

El mercado de productos cárnicos en Eslovaquia

Abril 2014

Este estudio ha sido realizado por
Lourdes Toledano Valero, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bratislava



ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	5
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	7
1. importaciones	9
4. DEMANDA	13
5. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	15
6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	17
1. Canales de distribución	17
1.1. Las grandes superficies	18
1.2. Venta a través de internet	19
2. Conclusiones	19
7. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	21
8. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	22
9. INFORMACIÓN PRÁCTICA	23
1. Ferias	23
2. Asociaciones.	24
10. OTROS EPÍGRAFES	25

1. RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio de mercado presenta un análisis general del mercado de los productos cárnicos en Eslovaquia. En el, se incorporan datos de producción, así como cifras de negocio relativas a importaciones y exportaciones, canales de comercialización, mención de productos y variedades de carnes y sus sustitutos, además de tendencias de consumo y algunos aspectos sobre los precios para el cliente final.

La opacidad de las fuentes de información en Eslovaquia ha imposibilitado un análisis más exhaustivo del mercado eslovaco, sobre todo en lo referente a producción, formación de precios y canales de distribución.

De la información obtenida se pueden sacar varias conclusiones de interés para los productores españoles a la hora de contemplar la entrada en este mercado.

Eslovaquia es un país típicamente consumidor de carne, pues muchos de sus platos de la gastronomía típica eslovaca cuentan con ella como ingrediente principal. Además es un país que cuenta con una industria ganadera asentada.

Durante los últimos años el mercado ha experimentado un cambio en las tendencias de consumo. El precio sigue siendo un factor determinante en el proceso de decisión de compra. No obstante, el consumidor eslovaco busca cada vez más productos de gama alta relacionados con una dieta saludable, dejándose llevar menos por el precio. Incluso están apareciendo sustitutos vegetales a los productos cárnicos, como la soja o el tofu, con alto contenido proteico pero con menos calorías. A pesar de ello, el volumen de las ventas de carne ha aumentado progresivamente, y se espera que esta tendencia continúe con los años.

Importa más productos cárnicos de los que exporta. Además, cuenta con una amplia gama de países que todos los años venden carne en Eslovaquia, por lo que la oferta es variada y abundante, hasta el punto de ser un mercado saturado con mucha oferta en el que los consumidores ya tienen elegidas sus marcas favoritas.

Los principales países exportadores de carne a Eslovaquia son la República Checa, Polonia, Hungría y Alemania con una cuota de mercado conjunta cercana al 80% de las importaciones. Esta importante cuota de mercado es atribuible en primer lugar a la proximidad, y en segundo lugar, en el caso República Checa y Polonia, a la fuerte relación que les une a Eslovaquia.

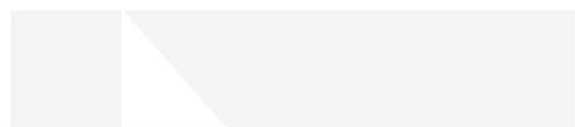
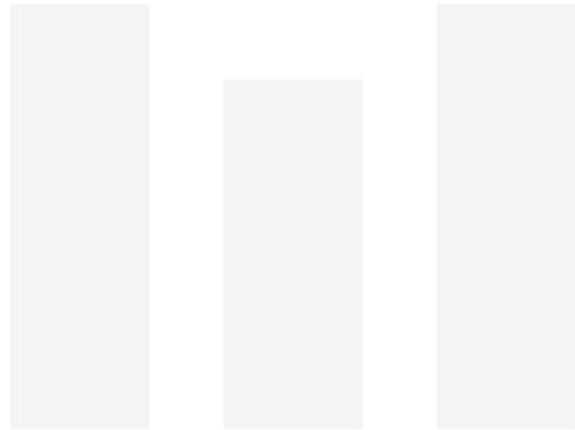
España es el quinto país exportador de productos cárnicos a Eslovaquia, con una facturación en el año 2013 de 27.858.180 euros. Sus exportaciones experimentan un aumento progresivo año

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

tras año. La carne más exportada es la carne porcina en su variedad fresca y en su variedad jamón y paleta.

No obstante, el producto español encuentra una competencia feroz en los lineales de los supermercados, marcada por una amplia oferta en la que los países más cercanos a Eslovaquia son los claros líderes. Además, salvo en casos contados, como la compra de jamón o paletas de cerdo, el consumidor eslovaco compra la carne sin importarle que sea de procedencia española, atendiendo solo a parámetros como el precio del producto.

Por ello, el empresario español, si quiere vender sus productos cárnicos en Eslovaquia, deberá realizar grandes esfuerzos para dar a conocer su producto en un mercado ya saturado de abundante oferta y con unos patrones de consumo muy definidos. Ahora es un buen momento, puesto que se prevé un aumento de las ventas de un 10% del sector de los productos cárnicos en el país. La Jornada de Vinos y Alimentos que se celebrará en mayo de 2014 en Austria y Eslovaquia es una buena oportunidad.



2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

El presente estudio de mercado sobre los productos cárnicos en Eslovaquia incluye las siguientes partidas arancelarias a partir de la nomenclatura combinada:

1601 00 Embutidos y productos similares de carne, de despojos o de sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos.

1601 00 91 Embutidos secos o para untar, sin cocer, de carne, de despojos o de sangre (excepto de hígado); preparaciones alimenticias a base de estos productos.

1601 00 99 Embutidos y productos similares, de carne, de despojos o de sangre (excepto de hígado y embutidos secos o para untar, sin cocer); preparaciones alimenticias a base de estos productos.

1602 Las demás preparaciones y conservas de carne, de despojos o de sangre (excepto embutidos y productos similares, y preparaciones alimenticias a base de estos productos).

1602 20 De hígado de cualquier animal

1602 20 10 Preparaciones y conservas de hígado de ganso y pato

1602 20 90 Preparaciones y conservas de cualquier animal excepto de hígado de ganso y patos.

1602 41 Jamones y trozos de jamón, preparados o conservados, de animales de la especie porcina.

1602 41 10 Jamones y trozos de jamón, preparados o conservados, de animales de la especie porcina doméstica.

1602 41 90 Jamones y trozos de jamón, preparados o conservados, de animales de la especie porcina (excepto de la especie porcina doméstica).

0210 Carne y despojos, comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos.

0210 11 Jamones, paletas y sus trozos, sin deshuesar, de animales de la especie porcina, salados o en salmuera, secos o ahumados.

0210 11 31 Jamones y trozos de jamón, sin deshuesar, de animales de la especie porcina doméstica, secos o ahumados.

0210 11 39 Paletas y trozos de paleta, sin deshuesar, de animales de la especie porcina domestica, secos o ahumados.

0210 19 Carnes de animales de la especie porcina, salada o en salmuera, seca o ahumada (excepto panceta y trozos de panceta, jamones, paletas y sus trozos, sin deshuesar).

0210 19 81: Carne de animales de la especie porcina domestica, secas o ahumadas, deshuesadas.

Por considerarlo de interés se relacionan a continuación las partidas arancelarias que recogen las especialidades españolas de transformados cárnicos más comunes

- Jamón Serrano e Ibérico (y otros jamones curados), deshuesado: 0210 19 81
- Jamón Serrano e Ibérico (y otros jamones curados), con hueso: 0210 11 31
- Chorizo: 1601 00 91

3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

Eslovaquia, con una población de 5.488.339¹ habitantes (Julio 2013) es uno de los países más pequeños de la UE y supone un mercado muy reducido en el contexto del comercio internacional del carne.

A los datos poblacionales, hay que añadir el hecho de que Eslovaquia consume típicamente carne producida en el país y países colindantes. La subida del consumo de este comenzó a partir del año 2004, derivado de la liberalización del mercado del país tras la entrada en la UE. Fue ahí cuando el consumidor medio comenzó a tener acceso a carnes de diversas procedencias.

Los datos a los que se ha tenido acceso sobre los productos cárnicos han sido obtenidos en el marco de la categoría ‘alimentos elaborados refrigerados’ (chilled processed food), puesto que se trata de una subcategoría de este grupo de productos. A continuación se incluyen varios cuadros con los datos de consumo disponibles sobre el sector:

EVOLUCIÓN CONSUMO DE ALIMENTOS ELABORADOS REFRIGERADOS EN ESLOVAQUIA (TONELADAS)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Pescado y Marisco	8.301	8.263	8.190	8.156	8.208	8.280
Productos cárnicos elaborados	32.831	33.261	33.670	34.171	34.356	34.624
Pasta	382	391	365	344	326	339
Pizza	30	30	30	30	22	11
Platos preparados	15	16	16	16	17	17
Sopas	54	59	65	69	73	78

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

¹ Slovstat

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

Como se puede apreciar en la tabla, el consumo de productos cárnicos elaborados en el año 2013 representa el 79,88% del total de los productos elaborados refrigerados. La carne es un alimento consumido en Eslovaquia a diario, de ahí sus altos índices de consumo. Además, es destacable el aumento progresivo de un 9,1% de su compra desde 2008 hasta 2013, que es más apreciable en sus datos de facturación en euros.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA (MILES DE EUR)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
206.395	209.738	208.500	217.412	228.947	238.209

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

De entre los productos cárnicos elaborados, los más populares en Eslovaquia son el salami y el jamón, con una cuota de mercado de un 32% cada uno. Tras ellos, el producto más popular son las salchichas, con un 24% de cuota de mercado, y las más consumidas son la tipo Frankfurt (5%).

Eslovaquia es un país que importa más productos cárnicos de los que exporta. No obstante, las cifras son bastante aproximadas, y esto se debe a que Eslovaquia es un país con mucha ganadería.

Hay que señalar que, cuando se mencionan las exportaciones de productos cárnicos por parte de Eslovaquia, algunas cantidades se refieren a partidas que han sido previamente importadas, es decir, operaciones de reexportación llevadas a cabo por el propio país.

EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA (EN MILES DE EUR)

	2010	2011	2012	2013
Exportación	174.703	180.687	226.679	209.016
Importación	433.402	524.663	528.159	544.594

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

Todos los datos anteriores hacen referencia a aquellos relacionados con la producción y flujos comerciales del sector de los productos cárnicos en Eslovaquia. Estas cifras, traducidas en términos económicos, han derivado en una facturación en el año 2013 de más de 238 millones de euros².

Dentro del sector de los alimentos elaborados refrigerados, el grupo MELCOM es el líder en ventas, agrupando una cuota de mercado de un 24%. El éxito de la empresa se basa en la innovación de sus productos y la promoción de sus marcas de productos cárnicos elaborados, como Mecom Zbojniky y Druget, muy populares en Eslovaquia.

² Euromonitor International

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

A esta empresa le sigue la compañía Tauris, que ofrece unos precios muy competitivos y atractivos a los consumidores, acaparando un 11% de la cuota de mercado.

En general, el mercado de los productos cárnicos elaborados en Eslovaquia se encuentra altamente saturado por una oferta con productos muy similares y consumidores que ya tienen elegidas sus marcas favoritas.

1. IMPORTACIONES

Las importaciones de productos cárnicos en Eslovaquia han superado las 200.000 toneladas en el año 2013, lo cual supone un aumento progresivo de las importaciones. En el año 2012 se produjo una pequeña caída achacable a la situación económica. Según diversas fuentes, se espera un crecimiento entre el 1 y el 2% para los próximos años.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA (TONELADAS).

AÑO	IMPORTACIONES
2010	181.409
2011	199.999
2012	170.830
2013	211.678

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

En términos monetarios, las importaciones han tenido la siguiente evolución durante el período 2010-2013:

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA (MILES DE EUR).

AÑO	IMPORTACIONES
2010	433.402
2011	524.663
2012	528.159
2013	544.594

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

Las importaciones de productos cárnicos a Eslovaquia proceden fundamentalmente de países de la Unión Europea prácticamente en su totalidad. Esto se debe a la pertenencia de Eslovaquia a la Unión Europea desde 2004, con un mercado totalmente liberalizado, permitiendo a los consumidores tener la posibilidad de elegir entre variedades de diversas procedencias.

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

Las tablas siguientes indican las importaciones en valor y las cuotas de importación más relevantes:

EVOLUCIÓN IMPORTACIONES DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA POR PAÍS (MILES DE €).

	2009	2010	2011	2012	2013
República Checa	167.355,65	158.650,64	228.863,93	237.080,11	214.426,76
Polonia	59.773,34	66.306,48	88.262,17	86.007,37	94.593,27
Hungría	43.088,52	71.732,59	55.013,73	48.830,72	60.973,32
Alemania	47.096,37	53.974,85	57.006,26	55.144,16	58.538,08
España	8.212,21	9.222,88	12.567,32	24.058,44	27.858,18
Austria	21.982,75	22.493,36	18.944,34	18.153,83	21.331,28
Bélgica	1.697,80	3.239,37	4.652,45	4.220,87	15.280,52
Países Bajos	13.504,08	13.476,00	19.280,17	8.457,89	12.279,67
Dinamarca	8.588,98	8.379,00	12.396,00	13.481,55	10.268,97
Francia	11.276,78	11.248,34	9.659,37	12.327,48	7.797,25
Resto de países	10.641,87	14.418,90	18.017,30	20.396,65	24.247,1
TOTAL	393.218,35	433.402,41	524.663,04	528.159,07	544.594,40

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

EVOLUCIÓN IMPORTACIONES DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA POR PAÍS (%).

	2009	2010	2011	2012	2013
República Checa	42,6%	36,7%	43,7%	44,9%	39,4%
Polonia	15,2%	15,3%	16,8%	16,3%	17,4%
Hungría	11%	12,5%	10,5%	9,3%	11,2%
Alemania	12%	12,4%	10,9%	10,5%	10,8%
España	2,1%	2,2%	2,4%	4,6%	5,2%
Austria	5,6%	5,2%	3,7%	3,5%	4%
Bélgica	0,5%	0,8%	0,9%	0,8%	2,9%
Países Bajos	3,4%	3,2%	3,7%	1,7%	2,3%
Dinamarca	2,2%	2,1%	2,4%	2,6%	1,9%
Francia	2,9%	2,6%	1,9%	2,4%	1,5%
Resto de países	2,5%	7%	3,1%	3,4%	3,4%

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

A la vista de la información contenida en las mismas se pueden sacar las siguientes conclusiones, se aprecia la enorme diversidad de socios comerciales que tiene Eslovaquia en cuanto a las importaciones de productos cárnicos, recibiendo productos de prácticamente todos los países miembros de la Unión Europea.

Los principales países exportadores de carne a Eslovaquia son la República Checa, Polonia, Hungría y Alemania con una cuota de mercado conjunta cercana al 80% de las importaciones. Esta importante cuota de mercado es atribuible en primer lugar a la proximidad, y en segundo lugar, en el caso República Checa y Polonia, a la fuerte relación que les une a Eslovaquia.

En un segundo término están España, Austria, Bélgica y Países Bajos, cuyas exportaciones a Eslovaquia representan el 14%, siendo los siguientes socios en la clasificación. Es destacable el aumento progresivo de las importaciones españolas que, en un espacio de 5 años, ha pasado de tener un 2% de la cuota de mercado a un 5% de esta, mientras que las de resto de países se ha mantenido bastante estable en el mismo periodo. De esta manera, España se ha convertido en el quinto país importador mundial de productos cárnicos a Eslovaquia (si bien es cierto que sigue a mucha distancia de sus cuatro predecesores).

A un nivel inferior están las importaciones de países como Dinamarca, Francia, Italia, Reino Unido o Irlanda, que en grupo forman el 5% del mercado restante.

Fuera de la Unión Europea, destacan las importaciones de productos cárnicos de Brasil, que ha estado exportando carne a Eslovaquia por valor de 500.000 euros excepto el año pasado, que no exportó.

Respecto a las importaciones por tipología, destacan las de carne fresca, con una cuota de mercado cercana al 50%, la cual es exportada en su mayoría por los países colindantes a Eslovaquia. Por lo general las importaciones son bastante estables, importando todos los años las mismas cantidades de cada tipo de carne. Podría resaltarse el aumento lento pero progresivo de las importaciones de jamón y paleta, si bien este aún sigue siendo el producto cárnico menos importado de todos.

EVOLUCIÓN IMPORTACIONES DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA POR TIPOLOGÍA (MILES DE EUR)

	2009	2010	2011	2012	2013
Carnes y despojos frescos	213.725,63	214.765,89	232.462,31	263.311,05	291.507,95
Carnes y despojos congelados	72.289,30	102.663,63	125.179,48	108.937,25	89.566,33
Otras carnes y despojos	6.476,43	9.479,96	18.186,04	9.724,29	7.254,80
Jamón y paleta	1.434,13	2.241,26	3.241,18	3.996,06	4.824,96
Chorizo y otros productos cura-	14.971,74	15.492,69	17.841,74	14.830,84	22.755,82

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

dos					
Preparados y conservas cárnicas	84.321,12	88.758,98	127.752,29	127.359,58	128.684,54

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

EVOLUCIÓN IMPORTACIONES DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA POR TIPOLOGÍA (%)

	2009	2010	2011	2012	2013
Carnes y despojos frescos	54,4%	49,6%	44,4%	49,9%	53,6%
Carnes y despojos congelados	18,4%	23,7%	23,9%	20,7%	16,5%
Otras carnes y despojos	1,7%	2,2%	4,3%	1,9%	1,4%
Jamón y paleta	0,4%	0,6%	0,7%	0,8%	0,9%
Chorizo y otros productos curados	3,9%	3,6%	3,5%	2,9%	4,2%
Preparados y conservas cárnicas	21,2%	20,3%	23,2%	23,8%	23,4%

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

4. DEMANDA

El perfil del consumidor medio eslovaco se caracteriza por su alta dependencia de los precios, siendo muy influenciado por descuentos y promociones sobre los productos. No obstante, este factor va cobrando cada vez menos importancia, pues otras características, como la calidad del producto o que este sea bueno para la salud, empiezan a cobrar relevancia a la hora de elegir. Incluso, se comienza a observar entre algunos consumidores la tendencia a sustituir los productos cárnicos por otros de origen vegetal, como el tofu o la soja, con menos calorías pero también de contenido proteico.

Los consumidores comienzan a estar interesados en productos hechos a partir de ingredientes naturales u orgánicos, que sean beneficiosos para la salud. Es por ello que los productos de alta gama, están ganando importancia en el mercado frente a las marcas estándar. No se prevé que las marcas económicas vayan a registrar importantes cambios en sus ventas en los próximos años.

Estas reflexiones son extensibles al mercado de los productos cárnicos, en donde coexisten múltiples canales de venta y presentación del producto (lineales y mostradores). En ese sentido, las empresas fabricantes se han visto obligadas a adecuar su producción a la evolución de la demanda, segmentando su producción y su comercialización entre los canales de distribución existentes. La expansión observada para las marcas de distribución está resultando asimismo determinante para esta evolución: un alto porcentaje de fabricantes eslovacos elabora productos con marca propia para los canales de distribución de un segmento medio/alto y ofertan asimismo producto en el canal de descuento.

En la siguiente tabla se muestran los datos de las ventas de productos cárnicos en Eslovaquia:

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA (MILES DE EUR)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
206.395	209.738	208.500	217.412	228.947	238.209

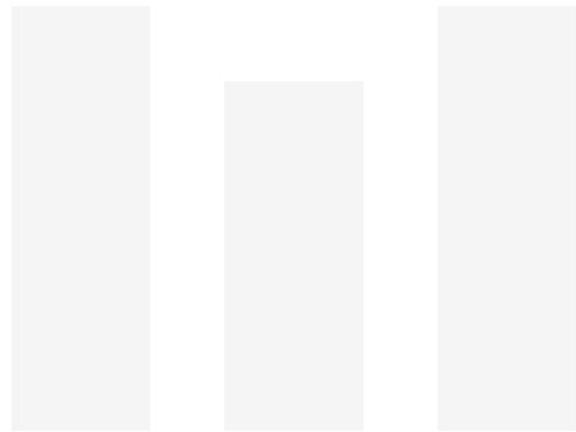
Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

Las carnes más consumidas en Eslovaquia son la carne de cerdo, la de res y la de ave de corral. La de cerdo es la carne más popular de todas, y de entre las aves de corral, las más consumidas son el pollo, el pato y el pavo.

El hecho de que estas carnes sean las más consumidas se debe a que son las más utilizadas dentro de la cocina popular eslovaca, fuertemente influenciada por la cocina húngara.

De entre los productos cárnicos elaborados, los más populares en Eslovaquia son el salami y el jamón, con una cuota de mercado de un 32% cada uno. Tras ellos, el producto más popular son las salchichas, con un 24% de cuota de mercado, y las más consumidas son la tipo Frankfurt (5%).



5. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos cárnicos españoles son todavía poco conocidos entre el público medio eslovaco.

En la actualidad, la gastronomía española y nuestra imagen país cuenta con una percepción favorable entre los consumidores eslovacos, una situación que está impulsando la difusión de nuestros productos en este mercado. Los flujos de turistas eslovacos a nuestro país juegan asimismo un papel relevante en la introducción de nuestros productos en este mercado.

No obstante, el alto grado de apertura del comercio eslovaco y la amplia oferta de alimentos de otros países implican un mercado muy competitivo y maduro. En este contexto se debe subrayar la destacada presencia de los productos alemanes y húngaros de alimentación, favorecida por contar con una gastronomía muy consolidada en este país y una experiencia exportadora a este mercado.

Además, salvo en casos contados, como la compra de jamón o paletas de cerdo, el consumidor eslovaco compra la carne sin importarle que sea de procedencia española, atendiendo solo a parámetros como el precio del producto.

En todo caso, las exportaciones de productos cárnicos españolas a Eslovaquia han estado marcadas por un aumento paulatino en los últimos años, llegando a crecer un 10% en el año 2013:

Exportaciones de productos cárnicos españoles a Eslovaquia (Miles de EUR)				
2009	2010	2011	2012	2013
12.670,81	15.624,72	20.024,14	22.239,07	24.602,39

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

Por comunidades autónomas, Aragón y Cataluña son las que acumulan el grueso de las exportaciones de productos cárnicos a Eslovaquia, alcanzando el 98% del total de las importaciones. Solo Cataluña alcanza casi un 90% de la cuota de este mercado. Dentro de esta comunidad autónoma, Gerona y Barcelona son las provincias que más producto exportan.

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

EXPORTACIONES DE PRODUCTOS CÁRNICOS A ESLOVAQUIA EN 2013 POR CCAA

	Miles de EUR	Porcentaje sobre el total
Galicia	49,38	0,21%
País Vasco	9,11	0,04%
Aragón	2.504,96	10,19%
Cataluña	21.802,17	88,62%
Castilla y León	70,71	0,29%
La Rioja	0,20	0%
Castilla la Mancha	65,26	0,27%
Comunidad Valenciana	6,78	0,03%
Extremadura	1,18	0%
Murcia	92,66	0,34%
TOTAL	24.603,39	100%

Fuente: Estadísticas oficiales, asociaciones de comercio, asociaciones de prensa, investigación comercial, store checks, entrevistas comerciales y fuentes comerciales.

Por tipo de producto, lo que más se exporta es carne porcina, alcanzando en el año 2013 una facturación de 23.292.320 euros, casi la totalidad de las exportaciones de productos cárnicos. Dentro de la carne porcina se exportaron sobre todo jamones y paletas (8.584.990 euros), carne de cerdo fresca (11.220.680 euros) y carne de cerdo congelada (3.381.450 euros).

6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La distribución de los productos alimentarios en Eslovaquia se centra sobre todo en las grandes cadenas de distribución y grandes superficies. Esto se debe a que muchas cadenas de distribución europeas han invertido fuertemente en el mercado eslovaco de la distribución y han llegado a dominar el mercado en detrimento del comercio minorista, aunque recientemente están apareciendo tiendas en formato de tienda de barrio.

1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para penetrar en el mercado eslovaco, la forma más recomendada es a través de un importador/distribuidor, ya que la figura del agente comercial es muy poco habitual en el país. Los importadores locales abastecen tanto a distribuidores más pequeños como a cadenas de hipermercados y supermercados, por lo que es el canal adecuado para llegar a todos los minoristas.

Lo más común es que los importadores-distribuidores sean los que importan, para luego servir a grandes cadenas de supermercados, comercio minorista y detallista, así como al sector horeca (hoteles, restaurantes y caterings), quienes a su vez distribuyen el producto al consumidor final.

En lo que se refiere a productos agroalimentarios, la cadena suele completarse con uno o más distribuidores, tanto mayoristas como minoristas.

Si se opta por distribuir a través de cadenas internacionales de hipermercados y supermercados, hay que tener presente que en muchos casos las decisiones de compra se toman fuera de Eslovaquia, donde las cadenas tengan su sede.

En general, los circuitos de distribución son cortos. Las empresas de distribución concentran muchas veces las funciones de importador-distribuidor, lo que les permite ofrecer a los consumidores precios más interesantes conservando a su vez mayores márgenes.

Es habitual la falta de especialización y el carácter “multiproducto” de los importadores/distribuidores, consecuencia del reducido tamaño del mercado. Si bien, en los últimos años, comienza a observarse una especialización creciente de distribuidores e importadores, que lleva a que demanden derechos de exclusividad si les interesa el producto.

El mercado eslovaco es muy pequeño y está en gran medida saturado, por lo que el factor precio en determinados productos es un factor realmente importante. A pesar de que muchas personas en Eslovaquia compran en grandes superficies orientándose fundamentalmente por el factor precio, es conveniente mencionar que es creciente el porcentaje de población que, con un mayor

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

poder adquisitivo, aprecia la calidad y está dispuesto a pagar por ella, siempre por supuesto, atento a la relación calidad-precio.

Se trata de consumidores cultos que van ganando poder adquisitivo año tras año y que se orientan a la calidad y a los productos que tienen una influencia positiva para la salud. Además, las generaciones más jóvenes están más abiertas a experimentar y a probar productos importados en sus diferentes variedades.

En relación a los supermercados e hipermercados, se observa que, a pesar de su tamaño y capacidad de compra, las grandes cadenas se abastecen prácticamente de forma exclusiva a través de un importador-distribuidor. Como ya se ha comentado anteriormente, esta figura es realmente importante, ya que puede colocar el producto en puntos de venta de todas las categorías: minoristas, cadenas de supermercados, etc.

Si bien es cierto que las grandes cadenas de distribución suelen abastecerse de un importador-distribuidor, hay veces que esto no sucede así. Este es el caso de las cadenas Tesco, Billa y Carrefour que tienen un gran poder de compra y negociación y comercializan el embutido importado con marca propia.

1.1. Las grandes superficies

Este canal aglutina la mayor parte de la distribución en Eslovaquia, y se aprovisiona a través de los exportadores extranjeros y productores.

Superficie	Número de establecimientos
Tesco store SR	106
Billa s.r.o.	103
Carrefour	4
Metro cash and carry Slovakia	5
Ahold retail Slovakia	19
Kaufland slovenska republika	15

Por otra parte, el sector de la gran distribución está sufriendo cambios en su composición, con cadenas abandonando el mercado eslovaco, mientras otras se están expandiendo y fortaleciendo su posición en el mismo. De todas formas, al tratarse de un sector todavía en expansión es de suponer que ganen todavía más terreno a las ya escasas tiendas de conveniencia de las áreas urbanas.

Tesco es el líder de la distribución en el país, ya que cuenta con una multitud y variedad de formatos de canales, tales como hipermercados (50) y supermercados (31). Además, cuenta por todo el país con el formato Express (16) y con Extra (9), teniendo este último una oferta de productos alimenticios y textiles más amplia que el resto.

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

A continuación le sigue la compañía Billa, el cual se caracteriza por el formato supermercado y que, en comparación con Tesco, posee tiendas de menor tamaño. Finalmente, superficies como Carrefour, Kaufland, Ahold y Metro, cuentan con locales en el país, pero el número de éstos no es equiparable al de Tesco y Billa.

Además, existe una gran superficie netamente nacional llamada CoopJednota, perteneciente a la cooperativa con el mismo nombre. Y a nivel del comercio minorista, y coincidiendo con el auge de las tiendas de barrio, La cadena Moja Samoska, también nacional, está teniendo un importante crecimiento.

A diferencia de lo que ocurre con la gran distribución en España, los supermercados en Eslovaquia no ofrecen servicios de compra online, por lo que el consumidor de embutido debe acudir al establecimiento para adquirirlos. Ello conlleva a que sea necesario cuidar la presentación del envasado y etiquetado, con el fin de hacerlo más atractivo para el consumidor.

1.2. Venta a través de internet

Respecto al comercio por Internet, éste ha sido el que ha tenido el crecimiento más rápido en el canal no- tienda. Las ventas online están dominadas por las aplicaciones electrónicas domésticas, los productos multimedia y los juguetes y juegos. La compra online se registra en el rango de edad 20-45 años.

Sin embargo, este tipo de venta no está muy extendida entre los productores de embutido, prefiriendo la distribución tradicional. Aún así, cada vez son más los que han sabido adaptarse a los nuevos tiempos y que, además de vender sus productos a través de los distintos canales de distribución, ofrecen la posibilidad de vender directamente, sin intermediarios, a sus clientes. La ventaja que ofrecen a sus clientes es la notable reducción en el precio, debido que las ventas se realizan de manera directa, sin mediación comercial alguna, por lo que el precio final aparece sin el margen que los distintos canales de distribución aplican a estos productos.

Únicamente, al precio final del producto habría que aplicarle aquellos gastos relacionados con los gastos de envío, que suelen oscilar entre los 5 euros el pedido hasta los 18, todo ello en función de la notoriedad de la marca, así como la distancia de éstas respecto a los núcleos urbanos.

2. CONCLUSIONES

Además de todo lo anteriormente expuesto, lo más recomendable para penetrar en el mercado eslovaco es a través de un importador o distribuidor, ya que la figura del agente comercial es muy poco habitual en Eslovaquia.

Lo más común es que los importadores o distribuidores sean los que importan, para luego servir a las grandes superficies, quienes a su vez distribuyen el embutido al consumidor final.

La distribución comercial minorista se antoja como la fórmula más adecuada para la venta de productos en Eslovaquia puesto que durante los últimos años se ha visto inmerso en un gran proceso de transformación en el que se han consolidado nuevas fórmulas de venta minorista, tales como supermercados e hipermercados. Estos establecimientos son los más apropiados para acceder al mayor número de consumidores potenciales posibles, puesto que son lugares donde la afluencia de público es elevada y los precios asequibles.

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

En relación con lo anterior, es preciso hablar del perfil del cliente en los supermercados e hipermercados. El cliente de este tipo de canales suelen realizar la compra en estos establecimientos al menos una vez a la semana. A su vez, si compran embutido y están satisfechos con la adquisición, cabe la posibilidad de éxito y comprarlo en cualquier otro supermercado de la misma cadena del país.

7. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

Desde la incorporación de Eslovaquia a la Unión Europea en mayo de 2004, y la consiguiente pertenencia al denominado Mercado Único Europeo, todos los productos originados en países de la UE están exentos de gravámenes. La legislación europea estipula claramente la libre circulación de mercancías en el mercado interior.

Las licencias para la exportación de estos productos son automáticas y no hay ningún tipo de restricción fitosanitaria.

El embutido se grava con el tipo de IVA general del país (20%), sin que existan otros tipos de gravámenes tributarios sobre este producto.

8. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

En este estudio de mercado se ha presentado un análisis general del mercado de los productos cárnicos en Eslovaquia, en el que se han incorporado cifras de negocio relativas a importaciones y exportaciones, canales de comercialización, mención de productos y variedades de carne, además de tendencias de consumo y algunos aspectos sobre los precios.

Tras analizar toda la información, las perspectivas del sector parecen ser las siguientes:

El mercado de los productos cárnicos ya está saturado en Eslovaquia. Existe una gran cantidad de oferta, tanto por tipología como por precio. Además, el consumidor eslovaco tiene unos hábitos alimenticios bastante asentados y tiende a comprar siempre las mismas marcas, aunque se observa una tendencia a consumir alimentos con menos grasa y saludables, incluso sustitutivos vegetales.

No obstante, cada vez se consume más carne en Eslovaquia. En las tablas recogidas en este estudio de mercado se puede apreciar como ha aumentado progresivamente el volumen de ventas desde el año 2009. Además, los expertos prevén que el sector siga en crecimiento y que aumente hasta un 10% para el año 2018.

Esta es sin duda una buena oportunidad para los empresarios españoles, que, para aumentar el volumen de exportaciones españolas a Eslovaquia, deberán invertir en actividades promocionales para dar a conocer sus productos cárnicos en el país.

Štefánikova trieda 1, 949 01 Nitra

Tel. (00421) (0)376572 400

E-mail: durkovic@agrokomplex.sk / Web: www.agrokomplex.sk

2. ASOCIACIONES.

- Cámara eslovaca de agricultura

www.sppk.sk



- Central and Testing Institute in agriculture

www.uksup.sk

- FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas)

www.fiab.es

10. OTROS EPÍGRAFES

DIRECCIONES DE INTERÉS

Embajada de España en Eslovaquia

- Dirección: Prepostska, 10, 811 01 Bratislava, República Eslovaca
- Teléfono: +421 2 5441 57 24/26
- Fax: +421 2 5441 75 65/57
- E-mail: embespsk@mail.mae.es

Oficina Comercial de España en Eslovaquia

- Dirección: Prepostska, 10, 811 01 Bratislava, República Eslovaca
- Teléfono: +421 2 5441 57 30
- Fax: +421 2 5441 58 30
- E-mail: bratislava@comercio.mineco.es

Cámara de Comercio Hispano- Eslovaca

- Dirección: Dunajská 4, 8ª planta, oficina 806. 81108 Bratislava, República Eslovaca
- Teléfono: +421 2 5249 30 05
- E-mail: info@camaradecomercio.sk

Agencia Eslovaca para la inversión (SARIO)

- Dirección: Martinčekova 17 821 01 Bratislava, República Eslovaca
- Teléfono: 00421 2 58 260 100-101
- Fax: 00421 2 58 260 109
- E-mail: sario@sario.sk

EL MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESLOVAQUIA

Oficina Eslovaca de estadística (slovstat)

- Dirección: Mileticova 3, 824 67 Bratislava, República Eslovaca
- Teléfono: 00421 2 50 236 111
- Fax: 00421 2 55 561 350

Estacom

Acceso a través de www.icex.es y registrándose en la web

Eurostat

www.eurostat.ec.europa.eu

Ministry of Agriculture of the Slovak Republic

www.mpsr.sk



Soil Science and Conservation Research Institute in Bratislava

www.vupop.sk



Food Research Institute in Bratislava

www.vup.sk



The Research Institute of Agricultural and Food Economics in Bratislava

www.vuepp.sk



The Plant Production Research Center

www.cvrv.sk

