
2023



El mercado de vino en la Comunidad Africana Oriental

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nairobi

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

26 de septiembre de 2023
Nairobi

Este estudio ha sido realizado por
Natalia Jiménez de Parga Alcobilla

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nairobi

<http://Kenia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-010-0



El objetivo de este estudio de mercado consiste en conocer la situación en la que se encuentra el sector del vino en Kenia y países de la Comunidad de África Oriental, CAO o EAC por sus siglas en inglés, Tanzania, Uganda, Ruanda, República Democrática del Congo, Sudán del Sur y Burundi, con el fin de ofrecer una herramienta de ayuda a la exportación del producto español en la región.

Uno de los atractivos del mercado es que la producción local es prácticamente inexistente, localizándose apenas dos bodegas en Kenia. Esto hace que el mercado conozca y valore adecuadamente la producción vitivinícola de países extranjeros, lo que supone un factor positivo para las exportaciones españolas.

El principal punto de entrada de mercancía es el puerto de Mombasa, localizado en Kenia. Desde allí las mercancías se distribuyen tanto a la capital del país, Nairobi, como al resto de países cercanos.

Por orden de volumen de comercio, el primer país importador es Kenia, seguido a mayor distancia por Tanzania, Uganda, Ruanda, República Democrática del Congo y Burundi finalmente.

Con respecto a la competencia presente en el mercado, destaca Sudáfrica como el país que con gran diferencia lidera las ventas en todos los países, tanto en vino embotellado como en vino a granel, representando alrededor del 50 % de las exportaciones locales. Chile, España, Italia y Francia se reparten el resto del mercado.

Dentro del mercado existen tres tipos de consumidores. El primero de ellos es el consumidor local, que se encuentra en una fase inicial de descubrimiento del producto, teniendo un volumen de consumo reducido.

El segundo tipo consiste en la población expatriada, la cual habitualmente conoce detalladamente el producto y lo consume de manera habitual.

Finalmente, el tercer tipo corresponde a la industria turística, que se está desarrollando incipientemente en la región y que cada vez demanda mayor cantidad de vino para satisfacer las demandas de sus clientes.

En cuanto a la percepción del producto español en la zona, cabe decir que es positiva, teniendo un reconocimiento propio por parte del consumidor, especialmente del segundo y tercer tipo. Este es capaz de distinguir las diferentes calidades del vino, englobándose el vino español entre aquellos de mejor relación calidad precio. No obstante, para el primer tipo de consumidor el vino español es aún desconocido.

Los principales competidores del producto español son los vinos con origen en Italia, Chile y Sudáfrica, países a los que se considera con mayor tradición vitivinícola en la región.



Los principales puntos de venta de vino son cadenas de supermercados en grandes superficies, aunque cada vez se está abriendo un mayor número de establecimientos especializados exclusivamente en la venta de vino y bebidas espirituosas.

Los elevados costes que han de ser incluidos en la formación del precio final, tanto en Kenia como en el resto de los países, constituyen una barrera de entrada significativa, pues todos los países aplican fuertes aranceles a la importación de bebidas alcohólicas. A esto hay que sumar los costes de transporte internos, así como los márgenes del distribuidor en el país, lo que encarece considerablemente el precio de venta final del producto, tal y como se muestra en el escandallo de precios del estudio.

Otro tipo de barreras de entrada lo forman los requisitos exigidos para realizar la importación en estos países. A modo de ejemplo se incluyen los habituales para Kenia, siendo recomendable informarse a través del distribuidor local con el que se desee trabajar las necesidades del mercado local.

Kenia y el resto de los países que conforman la EAC constituyen un mercado emergente para la exportación de vino. Si bien las cifras actuales de consumo e importación son reducidas, el desarrollo y consolidación de una clase media profesional hace que el crecimiento actual se sitúe en cifras de dos dígitos y el potencial a medio y largo plazo sea positivo.

Como recomendación final, una mayor penetración en el mercado keniano, el mayor y el más competitivo de la región, situaría a las bodegas españolas en una situación más favorable para aprovechar en el futuro el potencial de la región.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

