

NOTA SOBRE EL MERCADO SUDAFRICANO DE DULCES

La situación económica de Sudáfrica y la fortaleza del Rand han mejorado a lo largo del año 2003.

En lo referente a la segmentación de los consumidores sudafricanos hay que tener cuenta que el que la renta per cápita media se sitúe en los 8.500 US\$ tiene escaso significado puesto que en este país existen grandísimas diferencias en el nivel de renta. A grandes rasgos, se puede decir que en Sudáfrica conviven dos tipos de sociedades:

- Una sociedad de alto poder adquisitivo formada por ciudadanos de raza blanca, a los que poco a poco se van uniendo ciudadanos de raza negra.
- Una sociedad mayoritariamente de raza negra que vive de manera tradicional con una economía de subsistencia, y que no tiene capacidad adquisitiva para este tipo de productos.

El sector de la alimentación continúa su expansión por medio de hipermercados y supermercados que se están convirtiendo en los principales puntos de venta de productos alimenticios. Un aumento de franquicias, supermercados y grandes superficies suponen un mejor acceso para los consumidores a estos productos.

Hay que tener en cuenta que la producción de alimentos es la mayor industria productora en el país.

El hábito de compra de los sudafricanos se rige por el factor del precio; a pesar de que disfruten de la innovación en los productos, la sensibilidad en el precio determina la decisión de compra (en el año 2002 el 47,8% de los consumidores basó su decisión en el precio y el 16,9% compraron marcas blancas).

Los precios en el sector de la alimentación en el 2003 disminuyeron en el caso de alimentos básicos (maíz, aceite de girasol...), sin embargo alimentos de segunda necesidad aumentaron su precio. De esta manera, la cesta de alimentos está actualmente equilibrada en cuanto a sus precios.

Muchas compañías locales del sector de la alimentación han formado asociaciones con firmas internacionales, proporcionando a Sudáfrica el acceso a las últimas tecnologías y especialización. Ejemplos de esto son Simba y Frito-Lay, Sobertson y Best Foods (Unilever) o NCD Clover y Danone. Esas alianzas favorecen la entrada de empresas extranjeras en el mercado local, aumentando asimismo la competitividad del país en mercados extranjeros.

DULCES NAVIDEÑOS Y MANTECADOS

Los principales problemas que presenta la comercialización de estos dulces en Sudáfrica son los siguientes:

- El desconocimiento del producto en el mercado sudafricano que obligaría a hacer una fuerte inversión para dar a conocer el mismo.
- La falta de tradición de consumir estos u otros productos en fechas señaladas como navidades o cualesquiera otras.

Este segundo problema también podría convertirse en una ventaja ya que al no relacionarse el producto con una determinada época del año, se podría eliminar la estacionalidad del producto. Sin embargo, la demanda aunque constante a lo largo del año siempre sería muy débil.

El único tipo de producto que, quizás podría, por sus características de producto típico y estacional, es el "panettone" y la "colomba" italianos (turrónes) que pueden encontrarse en tiendas de alimentación y grandes superficies. La explicación de esto reside en la amplia colonia italiana residente en el país, a la gran aceptación de la comida italiana y la fuerte imagen de Italia como país en el extranjero.

En Sudáfrica estos dulces se encuentran principalmente en pastelerías o tiendas delicatessen (tipo Corne Delicatessen) y la forma de venta suele ser al peso, más cercano al concepto de las "pastas de té" que de las barras de turrón.

Sudáfrica cuenta con los siguientes productores:

Tyger Brands LTD
Nestle (South Africa) PTY LTD
Sally Williams Fine Foods

Por todo, esto puede concluirse que la introducción de éste tipo de productos en el mercado sudafricano aunque presenta algunas ventajas (eliminación de la estacionalidad) es complicada. Primero hay que hacer un esfuerzo en dar a conocer el producto y en encontrar el importador adecuado.

CHOCOLATES

Los fabricantes locales más importantes son: CADBURY, BEACON SWEETS & CHOCOLATES (del grupo TIGER OATS) y NESTLE. Se trata de un mercado muy competitivo con unos fabricantes muy poderosos y fuertemente introducidos en el mercado. Los precios se mantienen altos.

Según los distribuidores consultados es un mercado estancado en cuanto a crecimiento, ya que se dirige principalmente al público blanco, consistente en unos 5 millones de personas, que no han sufrido grandes variaciones de renta en los últimos años.

Asimismo, la variedad de productos se mantiene igual desde hace años; las nuevas líneas de productos no introducen innovaciones, por lo que la oferta puede necesitar de nuevos productos importados con modificaciones respecto a la oferta general.

Actualmente no existen productos españoles en la oferta y no se realizan importaciones a gran escala.

Las importaciones provienen principalmente de Inglaterra, Bélgica, Francia, Suiza e Italia.

Hay que tener en cuenta que un buen momento para la venta de chocolates en Sudáfrica es la Semana Santa, ya que existe una gran tradición de regalar chocolates y los puntos de venta se vuelcan en la presentación y en la venta de estos productos.

DISTRIBUCIÓN DULCES

El principal canal de distribución es en tiendas especializadas. La más importante es SWEETS FROM HEAVEN con unas 120 tiendas repartidas por todo el territorio nacional así como también en Australia, Canadá e Isla Mauricio. A ésta le sigue THE SWEET FACTORY, con unas 20 tiendas a nivel nacional. Estas tiendas venden golosinas al peso.

Cada vez hay más competencia a nivel distribución ya que los supermercados están incrementando la oferta de productos de golosinas. También hay empresas que tradicionalmente no vendían dulces como CNA, principal cadena de distribución de periódicos y productos de papelería del país, o CLICKS STORES y que ahora están introduciendo dulces en sus tiendas.

Por su parte, las grandes cadenas de supermercados no llevan a cabo importaciones directamente, a excepción de OK-BAZAARS, WOOLWORTHS y SHOPRITE-CHECKERS si no que compran a los principales distribuidores.

PRODUCCIÓN LOCAL

Producto	2001		2002		2003	
	Toneladas	Miles de R	Toneladas	Miles de R	Toneladas	Miles de R
SOLID CHOCOLATE SLABS, BARS AND NOVELTIES	13 963	502 202	13 474	519 023	11 869	531 045
FILLED BARS AND OTHER CHOCOLATE COUNTER LINES WITH HARD, SOFT OR CEREAL CENTRES	25 425	924 476	22 864	1 016 192	23 644	1 260 730
CHOCOLATE ASSORTMENTS AND STRAIGHT LINES	7 184	358 495	7 994	411 387	7 913	463 556
PANNED CONFECTIONERY	5 730	185 518	6 125	206 415	6 230	266 510
OTHER SUGAR CONFECTIONERY	16 148	217 066	17 187	236 442	19 561	257 038

PRECIOS

Producto	Envase	Clicks	Shoprite Checkers	Tienda especializada
Cardbury's Crunchie		3 x 10R*	4,29	5,95
Nestlé Kit Kat		3 x 10R*	3,89	5,95
Nestlé Tex		3 x 10R*	3,89	
Nestlé Bar One			6,99	
Dairy Milk				5,95
Cardbury 7				5,95
Cardbury Tumbles				3,95
Cardbury Lunch Bar			4,29	
Toblerone	pequeño			7,95
Toblerone	grande		27,99	
Cote D'Or				9,95
Ferrero Duplo				7,95
Niki Beacon			3,89	
TV Bar Beacon			3,89	
Now Beacon				5,95
Milk Beacon				5,95
Black Cat			2,59	
PS Cardbury			4,29	
Snickers			4,49	
Mars			3,99	
Bounty			4,69	
Bombones Cote d'Or			39,49	
Bombones Worthington's (clusters)	125g	7,99		
Bombones Worthington's (truffles)	125g	15,99		
Bombones Ferrero Rocher	pequeño		39,99	56,95
Bombones Springer After Dark			32,99	55,95
Bombones Lindt Lindor			59,99	
Bombones Beacon Anytime			16,99	
Bombones Jubileu			29,99	

* Oferta Semana Santa

ASOCIACIONES – CONFITERIA

SA CHAMBER OF BAKING (SACB)

Contact Mr Peter Cownie

Tel 27 12 663 1600/1/2

Fax 27 12 663 1604

E-mail: sacb@blue.co.za

Web: en construcción

Disponen de listados de confiteros, distribuidores, suministradores, etc

SOUTH AFRICAN SUGAR ASSOCIATION

TEL: 27 31 5087000

FAX: 27 31 5087199

E-MAIL: sugarmail@sasa.org.za

WEB: www.sasa.org.za

FERIAS

Hostex Cape 2004

Lindy Taylor

Tel: +27118863734

Fax: +27 11 781 1267

E mail: lindyt@reedexpo.co.zaWeb: www.hostex.co.za

Productos alimenticios, bebidas, maquinaria para refrigeración e higiene, muebles, hogar...La próxima edición será del 2 de junio al 4 de junio de 2004. El espacio neto de la feria es de 2311m² y el número de expositores de la última edición fue de 140 y 5 019 visitantes.

Spar Royal Show Food Show

Royal Showgrounds

Pietermaritzburg

Conker Exhibitions

Contact: Andrew King

Tel: +27 31 304 7888

Fax: +27 31 304 7878

E mail: andy@conker.co.zaWeb: www.royalshow.co.za

Alimentos y productos relacionados. Del 28 de mayo al 6 de junio de 2004. El perfil del visitante es de consumidor y el número esperado de visitantes para esta edición es de 145 000 y 80 expositores.

Spar Ladies Lifestyle Expo

International Convention Centre

Durban

Conker Exhibitions

Contact: Andrew King

Tel: +27 31 304 7888

Fax: +27 31 304 7878

E mail: andy@conker.co.zaWeb: www.royalshow.co.za

Productos para la mujer incluyendo productos alimenticios y de salud. Se desarrolla del 17 al 19 de Junio de 2004 y el número esperado de visitantes para esta edición es de 30 000 y 60 expositores.

Spar Trade / Con Show

Durban Exhibition Centre

Durban

Conker Exhibitions

Contact: Andrew King

Tel: +27 31 304 7888

Fax: +27 31 304 7878

E mail: andy@conker.co.zaWeb: www.royalshow.co.za

Feria de productos alimenticios y relacionados. El perfil de visitante es tanto profesional como particular. Se desarrolla del 18 al 22 de agosto del 2004 y se esperan 12000 visitantes y 90 expositores.

The Good Food and Wine Show

Gourmet SA

Cape Town International Convention Centre

Contact: Louise Cashmore

Tel: +27 84 565 0069

Del 20 de mayo al 23 de mayo del 2004.

The Saafost Food Industry Expo and Talk Shop 2004

CSIR Conference Centre

Pretoria

SAAFOST

Contact: Owen Frisby

Tel: +27 12 346 2091

Fax: +27 12 346 2091

Del 15 al 16 de septiembre de 2004.

Cape a la Carte

Cape Town International Convention Centre

South Africa Rai

Contact : Sue Gannon

Tel : +27 21 426 0800

Fax : +27 21 426 0806

E mail : sue@rai.co.za

Web : www.rai.co.za

Feria relacionada con la cocina sudafricana, sus recetas y un festival de vino. Tiene lugar del 22 al 24 de octubre del 2004.

ARANCELES

NOTA N° 1: Los códigos de importación españoles y sudafricanos suelen coincidir en las primeras 6 cifras.

PARTIDA ARANCELARIA	TARIFA DE IMPORTACIÓN	IVA APLICABLE (V.A.T.)	OBSERVACIONES
19053000	25%	14%	VER NOTA N°2
19059090	25%	14%	VER NOTA N°3
18069300	17%	14%	VER NOTA N° 4

NOTA N°2: Los Derechos de Aduana de las importaciones a Sudáfrica de productos originarios de la Comunidad listados en el Anexo VI, Lista 3, se irán progresivamente desarmando de acuerdo con el siguiente esquema.

Cinco años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 88% del arancel base;

Seis años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 75% del arancel base;

Siete años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 63% del arancel base;

Ocho años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 50% del arancel base;

Nueve años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 38% del arancel base;

Diez años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 25% del arancel base;

Once años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 13% del arancel base;

Doce años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, los aranceles que queden en vigor será abolidos;

Para ciertos productos indicados en este Anexo, se aplicará una cuota libre de arancel, de acuerdo con las condiciones allí mencionadas, desde la entrada en vigor del Acuerdo hasta el final de la reducción arancelaria para ese producto.

NOTA N° 3: Los Derechos de Aduana de las importaciones a Sudáfrica de productos originarios de la Comunidad listados en el Anexo VI, Lista 2, se irán progresivamente desarmando de acuerdo con el siguiente esquema.

Tres años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 67% del arancel base.

Cuatro años después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 33% del arancel base.

Cinco años después de la entrada en vigor de este Acuerdo los aranceles que queden en vigor serán abolidos.

NOTA N°4: Los Derechos de Aduana de las importaciones a Sudáfrica de productos originarios de la Comunidad listados en el Anexo VI, Lista 1, se irán progresivamente desarmando de acuerdo con el siguiente esquema:

En la fecha de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 75% del arancel base.

Un año después de la entrada en vigor de este Acuerdo, cada arancel se reducirá al 50% del arancel base.

Dos años después de la entrada en vigor de este acuerdo, cada arancel se reducirá al 25% del arancel base.

Tres años después de la entrada en vigor de este Acuerdo los aranceles que queden en vigor serán abolidos.

Para ampliar información sobre los códigos arancelarios en Sudáfrica o sobre el tratado de desarme arancelario entre la Unión Europea y Sudáfrica, se pueden consultar las siguiente páginas en internet:

Arancel sudafricano: <http://www.rapidttp.com/tariff>

Acuerdo UE – Sudáfrica: http://europa.eu.int/comm/development/index_en.htm

ESTADÍSTICAS DE COMERCIO EXTERIOR

Hay que tener en cuenta que Sudáfrica es un país exportador neto de alimentos, generalmente exportando el doble de lo que importa.

Sin embargo, en el caso de los dulces, las importaciones han aumentado del año 2002 al 2003.

EXPORTACIONES

* 19053119	**2003	% del total	**2002	Var. 03/02
MOZAMBIQUE	12.758.527	22,75%	20.559.366	-37,94%
ZAMBIA	11.385.406	20,31%	12.398.362	-8,17%
ZIMBABWE	5.941.688	10,60%	2.295.348	158,86%
MAURICIOS	3.536.157	6,31%	4.380.057	-19,27%
REP.DEM. CONGO	3.108.469	5,54%	6.068.010	-48,77%
ANGOLA	2.960.749	5,28%	11.286.371	-73,77%
REINO UNIDO	2.636.108	4,70%	672.187	292,17%
CONGO	2.560.743	4,57%	1.711.664	49,61%
REUNION	1.596.204	2,85%	2.032.063	-21,45%
MALAWI	1.323.022	2,36%	1.765.309	-25,05%
OTROS	8.264.453	14,74%	10.836.447	-23,73%
TOTAL	56.071.526	100,00%	74.005.184	-24,23%

*19059090	**2003	% del total	**2002	Var. 03/02
EMIRT. ARABES	2.205.738	12,30%	1.580.499	39,56%
UGANDA	2.031.312	11,33%	123.776	1541,12%
REINO UNIDO	1.877.374	10,47%	429.853	336,75%
ESTADOS UNIDOS	1.642.852	9,16%	2.612.407	-37,11%
ZIMBABWE	1.601.038	8,93%	673.738	137,64%
ANGOLA	1.534.677	8,56%	849.061	80,75%
MOZAMBIQUE	1.377.898	7,69%	1.150.974	19,72%
ZAMBIA	1.160.156	6,47%	2.126.518	-45,44%
HONG KONG	718.186	4,01%	80.378	793,51%
MAURICIOS	699.042	3,90%	271.322	157,64%
OTROS	3.077.674	17,17%	4.345.111	-29,17%
TOTAL	17.925.947	100,00%	14.243.637	25,85%

*1806931	**2003	% del total	**2002	Var. 03/02
ARABIA SAUDI	15.161.633	39,32%	200	#####
MOZAMBIQUE	3.954.248	10,26%	5.068.904	-21,99%
MAURICIOS	3.608.715	9,36%	3.139.917	14,93%
ZAMBIA	2.736.892	7,10%	3.625.864	-24,52%
ANGOLA	2.575.290	6,68%	1.581.753	62,81%
ESTADOS UNIDOS	1.429.643	3,71%	161.600	784,68%
REP.DEM. CONGO	1.272.829	3,30%	1.208.113	5,36%
NIGERIA	1.000.426	2,59%	103.150	869,87%
CONGO	844.428	2,19%	120.440	601,12%
GABON	648.063	1,68%	464.583	39,49%

OTROS	5.322.817	13,81%	6.224.042	-14,48%
TOTAL	38.554.984	100,00%	21.698.566	77,68%

IMPORTACIONES

*19053119	**2003	% del total	**2002	Var. 03/02
EMIRT. ARABES	26.137.065	44,28%	16.404.910	59,32%
ZIMBABWE	8.556.463	14,50%	4.471.127	91,37%
OMAN	5.388.687	9,13%	3.995.797	34,86%
DINAMARCA	4.895.515	8,29%	2.208.125	121,70%
TURQUIA	3.534.926	5,99%	2.333.998	51,45%
ITALIA	1.588.165	2,69%	2.076.500	-23,52%
HOLANDA	1.537.892	2,61%	918.871	67,37%
BRASIL	1.257.499	2,13%	393.666	219,43%
MALASIA	924.997	1,57%	179.239	416,07%
SINGAPUR	869.532	1,47%	83.955	935,71%
OTROS	4.338.734	7,35%	3.507.522	23,70%
TOTAL	59.029.475	100,00%	36.573.710	61,40%

*19059090	**2003	% del total	**2002	Var. 03/02
AUSTRALIA	9.474.732	33,90%	7.207.892	31,45%
ITALIA	2.756.950	9,86%	3.592.883	-23,27%
ALEMANIA	2.591.486	9,27%	1.623.821	59,59%
TAILANDIA	2.064.358	7,39%	1.283.409	60,85%
CHINA	1.643.875	5,88%	1.343.267	22,38%
REINO UNIDO	1.619.953	5,80%	3.347.050	-51,60%
ISRAEL	1.288.209	4,61%	1.375.480	-6,34%
DINAMARCA	1.024.694	3,67%	1.751.875	-41,51%
HOLANDA	1.022.335	3,66%	1.639.099	-37,63%
AUSTRIA	918.560	3,29%	804.590	14,16%
OTROS	3.542.001	12,67%	4.165.381	-14,97%
TOTAL	27.947.153	100,00%	28.134.747	-0,67%

*18069031	**2003	% del total	**2002	Var. 03/02
ITALIA	9.158.842	21,69%	6.259.944	46,31%
INDIA	6.427.231	15,22%	1.580	406686,77%
BELGICA	4.928.698	11,67%	3.442.045	43,19%
ALEMANIA	4.011.894	9,50%	4.967.791	-19,24%
ESTADOS UNIDOS	3.254.834	7,71%	3.544.445	-8,17%
REINO UNIDO	2.676.902	6,34%	4.063.555	-34,12%
AUSTRALIA	2.259.461	5,35%	912.914	147,50%
ARGENTINA	1.996.068	4,73%	397.208	402,52%
TURQUIA	1.555.994	3,69%	45.525	3317,89%
BRASIL	1.294.350	3,07%	455.635	184,08%
OTROS	4.654.579	11,02%	4.061.835	14,59%
TOTAL	42.218.853	100,00%	28.152.477	49,96%

