reautorización de exportación a establecimientos españoles de piensos y aditivos para alimentación animal, sobre los que recaían restricciones a la exportación desde el mes de abril de este año. Dicha aprobación ha sido consecuencia de las nuevas garantías sanitarias aportadas por el servicio veterinario español comunicadas al servicio veterinario ruso el 18 de noviembre. Al mes siguiente, el 10 de diciembre, RosSelkhozNadzor homologó nuevas tres empresas del sector cárnico.

Hasta febrero 2014 esas decisiones permitían un cierto optimismo al pensar en la próxima reapertura de nuestras exportaciones cárnicas, a la vista de la documentación presentada por los servicios veterinarios españoles. Sin embargo, hace poco Rusia puso en marcha la restricción de exportaciones del producto de cerdo de toda la UE que se hizo extensivo a Kazajstán, como miembro de la Unión Aduanera.

Un análisis en relación al comportamiento de las diferentes partidas exportadas desde España a Kazajstán en datos anuales de los dos últimos años, lleva a las siguientes conclusiones:

- **Carne y despojos comestibles** han disminuido un 97% en 2013 respecto al año anterior.
- La **carne de porcino** fresca, refrigerada o congelada de la partida 0203 ha sido el concepto que ha sufrido más con las exportaciones nulas en 2013 respecto a 1.994 miles de euros exportados a Kazajstán en 2012.
- **Embutidos** muestran una disminución de un 52% con el volumen de 23,8 miles de euros en 2013 contra 49,8 miles de euros en 2012.
- **Conservas de carne** de la partida 1602 muestran un descenso de un – 67% en 2013 respecto al 2012 (exportaciones de 6,1 miles € contra 18,7 miles €, respectivamente).
- **Jamón** ha disminuido un menos 33% en el año 2013 respecto al año anterior (cifras de 0,8 miles € contra 1,2 miles, respectivamente).

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

2.3.3. Certificado de conformidad

Según la norma No. 367 del 20/04/2005 del Comité de regulación técnica del Ministerio de Industria y Nuevas Tecnologías de Kazajstán los transformados cárnicos de las partidas arancelarias 1601 y 1602 requieren un certificado de conformidad obligatorio.

Es un documento nacional que certifica que el producto es conforme con la normativa técnica aplicable vigente en Kazajstán.

El certificado se emite por un laboratorio o instituto de certificación autorizado por MEMST kazajo o la Unión Aduanera y puede ser tramitado por el importador local.

Toda la documentación debe ser traducida al ruso. El plazo de la emisión del certificado oscila entre 3 y 30 días, dependiendo del producto y los tests.

El periodo de validez del certificado de conformidad de los transformados de productos cárnicos de las partidas 1601 y 1602 se determina por el instituto de certificación, dependiendo de la normativa técnica aplicable, pero nunca supera 3 años.

Documentos necesarios:

- solicitud de la certificación
- certificados de conformidad emitidos anteriormente
- resultados del test del producto, emitido por un laboratorio autorizado
- protocolos del test del producto
- documentación técnica y tecnológica del producto
- certificados de acreditación de la calidad del producto
- poder del fabricante al importador

En el enlace se facilita una lista de institutos de certificación autorizados en Kazajstán y en la unión Aduanera: <http://www.tsouz.ru/pages/norma.aspx?IDCL=e9753bf6-7cbc-41cb-844c-7249cbc03949&hide=1>

2.3.4. Declaración de conformidad

Según las normas homologadas de la Unión Aduanera y las normativas nacionales de Kazajstán, para exportar carne a Kazajstán no se requiere certificado obligatorio, sino una declaración de conformidad.

Es una declaración del fabricante sobre el cumplimiento de las regulaciones técnicas, aplicables a la carne en Kazajstán y en la Unión Aduanera. Igual que el certificado, la declaración puede ser tramitada por el importador kazajo.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

La validez de la declaración de conformidad depende de un esquema de declaración definidos pero nunca supera 5 años.

A modo de ejemplo, se facilita un enlace con un modelo de una declaración de conformidad homologada en la Unión Aduanera:

<http://www.tsouz.ru/eeek/RSEEEK/RKEEEK/38z/Documents/%D0%A0-293.1.pdf>

2.3.5. Cuotas de importación

La Ley sobre regulación de comercio en Kazajstán promulgada en 2004 creó una base legislativa para establecimiento de un sistema de cuotas de importación de carne en el país. Sin embargo, en realidad el país no aplicaba esta normativa hasta el 2010 cuando se creó la Unión Aduanera entre Rusia, Kazajstán y Bielorrusia, dentro de la cual los tres países miembros ratificaron un Acuerdo sobre tarifas aplicables.

En 2010-2011 las cuotas se definían y controlaban por instituciones nacionales y se mantenían en el mismo nivel. A partir del 2012, se observa un crecimiento de las cuotas para la carne de vacuno de la partida 0202 y porcino de la partida 0203. Las cuotas de importación de la carne de ave se mantienen en el mismo nivel a lo largo de los 4 años de análisis.

Cuotas de importación de carne en Kazajstán dentro de la Unión Aduanera en 2010-2014, en toneladas

	2010	2011	2012	2013	2014
Carne de vacuno, fresco o refrigerado, 0201	20	20	20	20	20
Carne de vacuno, congelado, 0202	10.000	10.000	13.900	15.380	15.300
Carne de porcino, 0203	7.400	7.400	9.400	9.700	9.700
Carne de ave, 0207	110.000	110.000	110.000	100.000	110.000

Fuente: Unión Aduanera: www.tsouz.ru

Desde 2012 las cuotas se aprueban anualmente por la Comisión Económica Euroasiática y luego el Ministerio de Economía de Kazajstán distribuye los volúmenes entre los operadores locales del mercado (importadores).

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

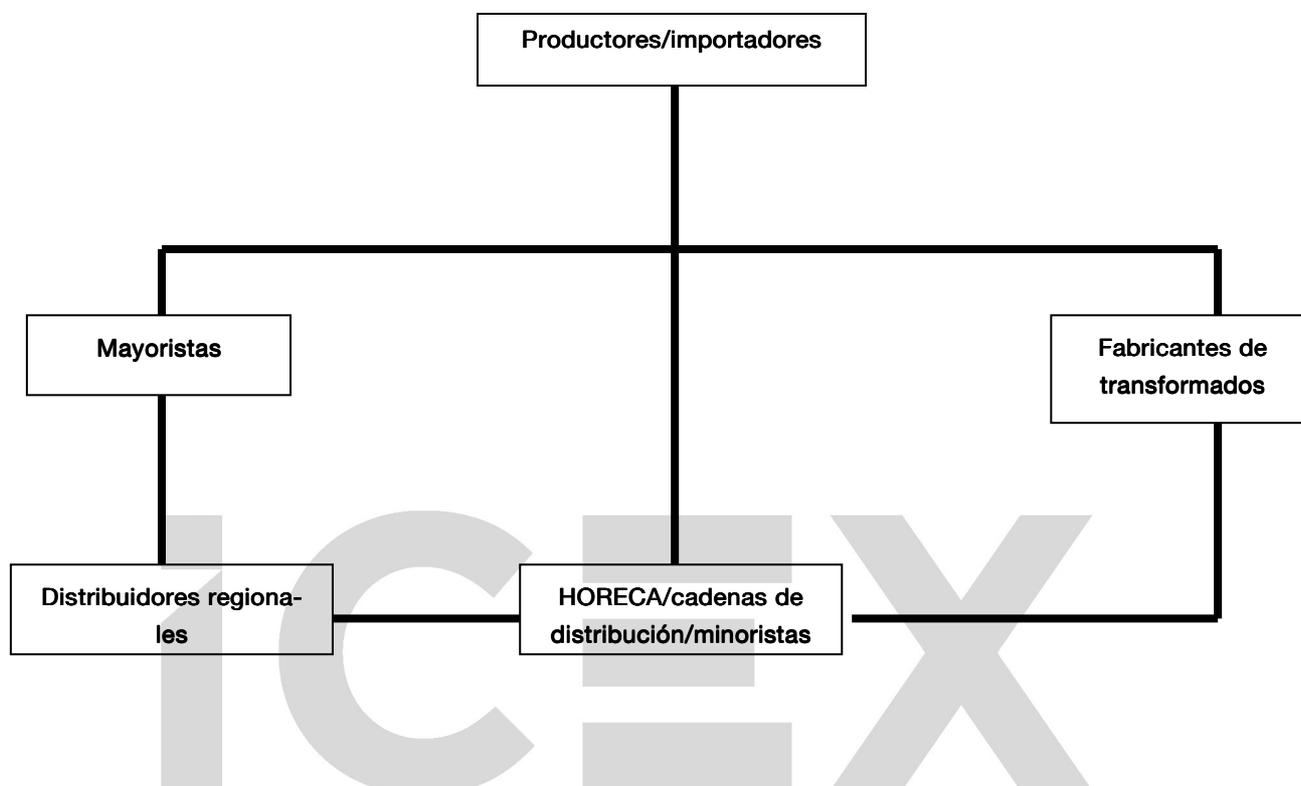
1.1. Canales de distribución

La introducción de carne en Kazajstán se realiza a través de un importador que puede ser tanto mayorista como fabricante de productos cárnicos transformados. A continuación, se detallan diferentes canales de distribución en este país:

- **Importadores:** una canal más desarrollado y controlado. Semestralmente, el Gobierno de Kazajstán distribuye las cuotas de importación de carne entre los importadores que pueden ser mayoristas y fabricantes de transformados cárnicos.
- **Cadenas de distribución:** este canal no trabaja directamente con suministradores extranjeros y abastecen sus cadenas a través de fabricantes rusos y de los importadores/mayoristas.
- **Empresas de hostelería y restauración:** normalmente, este canal no trabaja directamente con los fabricantes extranjeros y se proveen de importadores/mayoristas. Sin embargo, últimamente han aparecido algunas empresas internacionales del canal HORECA que adquieren las cuotas de importación de carne y suministran la carne directamente de los fabricantes extranjeros. Cabe destacar una empresa THE CASPIAN INTERNATIONAL RESTAURANTS COMPANY que especializa en restaurantes *fast food* en el país.
- **Distribuidores/mayoristas no importadores:** un canal más frecuente en Kazajstán. Suelen ser regionales, debido a la dimensión del país y el sistema poco desarrollado de plataformas logísticas. Sus proveedores son productores locales de carne y los importadores de carne regionales.
- **Productores locales de transformados cárnicos:** los mayores demandantes de la carne importada son los fabricantes kazajos de transformados cárnicos. Los grandes productores son todos importadores con una cuota de importación de carne, sobre todo, porcino, importante.
- **Distribuidores/importadores de productos gourmet:** jamón, chorizo, paté, foie gras etc. son productos que se comercializan por los distribuidores/importadores locales que suelen tener una cartera amplia de productos cárnicos procedentes de diferentes países. Integran pues, la actividad de la importación y distribución.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.2. Esquema de la distribución



1.3. Principales operadores

TOP 10 Importadores de carne de porcino (partida 0203)

No.	Empresa	Web	Actividad	Cuota, en kg.
1.	Oral Logistic, LLP	n/d	Mayorista regional del oeste del país. Importa porcino, vacuno, carne de ave.	657,172
2.	Optovaya Companiya, LLP	n/d	Mayorista regional del sur del país. Importa porcino y carne de ave.	558,479
3.	FAKHRAD, LLP	n/d	Mayorista regional de Almaty. Tiene una cuota más grande en importación de la carne bovina. También importa porcino	484,562
4.	KROMEXPO-A, LLP	http://kromexpa.satu.kz/	Importador/mayorista de la carne de porcino y vacuno. Trabajaba con España. Líder del sector en Almaty y su pro-	344,585

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

			vincia.	
5.	Empresario individual Trubin Nikolai Mikhailovich	n/d	Empresario individual del este del país. Mayorista. Importaciones de porcino y	106,364
6.	ETALIM GROUP, LLP	n/d	Importador/mayorista de la provincia de Almaty de la carne de porcino y vacuno.	118,302
7.	Zaman-PVL, LLP	n/d	Empresa importadora/ de la carne de vacuno, porcino y carne de ave. Mayorista ubicada en el norte. Forma parte del grupo de empresas ZAMAN	62,629
8.	ZAMAN, LLP	n/d	Fabricante de productos transformados cárnicos, ubicada en el norte del país. Importa carne de vacuno, porcino y de ave.	33,302
9.	BECKER & K	www.becker.kz	Empresa privada creada en 1990 en Almaty, líder en la fabricación de productos transformados cárnicos y precocinados. Tiene una cadena de tiendas y una red amplia de distribución. Cotizada en la Bolsa nacional. Tiene su propio ganado y, adicionalmente, importa carne de porcino.	27,600
10.	Food Storage Logistics, LLP	www.fsl.kz	Empresa creada en 2011 en Aktau, en el oeste del país, como almacenista y empresa de logística. Importadora de carne de vacuno, porcino y de ave desde EEUU, Chile, Canadá, Argentina, Uruguay etc. Importadora de fruta y vegetales.	14,843
11.	Resto	n/d	Empresas importadoras - fabricantes de productos transformados cárnicos, empresas distribuidoras de carne	17,162
TOTAL:				2.425,000

Fuente: Ministerio de Economía y Planificación de Presupuesto de Kazajstán

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Distribuidores de carne:

- Alaska SeaFood: <http://too-alaska-seafood.satu.kz>
- Alligator Product, representación en Kazajstán: <http://alligatorfood.ru/>
- Altyn Alma: <http://aalma.kz>
- Astana Snab Company: <http://asfudsnab.satu.kz/contacts>
- Delta X: <http://19472.kz.all.biz/info-about>
- Food Concept: www.foodconcept.kz
- Golden Fish: www.goldenfish.kz
- Ice Food Astana: <http://www.ifastana.com>
- IP KONSTANTINE: <http://www.myaso.almaata.kz/mapsite.html>
- IP ZVYAGINTSEV: <http://zvyagintsev-v-a.satu.kz/>
- MeatTeam: <http://www.meatteam.com/ru>
- Rokos: <http://rokos.kz>
- Sterkh: http://too-sterh.satu.kz/about_us
- The Caspian International Restaurants Company LLP <http://www.americana-group.net/Homepage.aspx>
- Veles Food: <http://veles-food.satu.kz/>
- Yet Myaso: <http://svinina.et-myaso.kz/>

Distribuidores de productos transformados cárnicos:

- Alana and K: <http://alana.kz>
- Almas -2000: <http://almas2000.kz/>
- AAS-Food: <http://aas-food.kz>
- EuroVkus <http://eurovkus.kz/>
- Prima Distribution: www.prima-group.kz
- WinesxFood: <http://winexfood.com>
- Essentai Gourmet:www.esentai-gourmet.kz
- Healthy Food: www.healthyfood.kz
- Astana Food Trade: <http://44975.kz.all.biz/en/>
- Fine Food: www.fine-food.kz
- SM Market: <http://sm-market.kz>
- Europe Commerce Ecology: <http://bigmag.kz/vetchiny.html>

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

-Masloff: <http://too-masloff-cs149335.satu.kz/>

-INTERCOM TTK: http://www.kps.kz/karaganda/company/interkom_tkk_too

-Casa Española, Merkuriy, Agama Kazajstán, Interfood: sin web

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

En primer lugar, hay que señalar que en general, las empresas locales son muy fieles y conservadores a la hora de nombrar un nuevo suministrador. Es necesaria constancia para establecer una relación de confianza. Por ello conviene remarcar el interés duradero y las relaciones de fidelidad tanto personales como contractuales. Muchas veces las empresas locales rechazan nuevas ofertas de otras marcas por el sentimiento de la fidelidad que tienen hacia sus suministradores ya establecidos.

Al mismo tiempo, es un mercado pequeño pero competitivo donde el precio y plazo de entrega son factores que pueden determinar la decisión de compra. Por lo tanto, es importante que el productor extranjero se adapte a las necesidades del cliente y sea flexible en su oferta para mostrar su fidelidad.

El mercado local de la carne se divide, principalmente, en dos canales: 1) importadores de carne y 2) fabricantes locales de carne y de transformados cárnicos.

El canal de importadores de carne es un canal establecido que controla la entrada de toda la carne en el mercado y que suele trabajar con sus suministradores tradicionales, a los que tienen confianza desde hace tiempo. Es un canal con sólido posicionamiento en el mercado que ofrece a un suministrador relaciones comerciales duraderas y estables.

Este canal se enfoca en productos de una gama amplia: desde el segmento más económico que se utiliza para industria transformadora de carne hasta el Premium que va destinado al canal HORECA y unas cadenas de distribución especializadas en venta de productos de calidad.

La estrategia de los importadores por lo tanto es ampliar su portafolio con suministradores de todos los segmentos con el fin de ofrecer productos de diferentes gamas a su red de distribuidores locales. Habitualmente, las empresas locales importan varias marcas del mismo producto, ofreciendo a sus clientes una gama variada de calidad y precio.

Los productores locales de la carne y transformados cárnicos que suelen estar integrados verticalmente, desempeñando el rol del importador, fabricante y distribuidor, se hallan con el problema grave del control del coste de la producción. Baja productividad y carencia de tecnologías y recursos humanos calificados, junto con la necesidad de importar piensos, maquinaria, materia prima y aditivos para transformados cárnicos llevan a un coste de la producción muy elevado, con un precio de venta al público poco inferior al producto importado desde EEUU, o países europeos.

La estrategia de este canal incluye como un componente fundamental la realización de campañas de promoción en su área geográfica de distribución. Se trata de publicidad en la tele-

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

visión, degustaciones en sus puntos de venta y el pago de los costes de posicionamiento de las principales cadenas de distribución.

Los canales de distribución de los productos transformados cárnicos están más segmentados y por lo tanto ofrecen más posibilidades de entrada para exportadores extranjeros. Se definen 3 principales segmentos objetivo: Gourmet, Premium, Económico.

El segmento más desarrollado en el mercado local es el segmento económico, donde el factor precio es esencial. Está representado por productos domésticos que abastecen casi el 70% de la demanda local y productos importados desde Rusia y otros países CIS. Los productos se distribuyen en mercados abiertos, supermercados tipo *discounter* y tiendas de conveniencia. La estrategia de este canal se basa, principalmente, en ampliación de puntos de venta.

Los distribuidores locales de este segmento no invierten en promoción y marketing del producto, aprovechando de las campañas de promoción del reconocimiento de las marcas locales y rusas que realizan los fabricantes.

Otro segmento, el Premium, ofrece productos transformados cárnicos importados desde países europeos. Destacan Italia, Francia, España, y Lituania. Los productos están presentes en las principales cadenas de supermercados que ofrecen productos de gama media-alta.

Hasta el 2010 el número de estos supermercados se limitaba a 3 en todo el país. Sin embargo, los últimos 3-4 años se observa una evolución positiva en la construcción de estas cadenas de distribución en Kazajstán, sobre todo en Almaty y Astana, debido a la concentración de capital, expatriados e infraestructuras en esas ciudades.

Según el analista inmobiliario Jones Lang LaSalle, el área total de superficie comercial en Almaty y Astana asciende a alrededor de 360 mil metros cuadrados (m²), aunque sólo cuatro centros comerciales cumplen con los estándares internacionales. En Almaty, hay 41 m² de espacio de estantería moderna por cada 1.000 personas, en comparación con 150 m² en Moscú, lo que muestra el potencial de crecimiento del mercado.

Al día de hoy, destacan Ramstore (cadena turca Migros), Metro Cash and Carry alemana, X5 rusa, y una cadena de InterFood local.

No obstante, en el resto del país, el mercado de la distribución moderna está todavía en su etapa inicial del desarrollo. Esto se debe, en primer lugar, a una renta per cápita baja en zonas rurales, unas preferencias tradicionales de hacer compras en mercados abiertos y tiendas familiares de conveniencia, asimismo a un problema grave de almacenamiento de los productos.

En general, se observa una mejora de la situación en el mercado y un cambio de gustos de clase media del país hacía compras en las cadenas de distribución modernas.

Todo ello en conjunto, ha resultado en un aumento de las importaciones de transformados cárnicos. Como la competencia de posicionarse en este canal es fuerte por ser la oferta del producto bastante amplia, todos los supermercados locales aplican un coste elevado del posicionamiento. Por un lado, esto obliga a distribuidores a reducir sus márgenes y por el

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

otro, seleccionar solo aquellos suministradores que estén dispuestos a participar en estos gastos de introducción del producto en la distribución moderna.

El segmento Gourmet es nuevo y ha aparecido hace dos años. Es muy reducido y selectivo de marcas y ofrece delicatessen de gama alta en sus tiendas especializadas. Todavía son pocas las tiendas que se ubican, principalmente, en Almaty y Astana.

Importadores de este segmento suelen trabajar directamente con los fabricantes de las marcas más reconocidas del mundo, a las que hacen pedidos puntuales de pequeño volumen o a veces optan a comprar a los distribuidores locales que pueden ofrecer productos de alta calidad.

2.2. Estrategias para el contacto comercial

Es un país que negocia. Fácilmente las empresas pondrán en duda muchas condiciones. No se debe dar por hecho un acuerdo a pesar de las muestras de euforia de las partes locales. Se recomienda el uso de un traductor en las negociaciones.

No se percibe correctamente el abordar la negociación sin preámbulos, pues es visto como demasiado tosco. Es preferible siempre tener un mínimo de conversación amistosa antes de abordar la negociación.

Hay que cuidar mucho la relación personal, tan valorada como la contractual. Por ello, el hacer regalos e invitar a almuerzos es algo muy apreciado.

Es necesaria la constancia para establecer una relación de confianza. Por ello conviene remarcar el interés duradero y las relaciones de fidelidad. En caso de intuir la posibilidad de un cliente potencialmente interesante, se recomienda la invitación a España a visitar las instalaciones, con gastos pagados.

Con la independencia del país, ha emergido un fuerte sentimiento nacionalista, por lo que conviene ser especialmente generoso en halagos al país, sus gentes y costumbres, en particular al abordar a la etnia Kazaja. Ello implica evitar cualquier demostración de superioridad. Se recomienda hablar de Eurasia más que de Asia.

Las tarjetas de visita son muy comunes, preferiblemente a dos caras, una en ruso y otra en inglés. Transmite una imagen de formalidad. Los kazajos conceden gran importancia a los cargos profesionales, por lo que se deberían mencionar.

En las reuniones se recomienda entregar un dossier con los CV de los miembros del equipo. Los participantes del mismo rango se sentarán próximos para así facilitar el diálogo. El comienzo de la reunión será establecido, no así el de finalización. Las reuniones podrán adoptar forma de comida de negocios. El formalismo en la vestimenta es importante.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

2.3. Condiciones de acceso

1. Requisitos del producto.

Desde el año 2010, Kazajstán, Rusia y Bielorrusia forman parte de una Unión Aduanera creada por estos países, para favorecer el comercio y las inversiones en la región. Con la llegada de este nuevo proyecto, la normativa aduanera de estos países ha sufrido muchas modificaciones.

Aparte de la certificación del producto exportado, el procedimiento ya tratado en la parte sobre Barreras al comercio, la homologación incluye también los requisitos del embalaje, marcado y etiquetado.

Se aplican pues varias normativas técnicas sobre la seguridad de productos alimenticios No. 021/2011, sobre la seguridad de la carne y productos cárnicos No. 034/2013, sobre la seguridad de embalaje (normativa No. 005/2011) y demás que especifican los requisitos obligatorios de cada etapa del proceso de la producción del producto, su embalaje, transporte y el uso de etiquetas en el destino. Es importante tener en cuenta que los institutos autorizados de certificación de la Unión Aduanera requieren que la documentación técnica del producto, marcado en el embalaje y en etiquetas sea en ruso y/o kazajo. Por lo tanto, en mayoría de los casos los distribuidores locales solicitan a su suministrador que comparte los gastos de traducción y producción de etiquetas.

2. Forma de pago

El pago por adelantado es un medio de pago preferido. Se puede acordar una prórroga (30 días máximo), pero se recomienda solo en el caso de un crédito documentario confirmado.

Los retrasos del pago existen, aunque no son frecuentes, salvo si no existe una garantía. Los principales bancos del país (BTA, Kazkomertzbank, Halyk Bank, HSBK) pueden otorgar garantías bancarias aunque su coste es elevado y el listado de documentos necesarios es largo.

Las Agencias de seguro de crédito a la exportación y de evaluación de riesgos: CESCE, COFACE, EULER, etc., asocian un riesgo comercial medio/elevado. En el caso de CESCE, a medio y largo plazo desde 2013 no hay política de cobertura establecida, y a corto plazo la cobertura está abierta sin restricciones. Se recomienda pedir garantía soberana.

2.4. Condiciones de suministro

Kazajstán es un país centroasiático aislado y sin acceso al mar. La ruta más habitual para la carne y productos cárnicos es el terrestre. Para grandes envíos de carne refrigerada o congelada procedente de América se utiliza el barco hasta el mar Báltico y desde ahí en transporte por carretera. Es un medio más económico con un plazo medio de viaje de 15-20 días.

El plazo resulta ser tan largo porque existen solo dos principales carreteras que llevan a través de Rusia a Kazajstán. Son o bien a través de Letonia, donde se acumulan también camiones de Rusia, o bien a través de Bielorrusia, una ruta menos utilizada debido a la inseguridad del tránsito.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Además de las causas debidas a la lentitud del transporte y las malas redes de comunicaciones en el país, hay que señalar que otra de las principales causas para el elevado coste de transporte es el reducido tráfico de mercancías entre los dos países, lo que crea una espiral de la cual es muy difícil salir.

Es muy caro el transporte entre España y Kazajstán, luego es difícil alcanzar precios competitivos, y como hay pocas empresas que traen o importan mercancía desde Kazajstán, los precios del transporte son elevados.

A modo orientativo se facilitan unos precios de transporte de la carne desde España a Kazajstán en camiones frigoríficos: 8.000-9.000€. Si el fabricante decide a transportar la mercancía a través de la ruta más usual, esto es, hasta Riga en barco y de allí en tren hasta Almaty los costes suelen ser de unos 6.500 euros para un 20'.

El INCOTERM más utilizado es el CIF, por las dificultades logísticas y burocráticas que entraña el país.

Igual que en Rusia, para poder importar mercancías cuya compra está sujeta al pago en divisas, los importadores locales están obligados a firmar un contrato con el suministrador. Este contrato da derecho al pago del producto en divisa y desaduanaje de la mercancía y tramitación de los certificados necesarios.

2.5. Promoción y publicidad

La promoción más habitual de productos transformados cárnicos en el mercado local es una realización de degustaciones en los supermercados o tiendas especializadas. Otro medio de promoción del producto es a través de las campañas de televisión que realizan grandes fabricantes rusos de transformados cárnicos. Como en Kazajstán se retransmiten el 90% de los canales rusos, la información sobre nuevos productos o marcas llega al consumidor final kazajo. Los fabricantes locales, que en su mayoría son empresas medianas y regionales, no realizan grandes campañas nacionales de promoción, sino se limitan a dar a conocer su producto en el área donde se ubican.

Para la promoción de productos Gourmet o Premium, sobre todo, destinados al sector restauración y hoteles, a veces se organizan eventos gastronómicos, invitando a clientes finales para degustaciones del nuevo producto.

Hay que señalar que el segmento gourmet en el país se encuentra en su primera fase de desarrollo y muchos medios de promoción no se utilizan todavía. Tampoco se sabe sobre organización de seminarios o master - clases u otros instrumentos dirigidos a la auditoría profesional del sector carne y transformados.

2.6. Tendencias de la distribución

-Incremento de ingresos de la población local y un aumento del consumo de la carne y productos transformados cárnicos han abierto una puerta hacia nuevos productos importados. El liderazgo del producto ruso es indiscutible gracias a la fortaleza de las marcas rusas en el mercado local, su amplia gama de productos presente y un precio competitivo.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

-Apertura de nuevos supermercados en las principales ciudades del país ha aumentado las importaciones de productos transformados cárnicos de origen europeo y los ha hecho más accesibles para el consumidor local.

- Aparece una forma moderna de distribución, con los costes de posicionamiento elevados en los supermercados.

-Aumento de importaciones de la carne del sector Premium para el sector HORECA.

-Apertura de tiendas Gourmet especializadas donde están presentes los productos de gama alta y de surtido sofisticado.

-Con la puesta en marcha de las restricciones de las importaciones de la carne y productos cárnicos en 2013, la carne rusa, sobre todo el cerdo, ha multiplicado su presencia en el mercado local. Sus precios bajos y plazos de entrega cortos hacen la producción doméstica de la carne y productos transformados aún menos competitivas y rentables.

ICEEX

IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

La población, estimada en febrero 2013 en 16.856.000, presenta mayoría de mujeres (51,8%) y una variada composición étnica: kazajos 63%, rusa 24%, ucraniana 2,1%, uzbeca 2,8%, alemana 1,1%, uygur 1,4%, otras 5%, según el último censo. Su crecimiento ha sido negativo hasta 2006 por la fuerte emigración de alemanes y rusos desde la independencia del país; pero la reciente inmigración de kazajos exiliados y otros vecinos ha devuelto el crecimiento a una senda positiva.

El proceso de urbanización progresa de forma lenta pero continuada y la población urbana roza hoy el 55% de la total. Las ciudades principales son Almaty (1,45 Millones), Karaganda (0,48 M), Astana (0,7 M) y Shymkent (0,6 M).

Kazajstán es un país joven, con una población cuya edad media es de 29,5 años (30,9 las mujeres y 28,1 los hombres).

La distribución poblacional por edades y sexo muestra cómo, a partir de los 69 años, las mujeres doblan prácticamente al número de hombres debido a la reducida esperanza media de vida de éstos (64 años), sensiblemente inferior a la de las mujeres (74 años).

El reparto por grupos es el siguiente:

0-14 años: 24,7% (hombres 2.199.491/mujeres 2.189.036)

15-64 años: 68,4% (hombres 5.884.045/mujeres 6.251.870)

65 años y por encima: 6,8% (hombres 415.903/mujeres 796.551)

La situación demográfica en Kazajstán se caracteriza por un lado, por un incremento matrimonios (aumento de un 25% los últimos 15 años) y un descenso de número de hijos en los matrimonios.

La edad media de contraer matrimonio se mantiene igual los últimos 5 años y es de 26,9 años. El número medio de hijos en el país es de 3,5.

Asimismo, se observa una tendencia del crecimiento de parejas de hecho y tener hijos fuera del matrimonio. Así, según las estadísticas nacionales el 25% de las madres dan a luz a sus hijos fuera del matrimonio.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.2. Factores económicos

La economía de Kazajstán es una economía fuertemente dependiente de sus exportaciones de petróleo y materias primas, con una producción local escasa y un proceso lento de urbanización.

Muy vulnerable a shocks externos, Kazajstán fue una de las primeras víctimas de la crisis financiera del 2007, que vino a poner fin al “boom” en el sector de construcción que experimentaba el país desde el 2004.

Entre los años 2000 y 2007, la economía de Kazajstán experimentó un importante desarrollo, con un crecimiento medio de su PIB del 10%. Con el estallido de la crisis mundial de 2008, se redujeron estas elevadas cifras, sin embargo, el crecimiento continuó siendo significativo con respecto al impacto que recibieron los países más desarrollados. El aumento del precio de las *commodities* y las medidas tomadas por el gobierno, se tradujeron en un crecimiento del PIB del 7,5% en 2011, en el 5% en 2012 y de un 6% en 2013 (según previsiones del Banco Mundial). La inflación se mantiene en un nivel de 6%-5,9% los últimos dos años.

En el sector exterior el saldo de la balanza de cuenta corriente mostró un descenso de un 45% en el 2012 y representó un 4,7% del PIB, respecto al 7,3% del PIB en el año 2011.

El superávit comercial de \$ 44.673 M, mostró una caída de un - 5% el año 2012 respecto al año anterior, fruto de un aumento de las importaciones a una tasa superior a la de las exportaciones.

La política fiscal del año 2011 se ha caracterizado por una reducción del déficit público del 2,5% al 2,1%, fruto de mayores precios del petróleo, aumento de las tasas a la exportación del petróleo, reforma del sistema impositivo (se pasa de forma gradual a aplicar una "tax-flat" del 10-20%), mayores transferencias por parte de Rusia en el marco de la Unión Aduanera y crecimiento económico robusto. En el año 2011, los ingresos representaron el 19,7% del PIB y los gastos públicos eran del 21,7% del PIB.

El año 2012 se cerró con un déficit público del 3%, por encima del 2,1% del año anterior, debido a una reducción de la recaudación de impuestos.

En 2013 se espera mejorar la posición de las finanzas públicas teniendo en cuenta los ingresos procedentes del yacimiento de Kashagan y de la puesta en marcha del esquema de privatización People's IPO a finales del 2012.

La política monetaria del país desde la devaluación de un 25% de la moneda local desde 2009 ha sido orientada a favorecer la estabilidad del tipo de cambio y el mantenimiento de unas buenas condiciones de demanda más que a un control de la evolución de precios a través de los tipo de interés oficiales (en el 5,5% desde agosto 2012).

Hay que señalar que la moneda kazaja, el tengue, está vinculada a una cesta de monedas que desde septiembre 2013 tienen el siguiente peso: dólar americano 70%, euro 20% y rublo 10%.

En el primer semestre de 2013 la presión de devaluación sobre el tengue fue grande, en un contexto de debilidad del rublo. En aras de poner freno a esta presión sobre el tengue, el Banco Nacional de Kazajstán (BNK) se vio obligado a intervenir, lo que se reflejó en una caída del 13% de las reservas.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

El 11 de febrero 2014 el Banco central de Kazajstán anunció una devaluación de un 20% de la moneda local. A partir de ese día la cotización anunciada por el Gobernador del Banco Central es de 185 tengue/USD, y se mantendrá a corto plazo esta cotización en una banda +/- 3 tengue. La cotización de tengue/euro es de 250-254.

Las ventas de crudos y las inversiones de consorcios de exploración de crudos y minerales han llevado la renta per cápita en 2011 a 12.700 dólares y en 2012 alcanza los 13.900 dólares (siendo de 6.900 dólares en 2009, según datos del Banco Nacional de Kazajstán). No obstante, renta y riqueza están desigualmente distribuidas por estratos sociales, zonas territoriales e incluso sectores de actividad.

1.3. Distribución de la renta disponible

El conjunto de la renta se encuentra muy concentrado en las principales áreas urbanas. Como muestra del desequilibrio geográfico, los niveles de renta monetaria per cápita de Atyrauskaya, Manguistauskaya o de las ciudades de Astana y Almaty cuadruplican la de Zambyskaya oblast o la provincia del Sur de Kazajstán.

Así, según los datos estadísticos del 2012 el salario medio en el país era de 500€. Sin embargo, en Almaty el salario medio llegó a 781€, mientras que en la provincia Zhambylskaya el salario medio apenas ascendió a 380€.

Paralelamente se dan grandes diferencias salariales por ramas de actividad: el salario medio de un empleado de banca dobla la media del trabajador industrial y cuadriplica los percibidos en salud o educación. El salario mínimo en 2012 era de 91€ (17 439 tengue).

Según el último informe anual de la ONU, Kazajstán ocupa el puesto 68 de 187 países en términos de desarrollo humano (índice de 0,745), la tasa de alfabetización es del 99,6% aunque sólo el 11% de la población dispone de educación primaria.

Un estudio de mayo 2012, de ATF Bank y Unicredit, muestra como el poder de compra de los hogares ha incrementado el último año 2011 debido a una población en crecimiento y a los mayores ingresos per cápita (en un contexto de crecimiento de empleo y de salarios). Esto es más patente en las grandes ciudades (Almaty y Astana a la cabeza) y en las regiones productoras de petróleo del Caspio (Atyrau y Manguistay).

Por el contrario, en zonas rurales, la baja productividad, combinada con menores ingresos y bajas tasas de ahorro, son serios obstáculos para fomentar la inversión y el desarrollo de estas zonas.

En general, los consumidores kazajos tienden más al gasto que al ahorro de sus ingresos. Así, la cuota de representantes de la clase media que tienen ahorros bancarios no supera el 12%.

En el sector bancario se observa un crecimiento de la financiación al consumo en el país. La emisión de tarjetas de crédito aumenta con una tasa de un 22% al año. Al día de 1 de febrero 2013 el número de tarjetas en circulación ascendió a 11,3 millones (tarjetas de débito - 79,2%, tarjetas de crédito -18,4%), frente a 6,5 millones en 2009.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.4. Tendencias sociopolíticas

Kazajstán fue la última de las ex-repúblicas soviéticas en declarar su independencia (diciembre de 1991), hecho al que no fue ajeno que este país sea el de mayor diversidad étnica de la zona. A pesar de ello, ha logrado mantener por el momento la estabilidad, unas relaciones interétnicas pacíficas y un notable crecimiento económico interrumpido por la reciente crisis, de la que los datos macroeconómicos recientes indican que se ha recuperado. El presidente Nursultan Nazarbayev viene gobernando el país desde su independencia controlando los poderes legislativo y judicial.

El país juega cada vez más activo el papel estabilizador en la región, destacándose los siguientes objetivos a nivel de relaciones externas: el proceso de integración regional de Asia Central, el Espacio Económico Común con Rusia y Bielorrusia (que entró en funcionamiento en enero 2012 lo que permitiría la libre circulación de personas, mercancías, servicios y capitales) y el desarrollo sostenible con especial énfasis en energía y medio ambiente. No hay que olvidar las buenas relaciones que mantiene Kazajstán, no sólo con Rusia, sino con China, cada vez un socio energético más importante y una vía fundamental para diversificar las exportaciones. Prueba de este papel estabilizador a nivel internacional, es el apoyo recibido por la candidatura de Astana para ser sede de la Expo 2017.

En el período transicional después del colapso de la Unión Soviética el país se dividió en 3 principales clases sociales. El proceso de la estratificación social está todavía en una etapa inicial de su desarrollo.

Clase alta

Según estimaciones de los analistas sociólogos, la clase alta no supera el 10% y se divide en dos segmentos: la clase alta que comprende un 6,8%, y la élite del país con un 2,1%.

Son directivos de las principales empresas establecidas en el país, sobre todo nacionales de materias primas (petróleo y gas, minería) y funcionarios de altos cargos. Estos dos grupos controlan la distribución de un 98% de la riqueza del país, y componen un 1,5% de la población kazaja. La revista FORBES en su rating del 2012 ha calculado que el conjunto de los ingresos de la clase alta del país es equivalente a un 4,5% del PIB nacional (frente a un 6,7% en 2011).

El índice de los deciles de ingreso per cápita es muy alto, la diferenciación de ingresos de los más ricos sobrepasa 29 veces los ingresos de los más pobres, frente a un índice de 4,8 en los países desarrollados. El índice de Gini es de 0,34.

Es una clase cerrada que vive en mansiones en Astana o Almaty, veranea en Europa donde posee villas de lujo y se caracterizan por un consumismo exagerado de bienes y servicios de lujo.

Clase media

La cuota de la población activa en el país asciende a 67,7% o 11 millones de habitantes.

La clase media comprende un 28,6% de la población activa con unos ingresos mensuales de 600€. Otro 27,6% de la población que también se consideran la clase media, tiene ingresos inferiores que oscilan entre 300€ hasta 600 € al mes.

Según análisis elaborado en 2011 por el Instituto Nacional de Estudios Estratégicos (KISI), un representante de clase media es un barón de etnia kazaja de 35-44 años, que vive en las principales ciudades del país (Almaty, Astana, Atyrau, Mangistau y Aktobe). Un 25% de la clase media se concentra en Almaty.

Es normalmente un profesional contratado en el sector de servicios o comercio. La cuota de empresarios que pertenecen a la clase media no supera un 20% de la población.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

La clase media es un estrato de consumidores de bienes. Así, según varios estudios la clase media consume entre un 50% y un 80% de todos los productos presentes en el país.

Tienden más al gasto que al ahorro de sus ingresos. La cuota de representantes de la clase media que tienen ahorros bancarios no supera el 12%.

Mensualmente el consumidor de la clase media gasta alrededor de un 25% de sus ingresos en productos alimenticios de calidad de marcas reconocidas. En su mayoría tienen hábitos de consumo similar a las habituales en los países occidentales.

Clase baja

Según estudios realizados la cuota de la clase baja con un renta igual o inferior a 715€ al año llega al 45% de la población activa, que compone casi 5 millones de trabajadores del país. Suelen ser profesionales en los sectores menos dotados, como son la educación, sanidad, agricultura. Según resultados de las encuestas, los representantes de esta clase experimentan problemas financieros de abastecerse con productos alimenticios y no pueden permitirse comprar productos de calidad. Suelen hacer compras en mercados abiertos y en supermercados tipo *discounter*.

1.5. Tendencias culturales

Kazajstán es un país con una historia rica basada en la cultura antigua de nómadas kazajos. El país cuenta con gran variedad de monumentos, museos, teatros, librerías, manuscritos y antigüedades. La herencia cultural del país ha incorporado la diversidad de valores culturales de las diversas etnias que habitan Kazajstán. La posición geográfica del país, en el centro de Eurasia, el continente más grande del planeta, ha determinado su participación en muchos acontecimientos históricos. Destaca, por ejemplo, la Ruta de Seda que en la antigüedad unía Oriente con Occidente, atravesaba el sur de Kazajstán y enriquecía el país con diferentes culturas, tradiciones y religiones.

Hoy el día, Kazajstán hace esfuerzos en restaurar y promover su cultura, idioma y tradiciones en la vida cotidiana. Se organizan conciertos, ferias, exhibiciones en las principales ciudades del país y en el extranjero. Como se ha mencionado en un apartado anterior, ha emergido un fuerte sentimiento nacionalista, por lo que conviene ser especialmente generoso en halagos al país, sus gentes y costumbres, en particular al abordar a la etnia Kazaja.

Paralelamente, se observa un proceso acelerado de occidentalización de la población kazaja después de un período estricto en la época de la Unión Soviética. Cada año se abren más cadenas de cines modernas, restaurantes de cocina italiana, vinotecas y tiendas gourmet con marcas francesas, italianas y españolas. La televisión y radio kazaja retransmiten películas, música, series americanas y europeas con mucho éxito. Las boutiques de prendas y accesorios de moda de las marcas más reconocidas en el mundo se abren anualmente en Almaty y Astana (Zara, GAP, Luis Vuitton, Brioni, etc.) y se prevé que esta tendencia se mantendrá a largo plazo.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

1.6. Tendencias legislativas

En Kazajstán destacan los siguientes procesos de integración:

- **La Unión Aduanera** entre Rusia-Bielorrusia-Kazajstán, se creó el 1 de enero del 2010 y comenzó a ser operativa el 1 de julio del 2011. La creación de la UA ha supuesto armonizar normativas aduaneras, regulaciones técnicas y procedimientos de acceso al mercado.

Asimismo, la creación de la Unión ha resultado en un incremento del arancel medio (antes situado en el 7%), afectando en el caso de España aproximadamente al 25% de las exportaciones a lo que habría que añadir una importante desviación de comercio hacia Rusia y otros países que tienen acuerdos preferenciales con Kazajstán. Este hecho es especialmente relevante en partidas clave de exportaciones españolas como textil, radares y material ferroviario.

En abril 2013 Rusia, que actúa como un determinante de política comercial dentro de la Unión Aduanera, prohibió la exportación desde España de todos los productos de origen animal, que requieren certificado veterinario, por falta de confianza en los servicios veterinarios españoles al desconocer e incumplir los requisitos y legislación de exportación a la Unión Aduanera. Esta restricción se ha hecho extensiva a Kazajstán.

- **El Espacio Económico Único** (SES en sus siglas en inglés, Single Economic Space), se estableció en Yalta en 2003, entre Rusia, Bielorrusia, Kazajstán y Ucrania.

- **Unión Euroasiática:** en los últimos tiempos, el megaproyecto de la idea de establecer una Unión Euroasiática entre algunos países de la extinta Unión Soviética, va tomando forma. Así, de acuerdo con recientes declaraciones del Primer Ministro ruso Vladimir Putin, del Presidente bielorruso Alexander Lukashenka y del Presidente kazajo Nursultan Nazarbayev, la idea es establecer un puente entre las dinámicas economías europeas y asiáticas, crear una unión monetaria y servir de plataforma para la integración de otros países de la extinta Unión Soviética. Todo ello en aras de favorecer el progreso y el bienestar de estos países.

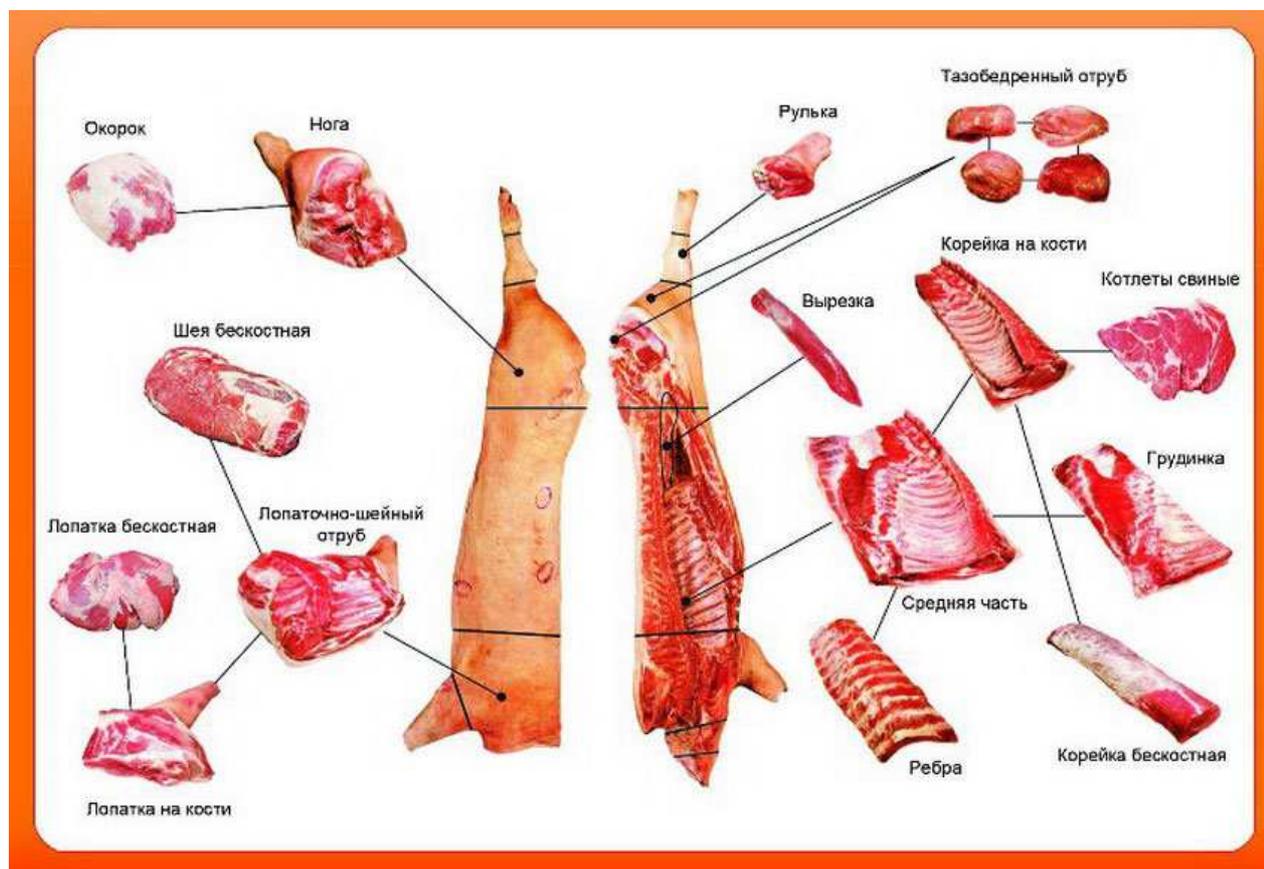
- **OMC:** Kazajstán tiene solicitada la entrada desde 1996, esperando obtenerla, por fin, en 2015. Actualmente las negociaciones multilaterales están muy avanzadas, aunque se necesita revisar técnicamente todos los puntos del acuerdo para ver si el país cumple efectivamente con todos los requerimientos.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

Tradicionalmente Kazajstán utiliza el mismo corte de porcino que Rusia y otros países ex soviéticos. A continuación se muestra un corte más utilizado en el país:

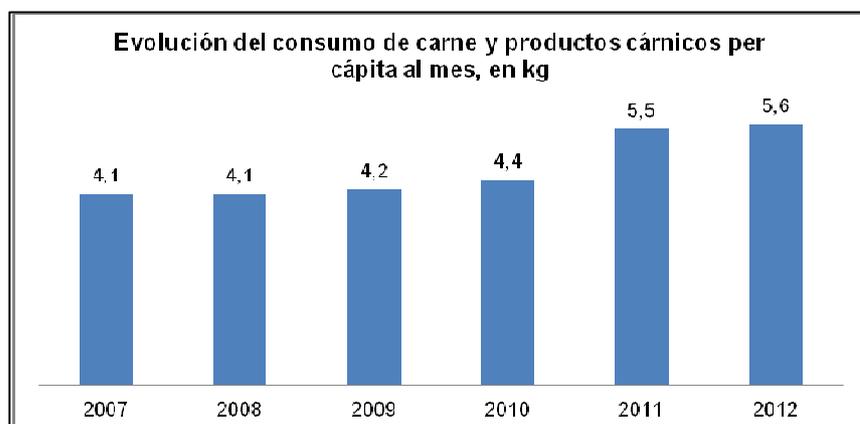
EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuente: Rokos Product

Según datos oficiales, los últimos 6 años el consumo per cápita de la carne y productos transformados cárnicos en el país ha crecido un 36% respecto al año 2007 y ha llegado a unos 5,6 kg per cápita consumido mensualmente en 2012. El consumo de embutidos en áreas rurales es superior al consumo en áreas urbanas.

Destaca el crecimiento del consumo en los últimos dos años: el 2011 y el 2012, cuando Kazajstán entró en una etapa de su recuperación económica.

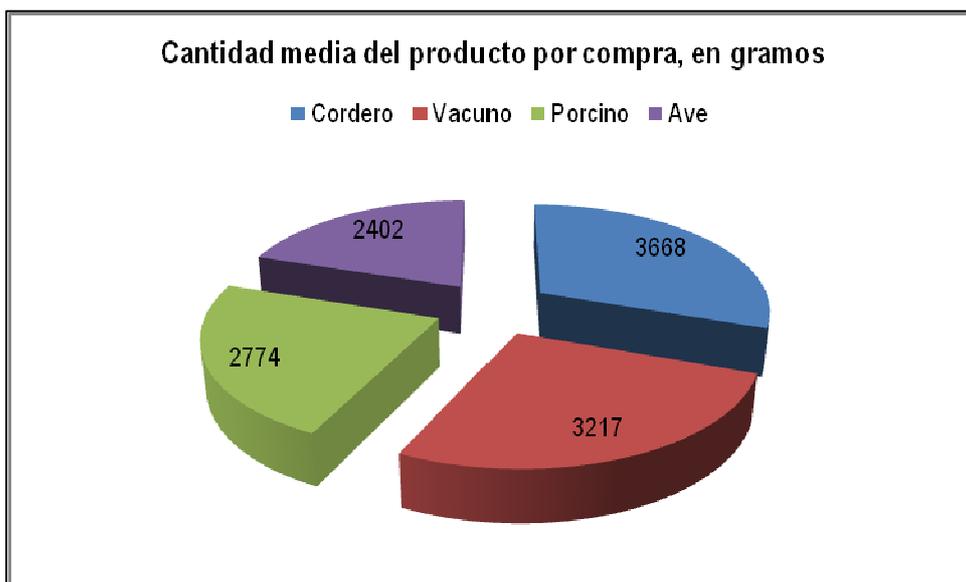


Fuente: Agencia de estadísticas nacional

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Las encuestas realizadas en 2011 por BUSINESS MEDIA GROUP mostraron que el 94% de la población urbana y el 74% de la población rural consumen productos transformados cárnicos con mucha frecuencia.

Los consumidores kazajos cuando se van de compra habitualmente compran más cantidades de la carne de vacuno y la de cordero. La menor cantidad por compra se trata de embutidos semiahumados y curados.



Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

La cantidad media de embutidos cocidos en el país llega a 1 kg por compra, mientras que la cantidad de ahumados cocidos y semiahumados y curados es de 908 gramos y 821 gramos respectivamente.

Cantidad media del producto por compra, desglosada por provincias, en gramos

Provincias	Embutidos cocidos	Ahumados cocidos	Semiahumados y curados
Akmolinskaya	1119,44	1037,14	825
Aktubinskaya	982,26	1050,9	954,05
Almatinskaya	879,33	892,42	884,81
Atyrauskaya	1250	915	1117,5
Este de Kazajstán	922,55	800	765,45
Zhambylskaya	973,38	801,79	755,56
Oeste de Kazajstán	1307,69	900	812,5
Karagandinskaya	1037,96	1035,05	760,98
Kostanayskaya	1145,83	921,21	768,75

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Kyzylordinskaya	913,64	681,82	500
Mangistauskaya	895,24	1017,89	600
Pavlodarskaya	820,42	698,11	789,78
Norte de Kazajstán	861,9	782	780
Sur de Kazajstán	835,06	828,33	1161,67
Ciudad de Almaty	893,22	856,51	762,26
Ciudad de Astana	1232,56	1302,94	896
TOTAL	16070,48	14521,11	13134,31
Área urbana	948,69	899,88	845,75
Área rural	1005,99	913,05	982,59

Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

2.2. Hábitos de compra

Tradicionalmente, las mujeres en Kazajstán siempre han sido amas de casa. Se encargaban de hacer compras de productos alimenticios, cocinar para su familia, hacer limpieza, supervisar la educación de sus hijos etc.

Últimamente, el rol de la mujer kazaja en la sociedad moderna ha cambiado, la mayoría de las mujeres trabajan igual que los hombres. Sin embargo, sigue siendo una mujer que compra productos alimenticios a su familia. Según las encuestas realizadas hacer poco, el 90% de la población encargada de hacer compras, son mujeres.

No obstante, el consumidor final de la carne y productos cárnicos es el hombre. Tradicionalmente, la etnia kazaja es la que más consume la carne, debido a la peculiaridad de su cocina, en que en cada plato se utiliza la carne.

A continuación se ofrece un perfil socio-demográfico de un comprador habitual de la carne y productos cárnicos en Kazajstán.

Edad	18-29 años	28%
	30-39 años	23%
	40-49 años	21%
	50-59 años	12%
	superior a 60 años	16%
Etnia	kazajos	42%

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

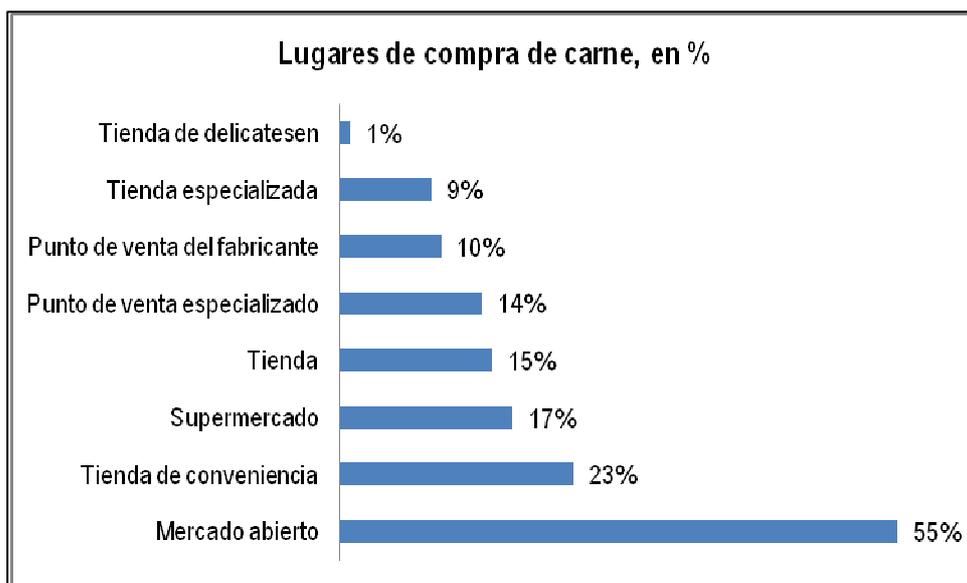
	rusos	40%
	otros	18%
Estado civil	casados/parejas	32%
	solteros/divorciados	68%
Educación	Primaria	6%
	Secundaria	58%
	Universitaria	36%
Ingreso mensual en USD	hasta 300\$	23%
	301\$-550\$	24%
	551\$-1000\$	34%
	superior a 1000\$	10%

Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

Lugares habituales de compra

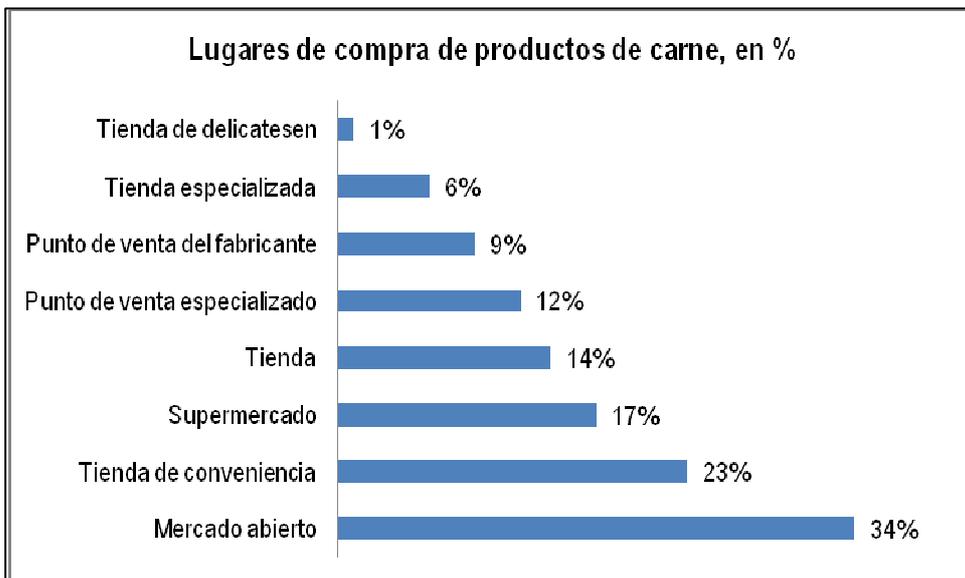
Los hábitos de compra tradicionales todavía predominan en el país. Con el sistema de distribución moderna aún rudimentaria fuera de las principales ciudades de Kazajstán, la mayoría de los consumidores prefieren hacer compras de la carne y productos cárnicos en mercados abiertos.

A continuación se muestra un gráfico con las preferencias de hacer compras de los encuestados:



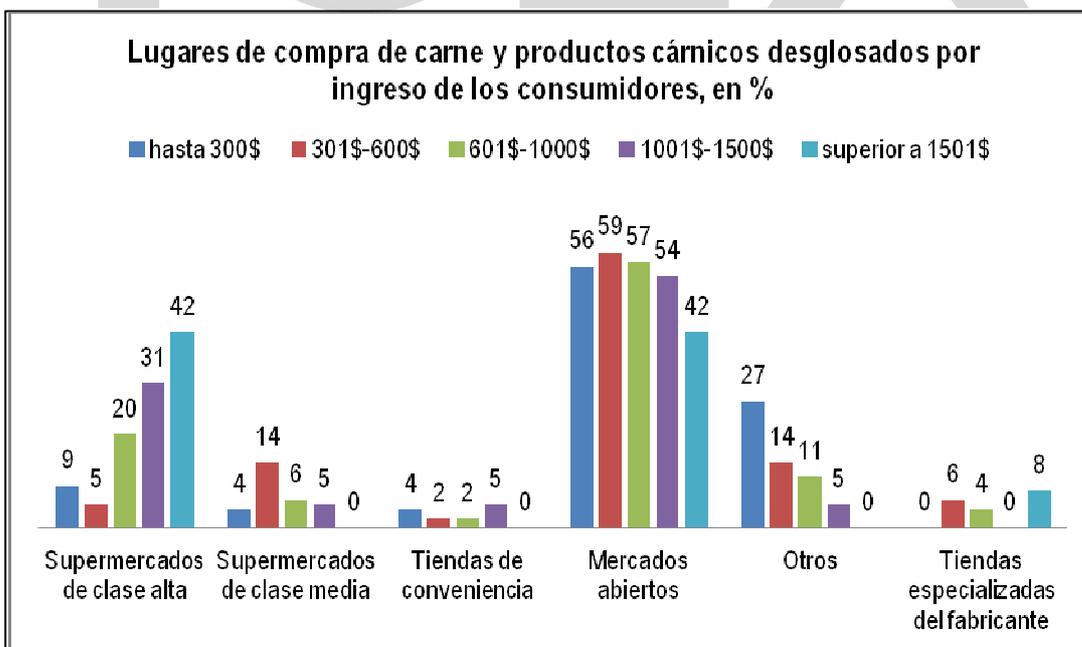
Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

La situación cambia al desglosar los lugares habituales por ingresos de los consumidores. Se observa que una cuota de compras en el mercado abierto, aunque sigue manteniéndose alta, abre camino a las cadenas de distribución moderna. Se prevé un crecimiento de la tendencia de comprar carne en supermercados y tiendas especializadas a corto y medio plazo.

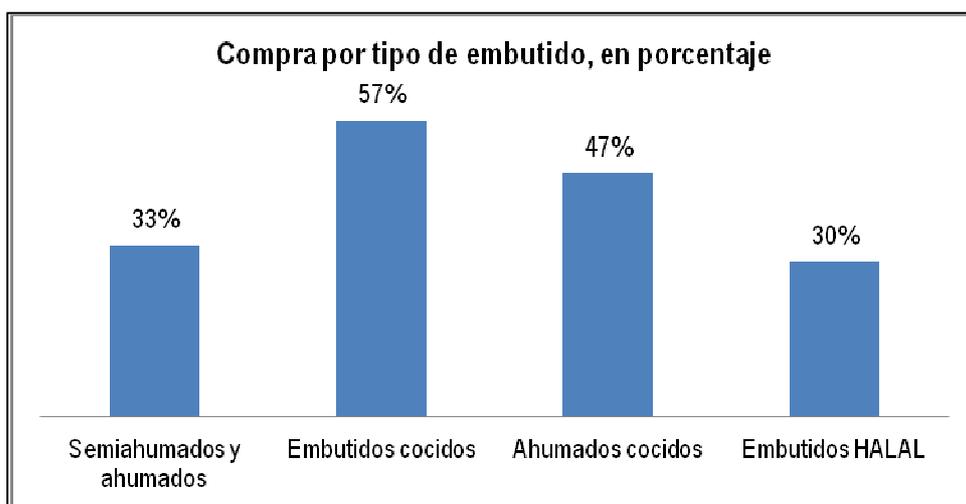


Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

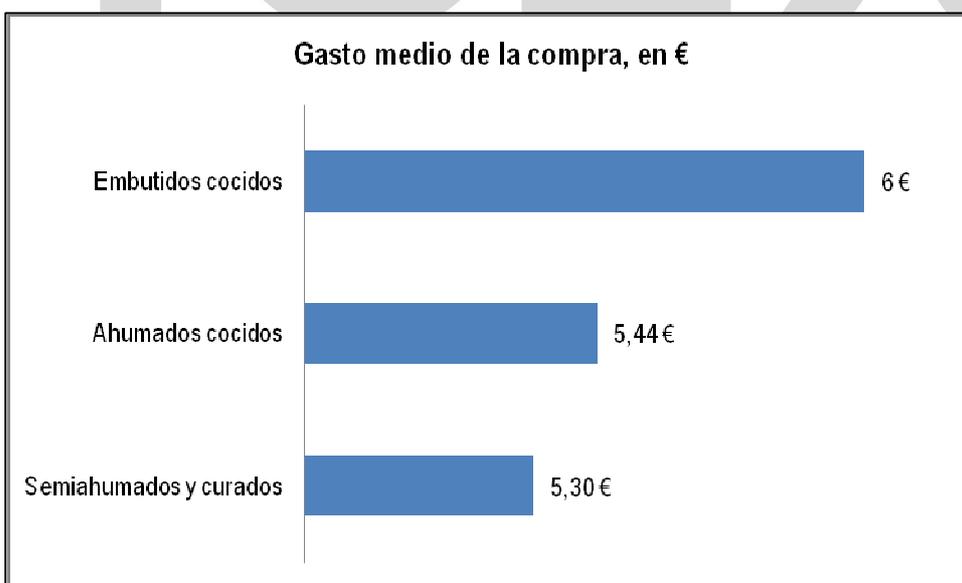
EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

En cuanto al tipo de embutido, casi el 60% de los kazajos prefieren comprar embutidos cocidos, el 47% optan por embutidos ahumados cocidos y el 33% de la población compran embutidos semiahumados y ahumados.

El último año 2012 se observa un crecimiento importante del consumo de los productos Halal. En su análisis de hábitos del consumo en Kazajstán EuroMonitor estima que alrededor de un 30% de la población kazaja compra embutidos Halal. Se prevé una evolución positiva en este segmento a corto y medio plazo.



Fuentes: DAMU, EuroMonitor



Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor

El consumidor kazajo paga más por un producto de menor calidad que los consumidores occidentales. La principal razón de esta tendencia es un oligopolio en el mercado local que se caracteriza por un número reducido de las empresas locales del sector y unas barreras infranqueables para nuevos operadores para entrar en el mercado.

Por otro lado, los costes altos de producción, la dependencia total de los precios de la materia prima, gansos, equipo etc. y un sistema de apoyo financiero del Estado insuficiente hacen que el producto doméstico tenga una calidad inferior y un precio elevado respecto al producto importado.

En general, los precios de la carne en Kazajstán son elevados debido a:

- aranceles y barreras de entrada elevadas
- márgenes comerciales elevados
- política del estado de mantener los precios elevados para garantizar la rentabilidad de los proyectos de inversión en el sector
- sistema de almacenes poco desarrollado y como consecuencia, costes altos de almacenamiento del producto
- costes altos de posicionamiento del producto en la distribución moderna.

2.4. Preferencias

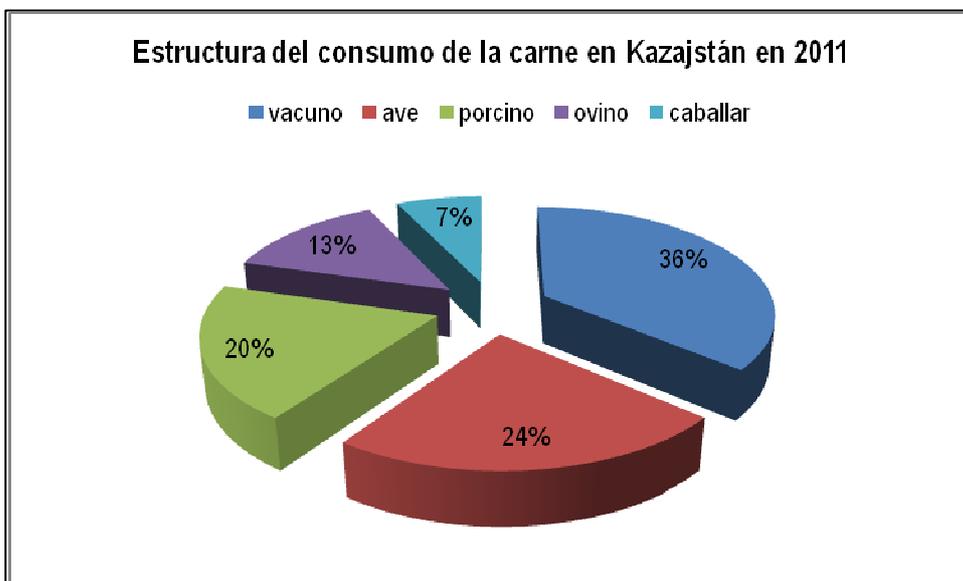
Habitualmente, la población kazaja siempre consume mucha carne porque forma parte de su dieta diaria. En la época soviética de los años 90 el consumo per cápita de la carne superaba los 70 kg/año. Tras un periodo largo de estagnación del sector de ganadería, causado por el colapso de la Unión Soviética y la crisis económica del nuevo país de Kazajstán, la producción local de la carne y de la industria transformadora de la carne disminuyó considerablemente. Muchas empresas locales del sector quebraban y cerraban. El consumo per cápita de la carne en 2005 descendió a 39 kg/año.

La situación se mantenía igual hasta el 2007 cuando el Estado empezó a prestar alguna atención al sector y lanzó unos programas de desarrollo del sector de ganadería y de agricultura en general. Fruto de estos programas, junto con un desarrollo económico del país y el consecuente incremento de los ingresos de la población, ha sido un aumento del consumo per cápita de la carne hasta los 67,2 kg/año (datos 2012).

De esos, el 36% es vacuno, el 24% es carne de ave, el 20% es porcino y el 13% y el 7% son carne bovina y caballar respectivamente.

Según los analistas del sector, se observa un crecimiento anual de un 7% de la demanda local de la carne.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



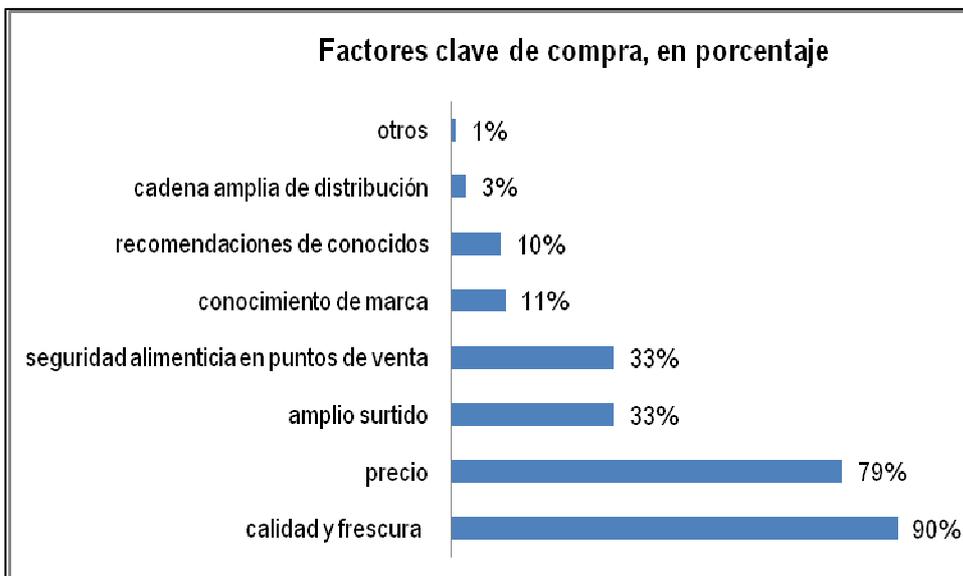
Fuentes: Agencia de estadísticas de Kazajstán, KazAgroFinance

En el segmento Premium, la carne más apreciada es el vacuno que proviene de Australia y Argentina. En restaurantes de Almaty y Astana, el precio de un chuletón oscila entre 25 y 32 euros. En los hoteles de cinco estrellas, ofrecen el mismo chuletón por 50-60 euros.

Últimamente, el vacuno del segmento Premium ha aparecido en algunos supermercados de alta clase y en las tiendas Gourmet. Todo esto pone de manifiesto una evidente demanda creciente de la clase media-alta y alta de productos de alta calidad.

Sin embargo, para un consumidor final promedio el factor de compra más importante es la calidad y frescura del producto (el 90% de los encuestados) y el precio (el 79%).

No es determinante para la compra una cadena amplia de distribución del producto y presencia de puntos de venta especializados.



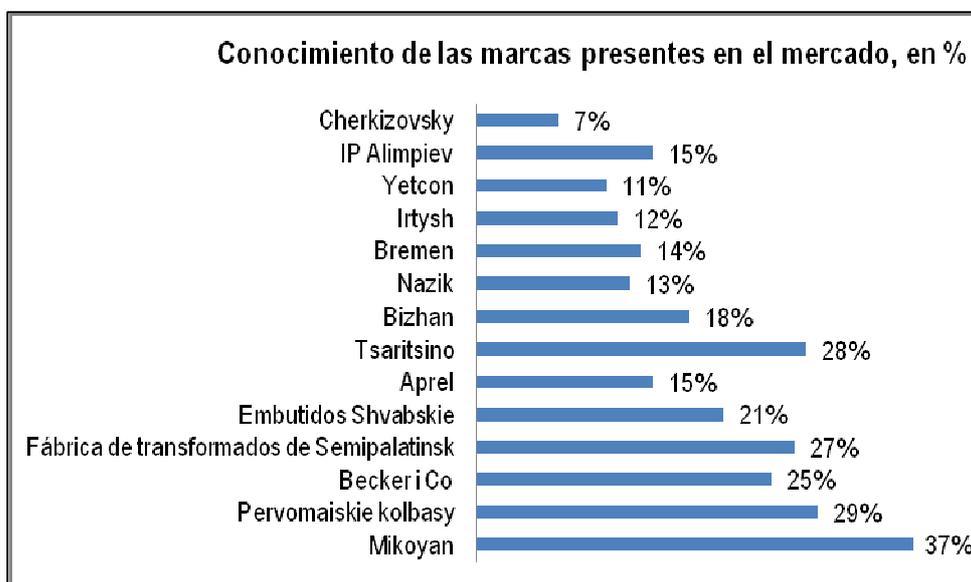
Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

En cuanto al sector de embutidos, aunque la cuota de las importaciones supera un 40%, los consumidores locales prefieren en su mayoría las marcas locales y rusas de embutidos. El conocimiento de las marcas presentes en el país se limita por provincias, donde operan los fabricantes locales.

Una marca - líder de ventas de los productos transformados cárnicos en el país es Mikoyan, una fábrica rusa que en 2013 obtuvo una cuota de ventas de un 6 % en el mercado. Las marcas locales más conocidas, según la encuesta, son Pervomaiskie kolbasy, Becker y Co, y la fábrica de transformados cárnicos de Semipalatinsk.

A continuación, se ofrece un gráfico del conocimiento de las marcas de productos transformados cárnicos en Kazajstán:

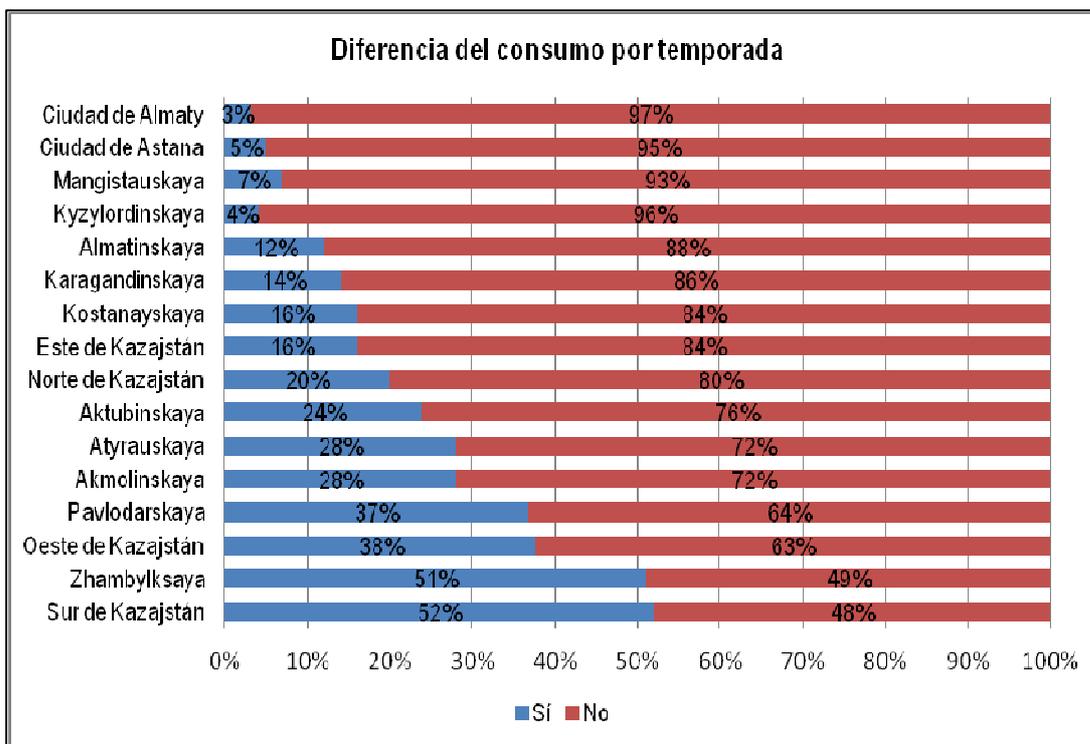


Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

En cuanto a la temporalidad del consumo de la carne, se observa que para la mayoría de los consumidores este factor no es determinante. Solo un 26% de todos los encuestados confirmaron que su consumo dependía de la temporada.

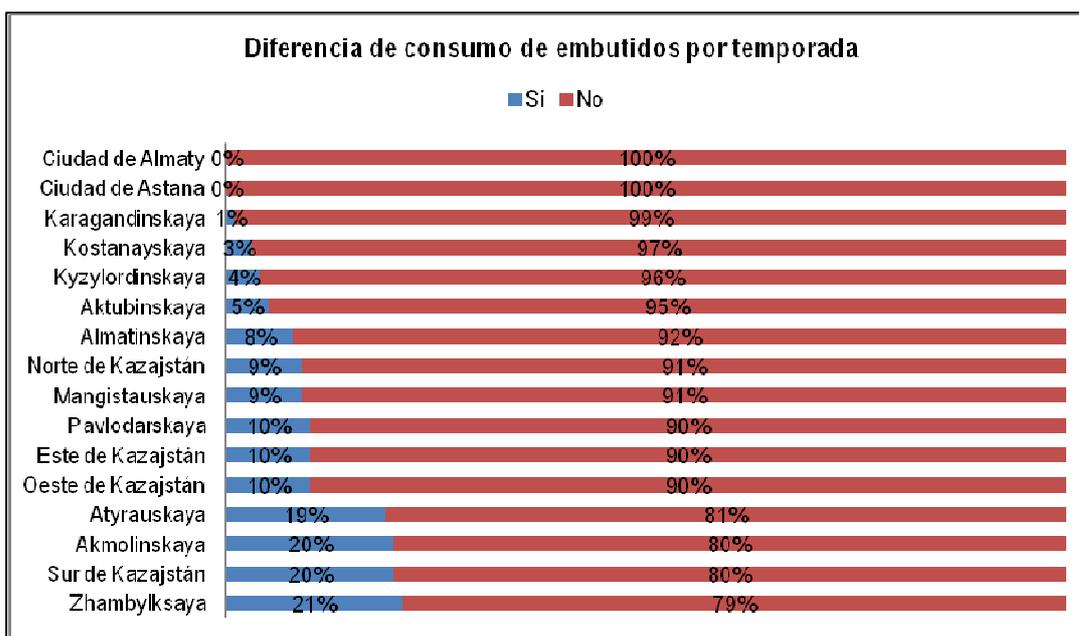
Hay que indicar que en Almaty, Astana y otras ciudades más desarrolladas económicamente con una renta per cápita más elevada, el 90-97% de los compradores consumen habitualmente la carne en cantidades iguales durante todo el año. Sin embargo, en las provincias del Sur de Kazajstán y de Zhambylskaya para el 50% de los consumidores el factor de la estacionalidad es importante.

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN



Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

El consumo de embutidos es el menos afectado por el factor de estacionalidad. En general, solo un 10% de los encuestados indicaron que el factor de la temporalidad influye a su consumo del producto. En las ciudades de Almaty y Astana el 100% de los consumidores afirmaron que consumían los embutidos en cantidades habituales durante todo el año. Esto debe tanto a una distribución desigual de los ingresos de la población en el país, como a la concentración de la producción local y sistema de distribución de los productos importados.



Fuentes: DAMU: Estudio de BUSINESS MEDIA GROUP, 2011

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

Alrededor de un 60% de las compras de la carne y productos cárnicos se realiza en mercados abiertos. El grado de implicación del consumidor en la decisión de compra es alto, pues la mayoría de todas las compras son previstas. Habitualmente, los consumidores hacen compras semanales según su lista de productos necesarios, elaborada previamente. El consumidor busca un producto determinado y raras veces el volumen de su compra altera de lo previsto.

Últimamente, con la aparición de la clase media-alta con un poder adquisitivo elevado, la cuota de compras en supermercados de alta clase ha crecido hasta un 20-42% dependiendo del ingreso del estrato. En estas cadenas de distribución el papel de las compras impulsivas es importante. Sin embargo, el consumidor de clase media-alta en Kazajstán se limita habitualmente a comprar productos y marcas conocidas, complementando su cesta con nuevos productos mejor posicionados en el punto de venta.

Es importante señalar que el merchandising en Kazajstán se encuentra todavía en un estado rudimentario, sobre todo esto afecta a productos importados. Suele ocurrir que las cadenas de distribución aunque tienen un coste elevado del posicionamiento del producto, no están interesadas en aplicar herramientas costosas de marketing para vender el producto de mejor y rápida manera posible. La mayoría de los supermercados no importan directamente, sino trabajan a través de un distribuidor local, que tampoco invierte en la promoción del producto. Por lo tanto, es muy importante, como se señala en el apartado anterior, que el fabricante español esté implicado en los gastos adicionales, relacionados con la promoción de su producto en el mercado.

De momento, solo las marcas que cuentan con presencia física en el país (como Procter & Gamble o Unilever por ejemplo) utilizan las técnicas de marketing como merchandising y gozan incrementos de sus ventas de los puntos de venta locales.

En cuanto a las tiendas gourmet, las compras en estos puntos de ventas están en auge y es donde un consumidor puede visualizar bien y conocer mejor el producto español. Sin embargo, teniendo en cuenta el número reducido de los consumidores locales con ingresos suficientemente altos para poder adquirir productos de alta calidad y precio en las tiendas gourmet, la cuota de ventas es todavía poco importante pero se prevé su aumento a corto a medio plazo.

En general, se observa una tendencia del aumento de consumo de la carne y embutidos en todo el país. Se realizó una encuesta sobre si los consumidores locales comprarían una marca nueva que tuviera una calidad y precios superiores a los existentes en el mercado, el 35% de los encuestados en Almaty confirmaron su disponibilidad de comprar a precio más elevado si la calidad fuera alta. En caso de la carne, un 60% de los encuestados están interesados en poder comprar el producto de mejor calidad a precio más alto.

Los consumidores de la clase media, con ingresos que no superan 1000 USD al mes, podrían aceptar un aumento de precios de un 5-10%. Mientras que los consumidores con los ingresos superiores a 1000 USD aceptarían un aumento hasta un 20%.

Todo ello pone de manifiesto que en el mercado local existe una creciente demanda hacia productos de calidad y una oferta local que no satisface las necesidades actuales de los consumidores locales.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos españoles aun no están muy extendidos en el mercado de la alimentación del país y se concentran en las principales ciudades del país: en Almaty y Astana. Hay que señalar, sin embargo, que los últimos 6 años España ha triplicado su volumen de exportaciones al país. Cabe mencionar, sobre todo, el aumento de ventas de los productos de carne de porcino que a partir del año 2010 muestran una evolución positiva.

Sin embargo, al día de hoy el consumidor local no tiene una imagen formada sobre la carne de origen español, la mayoría de la cual va destinada a la industria transformadora de carne.

En general, los productos alimenticios de origen español suelen concentrarse en las siguientes tipologías: aceites y olivas, frutas y verduras, conservas de frutas y verduras y embutidos, sin que haya una presencia fuerte de nombre de marca.

Aunque el volumen de exportaciones de embutidos y de jamón, en particular, es bastante inferior y no asciende a 100 miles de euros, el consumidor kazajo valora muy positivamente este producto, lo conoce por su nombre español y no por su traducción al ruso y lo consume con frecuencia.

La puesta en marcha de las restricciones de exportaciones de productos cárnicos al país en 2013 y la desaparición del producto en el mercado creó una inquietud por parte de los consumidores locales de clase media-alta y provocó un crecimiento de la demanda local del producto español, lo que pone de manifiesto una buena imagen de los embutidos españoles en el mercado kazajo.

V ■ ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

WORLDFOOD KAZAKHSTAN (www.worldfood.kz)	
Edición 2014	17
Lugar de celebración	Certamen ferial ATAKENT c/Timiryazev, 42, Almaty, Kazajstán Superficie disponible para exposiciones: 6.680 m2
Fechas	Anual -noviembre
Sectores	WorldFood, Ingredientes, Bakery, WorldFood Tech, AgroWorld y KazUpack, Retail Center
Organizador	ITECA (www.iteca.kz) Persona de contacto: Andrew Burman Tel.: +44 (0) 207 596 5097 Fax: +44 (0) 207 596 5113 Email: andrew.burman@ite-exhibitions.com
Próxima edición	5-7 de noviembre
Valoración	<p>Se trata de una feria importante del sector de productos alimenticios y equipo del sector que se celebra en el país. En 2013 en la feria participaron 436 empresas de más de 30 países del mundo. El número de visitantes ascendió un 25% respecto al año 2012 y llegó a 4.254. Alemania, Hungría, Italia, República Checa, Coread del Sur, Letonia, y Polonia se expusieron con un Pabellón nacional. En las ediciones anteriores participaban algunas empresas españolas de productos alimenticios y equipo pero nunca se ha organizado un stand o pabellón nacional.</p> <p>En 2013 fue organizado Retail Center, un sitio donde los suministradores de los productos podían reunirse con los clientes locales.</p>

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

KAZFOOD / HALAL EXPO (www.expodamu.kz)	
Edición 2014	4
Lugar de celebración	Certamen ferial Congress Hall c/Beibitshilik, 1, Astana, Kazajstán
Fechas	Bianual – mayo, octubre
Sectores	Productos alimenticios, ingredientes, bebidas, equipo del sector, productos HALAL, embalaje, moda musulmana.
Organizador	EXPO DAMU (www.expodamu.kz) Persona de contacto: Rustem Beisembayev Tel.: +7 727- 292 09 74 Fax: +7 727-292 09 74 Email: expodamu@gmail.com
Próxima edición	15-17 de de mayo
Valoración	<p>Una feria local que se celebra bianualmente en Almaty y en Astana. En 2012 participaron más de 100 empresas, principalmente fabricantes, de los países CIS (Rusia, sobre todo), y del extranjero (países musulmanes). Dentro del marco de la feria se organizó una jornada de reuniones entre suministradores de los productos y equipo y posibles clientes kazajos.</p> <p>España nunca ha participado en esta feria, pero podría ser interesante visitarla para conocer los actores del mercado y aprovechar de una tendencia creciente de la demanda local por los productos Halal.</p>

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

INTERFOOD KAZAKHSTAN (www.interfoodastana.kz)	
Edición 2014	16
Lugar de celebración	Recinto ferial KORME (www.korme-expo.kz) C/Dostyk, 3, Astana, Kazajstán Superficie disponible para exposiciones: 1.550 m2
Fechas	Anual -abril
Sectores	Productos alimenticios, bebidas, ingredientes, equipo del sector, embalaje, equipo de refrigeración, equipo para restaurantes y cafeterías, supermercados.
Organizador	ITECA (www.iteca.kz) Persona de contacto: Eugenia Gusak, coordinadora Kazajstán Tel.: +7 7172 580 255 Fax: +7 7172 580 253 Email: astanafood@iteca.kz
Próxima edición	16-18 de abril
Valoración	<p>Es una de las ferias más importantes de productos alimenticios. En 2013 participaron 91 empresas de 12 países (países CIS, España, Italia, Alemania, Francia entre ellos). El número de visitantes de la feria superó 3.000. El grueso de los expositores son empresas fabricantes locales (45%), casi el 30% son empresas rusas y el resto – participantes de otros países del mundo.</p> <p>La feria incluye un programa de seminarios, degustaciones y master-classes, concursos y mesas redondas, donde los participantes podían intercambiar la experiencia y conocer nuevas tecnologías.</p>

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

FOOD EXPO (http://foodweek.kz)	
Edición 2014	19
Lugar de celebración	Palacio de Deporte de Baluan Sholak (http://dvorecsporta.kz/) Ave/Abay, 44, Almaty, Kazajstán
Fechas	Anual -mayo
Sectores	Productos alimenticios, bebidas (vinos entre ellos), embalaje, equipo agrícola
Organizador	TNT EXPO (www.tntexpo.kz) Tel.: +7 727-50 19 99 Fax: +7 727-250 55 11 Email: foodkz@tntexpo.com
Próxima edición	21-23 de mayo
Valoración	<p>Se trata de una feria de productos alimenticios y bebidas que se organiza dentro de una semana de comida (FOOD WEEK), y agrupa varios subsectores, entre ellos la carne y productos transformados de carne, pescado, productos lácteos.</p> <p>En la feria del 2013 participaron más de 50 empresas, la mayoría de ellas eran den Kazajstán. Italia también estaba muy bien representada en esta feria con sus productos alimenticios y vinos y equipo agrícola. Había empresas rusas, turcas, alemanas y chinas. Ninguna empresa española participó en esta feria como expositora.</p>

EL MERCADO DE LA CARNE EN KAZAJSTÁN

FOOD AND HOTEL KAZAKHSTAN (http://foodhotelkazak.com)	
Edición 2014	1
Lugar de celebración	Recinto ferial KORME (www.korme-expo.kz) C/Dostyk, 3, Astana, Kazajstán
Fechas	Primera edición
Sectores	Productos alimenticios en general
Organizador	FIREWORK INDONESIA (www.asiafireworks.com/ec) Tel.: (+62-21) 4290-0030 Fax: (+62-21) 4290-0191 Email: info@asiafireworks.com
Próxima edición	16-18 de octubre
Valoración	<p>Se trata de una primera edición de la feria internacional que se organiza en la capital del país, Astana, con el fin de dar a conocer una oferta internacional de productos alimenticios al sector HORECA del país.</p> <p>Se esperan participantes desde Kazajstán y otros países de Asia Central.</p>

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

Oficina Económica y Comercial
C/ Kazibek bi 20 4ª planta, 050010 Almaty
Tel: +7 727 2930240 /66 /67
Fax: +7 727 2930259
almaty@comercio.mineco.es
www.oficinascomerciales.es

Comité del Control veterinario del Ministerio de Agricultura de Kazajstán
c/Kenesary, 36, oficina 6, Astana, 010000, Kazajstán
Tel.: +7 7172- 555413
Fax: +7 7172-555 995
www.minagri.gov.kz

KazAgroFinance
c/Kenesary, 40, Centro de Negocios “7 continents”, planta 13, Astana, 010000
Tel.: +7 7172- 58 04 38
Fax: +7 7172- 58 04 37
mailbox@kaf.kz
www.kaf.kz

Federación de Cámaras de Comercio de Kazajstán
29 Sygynak Street, Business Centre “Eurocentre”, 3 Floor, office 305, Astana
Tel: +7 7172 - 517015, +7 7172 -516971
Fax: +7 7172 -517073, 516976
info@cci.kz
www.cci.kz

Asociación de empresas fabricantes de productos de carne y de leche (Meat&Milk Union of Kazakhstan)
c/Bolashak, 8/1, Astana, 010000, Kazajstán
Tel.: +7 7172-57 10 25
Fax: +7 7172-30 14 21
msk1.kazmeat@gmail.com
http://mmsk.kz

3. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia de estadística de Kazajstán.
- Análisis del sector de ganadería en Kazajstán. RFCA Ratings. 2013.
- Base de datos de comercio internacional Proclarity (ONU).
- Base de datos de las Aduanas de Kazajstán.
- Base de datos de Comercio exterior: <http://aduanas.camaras.org/>
- Centro Nacional de Certificación de Kazajstán: <http://naceks.kz>
- Estudio del mercado de la carne y productos transformados cárnicos. KazAgro Marketing, 2012.
- Estudio de mercado de la producción de productos de la carne y ave. Business Media Group. 2011.
- EuroMonitor.
- Estratificación socio-política de la población de Kazajstán. Instituto de Estudios Estratégicos de Kazajstán. 2011.
- FAS USDA.
- Informe sobre ganadería carnicera en Kazajstán. Investment Centre Division. FAO. 2012.
- KazAgroFinance.
- Ministerio de desarrollo económico y comercio de Kazajstán.
- Ministerio de Agricultura de Kazajstán.
- OECD Review of Agricultural Policies: Kazakhstan. 2013.
- Programa nacional de desarrollo del potencial exportador de la carne en Kazajstán. KazAgro. 2011.
- Programa nacional de desarrollo de agricultura en Kazajstán para 2013-2020. Ministerio de Agricultura de Kazajstán. 2012.
- Unión Aduanera
- World Factbook CIA.
- www.kazakh-zerno.kz
- www.forbes.kz
- www.interfax.kz