

El sector de las salsas y encurtidos en Kuwait

Breve nota sobre el sector

Introducción

El objetivo de esta nota de mercado es aportar una visión general del mercado de las salsas y de los encurtidos en Kuwait y ofrecer un análisis del mercado: oferta, demanda, precios, canales de distribución, tendencias del mercado y datos sobre importaciones.

Dimensión del mercado

El tamaño del mercado kuwaití es relativamente pequeño, si tenemos en cuenta su población de unos **cinco millones de habitantes**. No obstante, la importancia relativa de este mercado se ve impulsada por **el alto nivel de renta per cápita** de sus ciudadanos, que se sitúa en 41.079 dólares.

El volumen de negocio del mercado de **las salsas y condimentos se espera que alcance los 246,3 millones de dólares en 2024** y que crezca a una tasa anual constante del 4.76% hasta 2028. De acuerdo con las cifras ofrecidas por Statista, se espera que la venta de salsas y condimentos genere 54,64 dólares per cápita durante 2024.

Precios

La ausencia de gravámenes al consumo sobre los productos y la limitada producción local conducen a **márgenes de venta al por menor más amplios** que los observados en otros contextos. Sin embargo, el clima cálido de Kuwait

plantea desafíos significativos en la preservación de la cadena de frío, lo que resulta en pérdidas de inventario frecuentes.

Esta realidad, agravada por los elevados costes del transporte, incide en una **disminución del beneficio promedio por unidad de peso** de los productos alimenticios en general.

El precio medio del bote de ketchup de Heinz ronda los 0.900 KD (2,7 euros) y el de mayonesa a 0.750 (2,25 euros), aunque se suelen vender en packs de dos con promociones. Mientras, marcas locales como "Al alali" venden su producto a 0.300 KD (0,90 euros) y la salsa de tomate para cocinar ronda los 0.100 KD (0,30 euros) la unidad de 135g y los 0.725 KD (2,18 euros) el pack de ocho unidades del fabricante local KDD.

Por otro lado, encontramos los encurtidos como la mezcla vegetales y pepinillos rondando los 0.600 KD el bote de 400g (1,92 euros) de marcas de distribuidor como Lulu.

Canales de distribución

La estrategia convencional para introducir estos productos en el mercado local es mediante importadores/distribuidores de alimentos que tienen acceso a los canales de *retail* y "HORECA" (Hotelería, Restauración y *Catering*).

Aunque algunas **cadena de supermercados** cuentan con sus propias estructuras de adquisición, es común que dependan de otras empresas distribuidoras locales para asegurar un suministro ininterrumpido.

La **distribución del mercado** se dividía aproximadamente de la siguiente manera en 2022: Unión de Cooperativas (50%), Lulu Hypermarket (15%), Carrefour Kuwait (11%), Al Sultan Center (10%) y otros (14%).

Principales competidores

En líneas generales, los actores principales en el mercado kuwaití son: Upfield Holdings B.V. (Países Bajos), Unilever PLC (Reino Unido), The Kuwaiti Danish

Dairy Company (local), The Kraft Heinz Company (EE. UU.), Nestle S.A. (Suiza), Majdi Food Company K.S.C.C. (local) e IFFCO Group (EAU.)

Tendencias del mercado

El sector del *foodservice* es uno de los principales mercados del país y se apoya en los canales HORECA y en la distribución *retail*, esta última con **un gran potencial de crecimiento** en Kuwait.

Esta realidad junto con la creciente tendencia entre los consumidores de salir a comer o a cenar a los *malls* y la limitada oferta de ocio del país, impulsa un aumento del consumo de alimentos y del ocio gastronómico.

La gastronomía de la zona está altamente **influenciada por el gran número de expatriados** residentes en el país. Estos suman aproximadamente cuatro millones de personas y en su mayoría son de origen indio, filipino o egipcio.

Todo ello se ve reflejado en una oferta gastronómica que en la mayoría de platos incluye muchos condimentos y/o especias.

Conclusiones y principales recomendaciones

En líneas generales, **el mercado agroalimentario está bastante consolidado** en Kuwait. Aunque existen oportunidades comerciales, resulta fundamental destacar que los productos preparados como salsas y condimentos encuentran una competencia significativa en las importaciones de productos de origen estadounidense, que ostentan aproximadamente el 12,5% de la cuota de mercado.

Asimismo, el **mercado de productos alimentarios preparados está experimentando un notable crecimiento**. Aquí, la facilidad y rapidez de su consumo son factores clave para explicar su éxito.

Por otro lado, al comercializar productos alimentarios en Kuwait, y particularmente salsas y encurtidos, es esencial tener en cuenta una serie de recomendaciones:

- Dado el marcado enfoque hacia las marcas en el mercado kuwaití, es fundamental **cuidar tanto la marca como el empaque**.
- Aunque el poder adquisitivo medio sea elevado, la demanda en este mercado es **sensible al precio**, por lo que es aconsejable establecer acuerdos con distribuidores del sector y cooperativas.
- El perfil óptimo del importador/distribuidor es aquel que cuenta con **acceso tanto al canal retail como al HORECA**. No es necesario que sea una empresa de gran tamaño, ya que hay numerosos casos de éxito de empresas exportadoras españolas que se benefician de colaborar con distribuidores más pequeños, pues estos dedican más atención a sus productos que los grandes distribuidores.
- Es obligatorio que **la etiqueta del producto** esté disponible en árabe y altamente recomendable que también figure en inglés para satisfacer así las necesidades del mercado.

Ferías

HORECA Kuwait

14-16 enero de 2024

Kuwait International Fair – Hall 8

<https://horecakuwaitexpo.com/>

HORECA Kuwait es la mayor feria B2B de hostelería y restauración del país. Reúne a empresas líderes en el sector de la hostelería y la alimentación, como reconocidos chefs y expertos internacionales de renombre para mostrar los últimos productos, servicios y tecnologías a un público exigente de profesionales.

Datos de comercio exterior

Todos los productos alimentarios requieren del pertinente **certificado sanitario**, así como del certificado fitosanitario correspondiente, **revisados por la Public Authority of Agriculture Affairs & Fish Resources (PAAAFR)** para poder ser exportados a Kuwait.

Las tasas arancelarias correspondientes a las partidas que incluyen salsas y condimentos (2103: “Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazonzadores, compuestos; harina de mostaza y mostaza preparada”) y encurtidos (2001: “Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético”) **se sitúan en el 5%.**

Los **principales datos sobre las importaciones** de Kuwait de los productos con los citados códigos arancelarios 2103 y 2001 se reflejan a continuación:

IMPORTACIONES TOTALES DE KUWAIT POR PAÍS (2103)

Miles de dólares americanos

PAÍS	MUNDO	EE. UU.	Reino Unido	Francia	Canadá
2022	17,496,509	2,188,194	1,159,521	946,348	922,525
2021	16,015,827	1,828,350	1,017,168	870,839	834,378
2020	13,992,607	1,566,135	986,722	727,859	769,849

Fuente: Trade Map

IMPORTACIONES TOTALES DE KUWAIT POR PAÍS (2001)

Miles de dólares americanos

PAÍS	MUNDO	EE. UU.	Alemania	Reino Unido	Canadá
2022	2,663,970	605,013	288,861	156,573	154,720
2021	2,525,293	532,492	280,033	144,655	142,320
2020	2,307,406	472,669	262,480	166,337	118,742

Fuente: Trade Map