



ESTUDIOS
DE MERCADO

2018



El mercado de la industria cárnica en Serbia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Belgrado

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



ESTUDIOS
DE MERCADO

14 de noviembre de 2018
Belgrado

Este estudio ha sido realizado por
Rebeca Durán

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Belgrado.

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

NIPO: 060-18-042-8



Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Definición de sector	7
2.1. Delimitación del sector	7
2.2. Sector ganadero en Serbia	7
3. Oferta – Análisis de competidores	14
3.1. Tamaño del mercado y producción local	14
3.2. Comercio internacional	17
4. Demanda	22
4.1. Dimensión de Mercado	22
4.2. Comportamiento de compra	23
5. Precios	24
5.1. Precios medios	24
6. Percepción del producto español	27
7. Canales de distribución	28
7.1. Distribuidores locales	29
7.2. Tendencias	32
8. Acceso al mercado – barreras	33
8.1. Aranceles y requisitos que se aplican al producto	33
8.2. Otras barreras de importación	35
8.2.1. Barreras al transporte	35
8.2.2. Barreras financieras	36
9. Perspectivas del sector	37
10. Oportunidades	39
11. Información práctica	40
11.1. Información general del país	40
11.2. Cultura empresarial	42
11.3. Direcciones y contactos de interés	45



1. Resumen ejecutivo

El presente estudio ofrece un análisis del panorama de la **industria cárnica en Serbia**, centrándose en los productos recogidos bajo el código arancelario (TARIC): grupo 02 (carne y despojos comestibles).

Actualmente, la industria ganadera de Serbia dispone de **instalaciones con capacidades obsoletas** y demasiado grandes que conllevan costes unitarios elevados y que, por lo tanto, dificultan la capacidad de competir efectivamente frente a productores extranjeros, tanto en el mercado local como internacional. Además, si bien el **consumo de carne** este muy extendido entre la población serbia, este ha disminuido de manera constante en los últimos años, situándose actualmente en torno a los 41,4 kg por habitante y año¹, por debajo de la media de la UE (72 kg per cápita²). La reducción en el consumo de carne se ha visto reflejada en el tamaño de la cabaña de Serbia, ya que el **número de cabezas** ha caído un 19% desde 2006. No obstante, conviene destacar que, pese a todo ello, la **producción de carne** ha experimentado un aumento del 6% en el periodo 2015-2017, situándose en 524 mil toneladas en 2017.

La producción ganadera se encuentra muy diversificada y especializada según las características de cada región del país. Algunas de las **productoras de carne locales** de mayor importancia en el mercado de la industria cárnica de Serbia son MATIJEVIC, CARNEX, KOTEKS, NEOPLANTA, YUHOR y ZLATIBORAC. La mayoría de ellas producen todo tipo de embutidos y se caracterizan por tener integrados verticalmente todos los elementos de la cadena de producción, desde la producción de pienso hasta el proceso de venta al consumidor final.

En lo que respecta al **intercambio comercial**, históricamente Serbia ha sido un país exportador de carne, en especial de carne de vacuno. Sin embargo, la falta de competitividad de la ganadería local ha dado lugar a que la industria cárnica del país sea dependiente de las importaciones de este tipo de productos. Actualmente, Serbia muestra una **balanza comercial negativa** en todas las partidas arancelarias analizadas, constituyéndose como un **importador neto de productos cárnicos**, alcanzando 83 millones de euros en 2017. Los principales proveedores de carne son, principalmente, los países vecinos de la región de los Balcanes Occidentales, como Montenegro o Bosnia-Herzegovina, seguidos de Alemania y Hungría. Destaca especialmente España como el principal proveedor de carne y despojos comestibles de Serbia, con un 33,43% de cuota de mercado (28 millones de euros en 2017).

¹ FAO. <http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=RS2011001731>

² OCDE Data. <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>



Por otro lado, si bien la reducción de la producción local forzó las exportaciones a la baja, en el periodo 2016-2017 las **exportaciones** realizadas por Serbia aumentaron un 32%, situándose en más de 48 millones de euros. En este contexto, se debe tener en cuenta que el mercado serbio es en muchas ocasiones utilizado como plataforma para la reexportación de carne a la Unión Europea, Rusia y Turquía, debido a los acuerdos de libre comercio firmados con Serbia.

En este entorno competitivo, es importante entender cómo se constituye el **canal de distribución** del sector la carne en Serbia. Por un lado, las pequeñas carnicerías de barrio continúan siendo populares entre la población local, constituyéndose como el principal punto de suministro de productos cárnicos frescos. Por otro, la compra de productos cárnicos en cadenas de supermercados está creciendo con el cambio de estilo de vida, cada vez más cercano al europeo. Las **principales distribuidoras de carne** en Serbia son las siguientes: GRUPO DELHAIZE (supermercados MAXI y TEMPO), Grupo METRO, UNVEREXPORT, PTD DIS (supermercados IDEA), SUPER VERO, AROMA. Finalmente, ciertos productores (como MAJITEVIC o ZLATIBORAC) tienen sus propias carnicerías, constituyendo así un canal en el que el productor tiene mayor control sobre el margen y los precios.

En relación con los **precios unitarios de venta de productos cárnicos**, estos son ligeramente inferiores que en 2012, pero han aumentado un 1% con respecto a 2016. Se debe tener en cuenta que el precio de la carne producida en Serbia está ligado al precio del maíz, ya que si el país dispone de una mala temporada de lluvias disminuyen automáticamente las cifras globales de ganado por la dificultad de los granjeros a la hora de alimentar a su cabaña.

Respecto a la **percepción del producto español**, a pesar del peso de las importaciones españolas en la industria cárnica serbia, las marcas españolas no son especialmente conocidas por parte del consumidor serbio, aunque sí lo sean para el distribuidor. No obstante, el producto español sí que es percibido como producto de calidad por parte de los consumidores serbios, debido, principalmente, al turismo, la inmigración y la televisión.

En lo que respecta a las **barreras del sector**, es posible distinguir entre barreras arancelarias y no arancelarias. En materia arancelaria, la regla general para el comercio internacional entre Serbia y la UE es el intercambio libre de aranceles, sin embargo, en general, el comercio de carne de la Partida 02 del Sistema Armonizado y sus sub-partidas está gravado con un **12%**, un arancel que se prevé que desaparezca a medida que Serbia avance en su integración a la UE. Como barreras no arancelarias, se debe tener en cuenta el transporte, ya que la oferta para transportar mercancía entre España y Serbia es insuficiente y las infraestructuras ferroviarias todavía están en mal estado, así como las inspecciones veterinarias.

En cuanto a las **perspectivas del sector**, el aumento experimentado por el poder adquisitivo de la población serbia influirá directamente en la decisión de compra del consumidor y, por tanto, en la evolución del mercado. Asimismo, teniendo en cuenta la tendencia negativa en el tamaño de la cabaña de Serbia, así como la dependencia del país de las importaciones, las perspectivas del mercado para productores de carne españoles son positivas a medio y largo plazo.

Por último, el estudio enumera una serie de oportunidades que el empresario español puede tener en consideración para adentrarse al mercado serbio. Así, se destacan las siguientes:

- 1. Inversión en el sector cárnico.** En Serbia predomina una mano de obra altamente cualificada y costes operativos muy competitivos. Además, la situación geográfica del país y los acuerdos de libre comercio que mantiene con terceros países convierten a Serbia en una plataforma excelente de exportación. Actualmente, Serbia cuenta con tratados comerciales con la UE, Rusia, EE.UU., CEFTA, EFTA, Turquía, Bielorrusia y Kazajistán, lo que favorece la comercialización libre de aranceles. Finalmente, se deben tener en cuenta los incentivos fiscales que ofrece el país, ya que para compensar el capital inicial de inversión y facilitar la puesta en marcha de empresas, el gobierno de Serbia ofrece apoyo financiero para inversiones *greenfield* y proyectos *brownfield*.
- 2. Exportación de productos cárnicos.** En la última década Serbia ha pasado de ser exportador a un importante importador de productos cárnicos. Esta realidad es una anomalía que se explica por la pérdida de competitividad de las empresas dedicadas a la cría de ganado en el país, lo que favorece la introducción de empresas extranjeras. Además, se da la paradoja de que, si bien las empresas locales no pueden alimentar al ganado con alimentos genéticamente modificados, los productores extranjeros que comercializan su carne en el país, sí. Esto genera una desventaja para los productores locales, que no pueden reducir el gasto en la alimentación para la cabaña mediante esta vía. La tendencia importadora del país para esta rúbrica permite ver el hueco de mercado que se abre para la empresa española en el país balcánico: España domina el grupo de principales proveedores de Serbia en el sector cárnico (carne de porcino), con una cuota de mercado del 33,43%, suministrando cerca de 27 millones y con un crecimiento del 32% en el periodo 2015-2017. El reto para el futuro consistirá en mejorar en el reconocimiento de la marca española y aumentar la comercialización de otros tipos de carne.

2. Definición de sector

2.1. Delimitación del sector

El presente estudio de mercado analiza la situación de la industria cárnica en Serbia. Este mercado, según el sistema TARIC, comprende la **partida arancelaria 02** (Carne y despojos comestibles). El estudio también tiene en cuenta las siguientes subpartidas, englobadas en el capítulo mencionado.

CAPÍTULO 02	CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES
02.01	Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada.
02.02	Carne de animales de la especie bovina, congelada.
02.03	Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada.
02.04	Carne de animales de las especies ovina o caprina, fresca, refrigerada o congelada.
02.05	Carne de animales de las especies caballo, asnal o mular, fresca, refrigerada o congelada.
02.06	Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballo, asnal o mular, frescos, refrigerados o congelados.
02.07	Carne y despojos, de aves de la partida 1.05, frescos, refrigerados o congelados.
02.08	Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados (excepto de aves de la partida 01.05, de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballo, asnal o mular).
02.09	Tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave sin fundir ni extraer de otro modo, frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados.
02.10	Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos.

2.2. Sector ganadero en Serbia

Tanto la ganadería como el procesamiento de carne en Serbia tienen una larga tradición. Históricamente, los productos cárnicos más populares son la carne de cerdo y la carne de vacuno en sus versiones fresca y ahumada y las aves de corral. Asimismo, el paté, el chorizo seco de diferentes tipos y la carne de cerdo se encuentran ampliamente distribuidos a través de todas las cadenas de supermercados en la región de los Balcanes.

Por otro lado, los mataderos serbios y las instalaciones para el procesamiento de carne tienen un buen posicionamiento en el mercado CEFTA. Sin embargo, el número de cabezas ganado de Serbia ha caído un 19% desde 2006. La reducción de la cabaña del país ha coincidido con una disminución del consumo de carne, el cual ha caído de manera constante en los últimos años, situándose actualmente en torno a los 41,4 kg por habitante y año³, por debajo de la media de la UE (72 kg per cápita⁴). Pese a ello, la ganadería en Serbia presenta notables ventajas, entre las que es posible destacar las siguientes.

- Los productores locales pueden **exportar carne a la UE**, el mercado más atractivo, aunque con derechos reducidos y con algunas cuotas que se espera que desaparezcan a medida que avance el proceso de adhesión.
- El **mercado ruso** ofrece diversas oportunidades para las empresas instaladas en Serbia: 14 empresas entre mataderos y centrales lecheras han adquirido certificados para la exportación libre a la Federación Rusa y se espera que este número vaya en aumento.
- El **tratado de libre comercio firmado con Turquía** convierte al país en un mercado emergente con 77 millones de habitantes a los que exportar carne fresca.

A pesar de su importancia y tradición, el sector ganadero serbio no está exento de dificultades. La industria ganadera dispone de instalaciones con capacidades obsoletas y demasiado grandes que conllevan costes unitarios elevados y que, por lo tanto, dificultan la capacidad de competir efectivamente frente a productores extranjeros, tanto en el mercado local como internacional. Además, predomina una baja inversión en tecnología, un factor que impide a empresas locales reunir los requisitos necesarios para llevar a cabo una producción de calidad y sitúa al país en una posición muy vulnerable de cara a las inversiones extranjeras. En definitiva, el sector ganadero serbio se encuentra expuesto a los **siguientes retos**, principales razones por las cuales el sector agrícola en general y el ganadero en particular no explotan todo su potencial:

- **Sector ganadero:**
 - Falta de inversión
 - Aunque el sistema de liberalización de productos agrícolas dentro del Acuerdo de Estabilización y Adhesión ha sido más progresivo que en el caso de otros productos, este no ha sido adecuadamente acompañado por las reformas necesarias o por el apoyo a los agricultores.
 - Prohibición del uso de piensos transgénicos, que influye en que el pienso en Serbia sea más caro que en los países donde se permite su uso. En combinación con la producción a gran escala que existe en ciertos países (como España) esto hace que la carne importada sea más barata que la local. Es por ello que muchas industrias cárnicas importan en vez de tener sus propias granjas o de comprar localmente.

³ FAO. <http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=RS2011001731>

⁴ OCDE Data. <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>

- **Producción de carne:**

- Las **malas privatizaciones** de las empresas del sector.
- El **bajo nivel tecnológico** que lleva al incumplimiento de los requisitos de calidad necesarios para fomentar las exportaciones o competir a nivel internacional y el correspondiente aumento del coste.
- Los **altos costes de producción** que incrementan el coste de la venta del producto final lo que da lugar a que a las industrias cárnicas les resulte más rentable importar carne que comprarla en el mercado local.
- La **entrada de grandes empresas lecheras** ha llevado a la sustitución progresiva de las vacas criadas para la producción de carne por vacas lecheras, que sólo pueden ser utilizadas con ese fin. Esto ha supuesto una falta de vacas destinadas a la producción de carne.
- La **reducción en el gasto en comida** por parte de los hogares serbios en el periodo 2012-2016, que se encuentra actualmente en 21.000 RSD mensuales por persona (170,56 euros).

De acuerdo con la división en dos regiones diferenciadas, Vojvodina y Serbia central, se puede decir que alrededor del 70% de la ganadería se sitúa en la zona central y montañosa del país, mientras que en Vojvodina encontramos el 30% restante. La producción ganadera en Serbia se basa principalmente en explotaciones familiares de pequeño y medio tamaño. Este tipo de explotaciones son especialmente importantes en el ganado bovino, porcino, ovino, caprino y la producción avícola. Sólo en la producción avícola las granjas más grandes tienen una mayor participación en unidades de ganado. La mayor diversificación y un posicionamiento difícil en la cadena de suministro de alimentos son las principales características de las pequeñas explotaciones. Las granjas más grandes se benefician de las economías de escala, reduciendo costos unitarios y dando uso a nuevas tecnologías.

Las granjas familiares se dividen en dos grupos básicos: pequeñas granjas y granjas comerciales. Las pequeñas granjas han dominado históricamente tanto en estructura como en recursos en la producción ganadera. Sin embargo, durante las últimas tres décadas, estas pequeñas granjas han experimentado una pérdida notable de peso. En su lugar, las granjas comerciales que se caracterizan por maximizar sus recursos y optimizar la producción, han ido al alza. El aumento de este tipo de propiedades ha contribuido significativamente al proceso de cooperación vertical en ciertos segmentos de la industria alimentaria. La estructura actual se puede observar en la siguiente tabla.

ESTRUCTURA DE LAS PROPIEDADES AGRÍCOLAS

Unidades de ganado

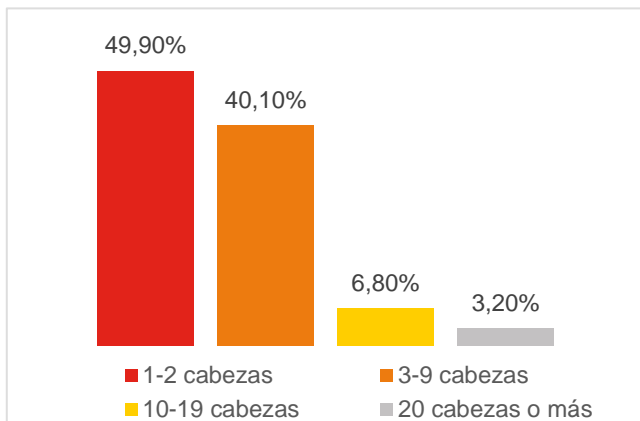
	SERBIA	REGIÓN BELGRADO	VOJVODINA	SERBIA OCCIDENTAL	SERBIA SUDESTE
TOTAL PROPIEDADES	489.364	24.937	111.357	207.019	146.051
TOTAL GANADO	2.019.889	111.382	686.386	803.843	418.277
<4 UNIDADES	533.656	28.946	125.279	231.389	166.042
5-9 UNIDADES	67.063	2.927	12.083	35.356	16.697
10-14 UNIDADES	16.169	773	4.145	8.208	3.043
15-19 UNIDADES	5.897	267	1.898	2.748	984
20-49 UNIDADES	6.904	254	3.197	2.638	815
50-99 UNIDADES	1.200	32	654	401	113
100-499 UNIDADES	522	31	280	177	34
>500 UNIDADES	141	14	88	23	18

Fuente: Censo Agrícola 2012. SORS. Instituto Estadístico Oficial de Serbia.

La tabla superior pone de manifiesto la **concentración del ganado y propiedades ganaderas en las zonas central y sur de Serbia**. Asimismo, **la mayor parte del ganado se observa en pequeñas propiedades con 4 o menos cabezas**. En la ganadería moderna, estas pequeñas propiedades no permiten maximizar los beneficios y optimizar la producción ganadera. Este es uno de los principales frenos a la competitividad de Serbia en la industria cárnica en los mercados internacionales.

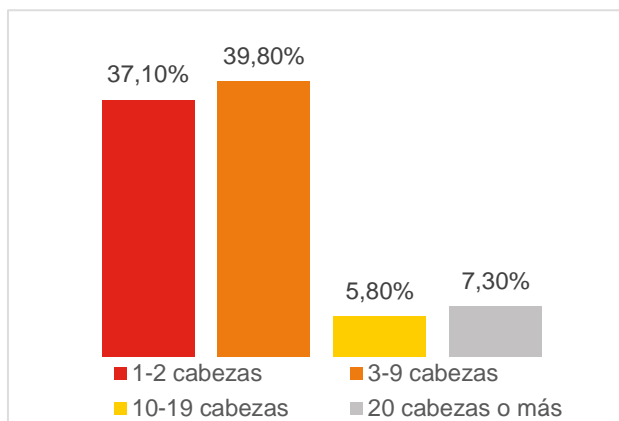
Por otro lado, la estructura de la industria por tipo de ganado también permite observar la alta fragmentación del sector ganadero en Serbia. Según datos del último censo agrícola realizado en Serbia, publicado en diciembre de 2012, la estructura por tipo de ganado se estructura de la siguiente manera.

ESTRUCTURA DE LAS PROPIEDADES POR NÚMERO DE VACUNO



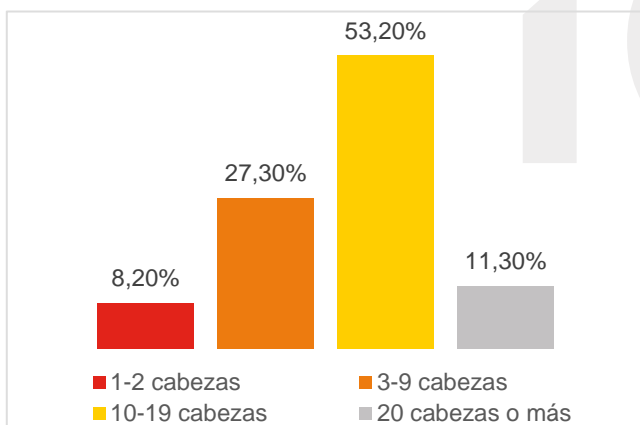
Fuente: Censo Agrícola 2012. SORS

ESTRUCTURA DE LAS PROPIEDADES POR NÚMERO DE CERDOS



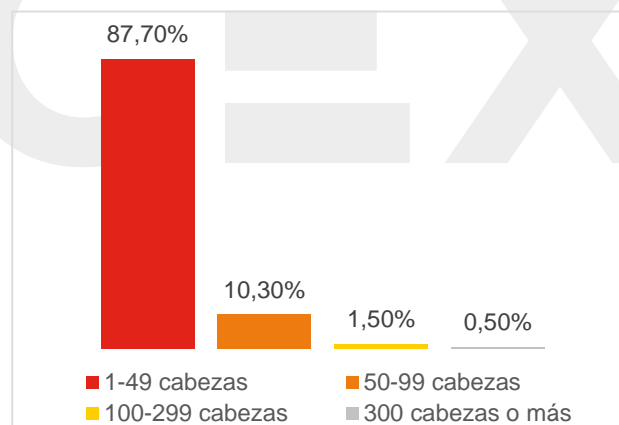
Fuente: Censo Agrícola 2012. SORS

ESTRUCTURA DE LAS PROPIEDADES POR NÚMERO DE OVEJAS



Fuente: Censo Agrícola 2012. SORS

ESTRUCTURA DE LAS PROPIEDADES POR NÚMERO DE AVES DE CORRAL



Fuente: Censo Agrícola 2012. SORS

En cuanto a las **cabezas de ganado**, se debe tener en cuenta que el número de cabezas presenta un desarrollo negativo en todos los tipos de ganado analizados. En concreto, el número de cabezas de vacuno presenta un descenso del 17% en el periodo 2015-2017, el número de cabezas de cerdo ha disminuido un 11% en el mismo periodo, el número de ovejas un 5%, el de cabras un 10% y el de aves de corral un 6%.

CABEZAS DE VACUNO EN SERBIA
Periodo 2015-2017 (en miles)

	2015	2016	2017
Vacuno de menos de un año (para matanza)	28	15	24
Vacuno de menos de un año (otros machos)	150	158	156
Vacuno de menos de un año (otras hembras)	120	98	100
Vacuno de 1-2 años (machos)	41	54	46
Vacuno de 1-2 años (hembras para matanza)	3	5	4
Vacuno de 1-2 años (hembras para reproducción)	81	91	90
Vacuno de más de 2 años (machos)	12	9	10
Vacuno de más de 2 años (vaquillas para matanza)	1	1	1
Vacuno de más de 2 años (vaquillas para reproducción)	25	25	31
Vacuno de más de 2 años (vacas lecheras)	430	426	429
Vacuno de más de 2 años (otras vacas)	26	12	8
TOTAL	916	893	899

Fuente: Instituto Estadístico Oficial de Serbia.

Tal como muestra la tabla, el número de cabezas de vacuno se ha reducido un 2% con respecto a 2015. Además, predominan especialmente el vacuno de más de 2 años (vacas lecheras), que representan un 47,71% del total de cabezas. En este contexto, conviene tener en cuenta que las razas de vacuno principalmente utilizadas en Serbia son Simmental y Holstein Freizer, que sustituyeron a las razas locales, Busa y Podolian cuando se intensificó la producción ganadera.

CABEZAS DE CERDO EN SERBIA
Periodo 2015-2017 (en miles)

	2015	2016	2017
Cerdos de hasta 20 kilogramos	1.068	927	945
Cerdos entre 20 y 50 kilogramos	658	664	579
Puercos de entre 50 y 79 kilogramos	389	374	352
Puercos de entre 80 y 109 kilogramos	329	286	305
Puercos de más de 110 kilogramos	339	284	259
Cerdos para reproducción – cerdas listas para reproducción	119	111	101
Cerdos para reproducción - cerdas	25	23	20
Cerdos para reproducción – cerdas maduras	354	356	350
Cerdos para reproducción	149	143	157
Jabalís	28	20	20
TOTAL	3.284	3.021	2.911

Fuente: Instituto Estadístico Oficial de Serbia.

En cuanto a cabezas de cerdo, la presente tabla muestra una caída del 11% con respecto a 2015. Destacan especialmente los cerdos de hasta 20 kg, ya que representan un 32,46% del total.

OVEJAS EN SERBIA

Periodo 2015-2017 (en miles)

	2015	2016	2017
Cordero	396	343	328
Borrega para la reproducción	1.287	1.231	1.287
Borrega para leche	129	139	92
Otras ovejas	106	91	89
TOTAL	1.789	1.665	1.704

Fuente: Instituto Estadístico Oficial de Serbia.

El número de ovejas en Serbia ha experimentado un descenso del 5% con respecto a 2015. Predomina la borrega para reproducción, que representa un 75,52% del total de cabezas y se mantiene en número con respecto a 2015.

CABRAS EN SERBIA

Periodo 2015-2017 (en miles)

	2015	2016	2017
Cabritillos	35	38	35
Cabras que han reproducido anteriormente	128	132	122
Cabras vírgenes	26	18	14
Otras cabras	15	12	12
TOTAL	203	200	183

Fuente: Instituto Estadístico Oficial de Serbia.

En lo respectivo a al número de cabezas de cabras, este ha caído un 10% con respecto a 2015 y destacan las cabras que han reproducido anteriormente como el tipo de ganado predominante en esta categoría, ya que representan un 66,66% del total de cabezas.

AVES DE CORRAL EN SERBIA

Periodo 2015-2017 (en miles)

	2015	2016	2017
Gallinas – pollos	5.382	4.545	4.981
Gallinas – otras gallinas	11.538	11.163	10.964
Pavo	204	159	157
Ocas	56	71	59
Patos	152	145	135
Otras aves de corral	119	159	42
TOTAL	17.450	16.242	16.338

Fuente: Instituto Estadístico Oficial de Serbia.

El número de aves de corral también ha experimentado una caída con respecto a 2015, en este caso del 6%. Las gallinas representan la principal ave de corral en Serbia, con un 67,10% de total.

3. Oferta – Análisis de competidores

3.1. Tamaño del mercado y producción local

El mayor volumen de producción agrícola en Serbia se alcanzó a mediados de los ochenta. La década terminó en una desaceleración del crecimiento de la producción, y durante la década siguiente hubo una recesión generalizada que implicó una disminución significativa de dicha producción. Durante este período, la utilización de la capacidad agrícola se redujo drásticamente, lo mismo que los rendimientos por unidad de superficie para la producción de cultivos, por unidad de ganado para la producción de carne y por vacas para la producción de leche. Los rendimientos no sólo fueron significativamente más bajos que en los países más desarrollados de la Unión Europea (UE), sino también en comparación con los países de Europa del Este y Central.⁵ La situación no fue mucho mejor durante la primera década del siglo XXI ya que el nivel de la producción agrícola en Serbia nunca alcanzó los niveles previos al período de transición.

Actualmente, la producción ganadera en Serbia se caracteriza por la existencia de una estructura productiva dual, que es parte del legado de la economía socialista de planificación centralizada, y que es en parte el producto de la tendencia a la concentración de capital en el sector agrícola. Esto significa que en el sector ganadero conviven por un lado las grandes empresas, que a menudo combinan la producción vegetal y animal, pero que también pueden estar hasta cierto punto especializadas para líneas específicas de producción, así como un gran número de pequeñas granjas individuales que disponen de una producción que se podría calificar de natural. Estas fincas privadas están mucho menos involucradas en la venta de mercado de lo que su participación en la propiedad de la tierra destinada a este fin podría dar a entender, por lo que la industria cárnica está representada en su mayoría por empresas orientadas al mercado, más grandes, que a menudo se integran con los productores de carne mediante diversos acuerdos de producción⁶.

En este contexto, es importante tener en cuenta que, según el censo agrícola de 2012, el número de mataderos y centros de procesamiento operativos en Serbia asciende a 1.176. De todos ellos, solo 114 exportan al extranjero y, de estos, solo 9 mataderos y 8 centros de procesamiento tienen permisos para exportar a la UE, y 17 para la exportación a Rusia.

⁵ Gajić, et al. (2007), Development Performance of Agricultural Sector and Economic Development in Southeast European Countries in Transition.

⁶ Mijić et al. (2012), Meat industry in Serbia: performance analysis of meat-processing and livestock companies.

GANADO SACRIFICADO EN SERBIA
Periodo 2015-2017 (en miles)

	2015	2016	2017	VARIACIÓN 15/17
VACUNO				
Animales sacrificados (total)	302	324	284	-6%
Animales sacrificados en mataderos	162	170	178	10%
CERDO				
Animales sacrificados (total)	5.654	5.853	5.706	1%
Animales sacrificados en mataderos	2.217	2.212	2.079	-6%
OVEJAS				
Animales sacrificados (total)	1.493	1.630	1.552	4%
Animales sacrificados en mataderos	70	78	104	49%
AVES DE CORRAL				
Animales sacrificados (total)	61.133	61.397	56.168	-8%
Animales sacrificados en mataderos	39.339	41.500	50.670	29%

Fuente: Instituto Estadístico Oficial de Serbia.

Como muestra la tabla anterior, en 2017 en los mataderos de Serbia se sacrificaron 284.000 cabezas de vacuno, más de 2 millones de cerdos, 104.000 ovejas y 50.670 miles de aves de corral. Asimismo, los datos muestran un aumento generalizado del sacrificio de animales en mataderos durante el periodo 2015-2017, a excepción del cerdo. Todo ello se traduce en la producción de alrededor de 71.000 toneladas de ternera, 307.000 toneladas de carne porcina, 30.000 toneladas de carne de oveja y 95.000 toneladas de carne procedente de aves de corral. Así, la siguiente tabla muestra la producción de carne en Serbia en el periodo 2015-2017.

PRODUCCIÓN DE CARNE EN SERBIA
Periodo 2015-2017 (en miles de toneladas)

	2015	2016	2017	VARIACIÓN 15/17
VACUNO	77	77	71	-8%
PORCINO	278	301	307	10%
OVEJA	30	34	30	0%
AVES DE CORRAL	86	88	95	10%
DESPOJOS COMESTIBLES	22	23	21	-5%
TOTAL	493	523	524	6%

Fuente: Instituto Estadístico Oficial de Serbia.

Los datos de la Agencia Estadística de Serbia muestran un ligero aumento en la producción de carne (en comparación con los datos de 2015). En concreto, **el total de producción de carne ha aumentado un 6% en el periodo 2015-2017**, situándose en 524 mil toneladas en 2017, y destaca especialmente la carne de porcino y de ave de corral, cuya producción presenta un aumento del 10%. Solo la producción de despojos comestibles presenta un descenso en el periodo analizado, en este caso del 5%. Por otro lado, resulta importante mencionar la tendencia desproporcional entre la cría de animales (en descenso) y la producción de carne (en aumento). Este factor indica que hay más animales destinados a la producción de carne y, además, se importan más animales para la producción de carne.

La producción ganadera se encuentra muy diversificada y especializada según las características de cada región del país. No obstante, es posible distinguir a las siguientes empresas como los **principales productores locales** de la industria cárnica de Serbia.

- **MATIJEVIC** (www.matijevic.rs). Empresa originaria de Novi Sad, fundada en 1994 y especializada en la producción y venta de productos cárnicos. Producen 120 toneladas de carne el día y la integración vertical de la cadena de producción es completa. Actualmente cuenta con más de 130 tiendas repartidas por todo el territorio serbio. El 90% de la carne que producen se vende a través de tiendas propias, un 5% se vende a otros clientes al por mayor y el 5% restante se exporta a Bosnia-Herzegovina y Montenegro.
- **CARNEX** (www.carnex.rs). La compañía comenzó su actividad en 1958 y pertenece a MK Group. La empresa está especializada en derivados cárnicos (salchichas, embutidos, patés y preparados de carne). Para ello cuenta con granjas de cerdos con más de 100.000 cabezas, y una producción de más de 18.000 toneladas anuales. Además, la empresa produce su propio pienso animal, el cual se estima en 50.000 toneladas anuales, integrando así verticalmente los distintos eslabones de la cadena de producción.
- **KOTEKS**. Compañía de Belgrado, fundada en 1992. La empresa se dedica a la producción de carne y procesado de productos cárnicos curados. En 2012 abrieron un matadero con capacidad para 1.000 cabezas de ganado propio y 200 cabezas de ganado por turno, lo que equivale al sacrificio de 120 cabezas de ganado porcino a la hora y alrededor de 300.000 al año.
- **NEOPLANTA** (www.neoplanta.rs). Compañía fundada en Novi Sad en 1885. En 2007 se convierte en miembro del grupo Nelt Co, que distribuye en los Balcanes como Procter&Gamble o Kraft Foods. Está especializada en derivados cárnicos (salchichas, embutidos, jamón york, patés y preparados de carne). La empresa también tiene tierras para la producción de pienso con más de 1.000 hectáreas y granjas que producen 40.000 cerdos anuales con lo que han conseguido integrar todo el proceso, ya que también cuentan con una red de venta propia.

- **YUHOR** (www.yuhor.rs). Empresa con sede en Jagodina y presente en el mercado desde 1902. En 2004, Yuhor se convirtió en parte de Delta Agrar, compañía miembro de Delta Holding. Actualmente la empresa se posiciona como una de las industrias cárnicas más grandes de Serbia, con una amplia gama de productos, especializada en patés, salami y mortadela. La compañía tiene integrada verticalmente todos los elementos de la cadena de producción, desde la producción de pienso hasta el proceso de venta final.
- **ZLATIBORAC** (www.zlatiborac.com). Compañía fundada en Zlatibor, en 1992. La empresa está especializada en productos de alta calidad, produce todo tipo de embutidos (jamón de cerdo, de vacuno, salami, salchichas, etc.) y cuenta con una flota propia que distribuye sus productos en todo el país.

En este contexto, conviene tener en cuenta la creciente aparición de empresas familiares, las cuales tratan de competir a través de calidad de sus productos. Un ejemplo de ellos es MESARA JOKIC (www.mesarajokic.com), compañía familiar fundada en 2004 y ubicada en Belgrado que, además, solo compran los animales de proveedores/ganadores locales.

3.2. Comercio internacional

Los códigos que engloban todos los productos del sector de la carne se agrupan en el código **TARIC 02: carne y despojos comestibles**. A continuación, se realiza un análisis del comercio internacional de Serbia y el código arancelario descrito, con el objetivo de conocer la totalidad de las exportaciones e importaciones de esta industria, así como de las distintas partidas arancelarias que este grupo TARIC engloba.

Históricamente, Serbia ha sido un país exportador de carne, en especial de carne de vacuno. Sin embargo, desde el inicio de la crisis que experimentó el país, la falta de competitividad de la ganadería local dio lugar a que la industria cárnica del país comenzase a adquirir cabezas de ganado del extranjero. Esto ha llevado a una drástica reducción del número de cabezas de ganado de Serbia y, por consiguiente, se ha invertido la tendencia exportadora, pasando Serbia a ser un importador neto de este tipo de productos. Como es posible observar en los datos expuestos a continuación, en 2017 Serbia importó más de 83 millones de euros en carne y despojos comestibles, lo que representa un 63% más que en 2016. Este hecho se encuentra generalizado en todas las partidas arancelarias de importación cárnica, y se acentúa especialmente en los capítulos de carne porcina y bovina.

No obstante, conviene tener en cuenta que, si bien la reducción de la producción local forzó las exportaciones a la baja de carne y productos cárnicos, en el periodo 2016-2017 las exportaciones realizadas por Serbia aumentaron un 32%, situándose en más de 48 millones de euros. En este contexto, se debe tener en cuenta que el mercado serbio es en muchas ocasiones utilizado como plataforma para la reexportación de carne a la Unión Europea, Rusia y Turquía, debido a los acuerdos de libre comercio firmados con Serbia.

EXPORTACIONES SERBIAS DE CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES (TARIC 02)

Desglose de productos – en miles de euros

	2015	2016	2017	16/17
GRUPO 02. CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	45.204	37.001	48.987	32%
02.01. Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada	1.427	1.815	1.110	-39%
02.02. Carne de animales de la especie bovina (congelada)	1.742	1.414	1.202	-15%
02.03. Carne de animales de la especie porcina (fresca, refrigerada o congelada).	25.055	13.317	16.467	24%
02.04. Carne de animales de las especies ovina y caprina (fresca, refrigerada o congelada).	200	153	298	95%
02.05. Carne de animales de las especies caballar, asnal o mular (fresca, refrigerada o congelada).	-	-	-	-
02.06. Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, refrigerados o congelados.	2.844	4.744	5.904	24%
02.07. Carne y despojos, de aves de la partida 1.05 (fresca, refrigerada o congelada).	9.286	8.068	8.433	5%
02.08. Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados (excepto aves de la partida 01.05, de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular).	-	-	-	-
02.09. Tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave sin fundir ni extraer de otro modo (frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados).	445	695	1.904	174%
02.10. Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos.	2.298	2.254	2.787	24%

Fuente: Trademap.

IMPORTACIONES SERBIAS DE CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES (TARIC 02)
Desglose de productos – en miles de euros

	2015	2016	2017	16/17
GRUPO 02. CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	62.080	51.373	83.659	63%
02.01. Carne de animales de la especie bovina (fresca o refrigerada).	3.333	6.357	11.991	89%
02.02. Carne de animales de la especie bovina (congelada)	3.586	2.976	3.288	10%
02.03. Carne de animales de la especie porcina (fresca, refrigerada o congelada).	39.491	28.780	54.834	91%
02.04. Carne de animales de las especies ovina y caprina (fresca, refrigerada o congelada).	234	831	688	-17%
02.05. Carne de animales de las especies caballar, asnal o mular (fresca, refrigerada o congelada).	-	-	-	-
02.06. Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular (refrigerados o congelados).	991	956	1.986	108%
02.07. Carne y despojos, de aves de la partida 1.05 (fresca, refrigerada o congelada).	7.928	6.668	8.433	26%
02.08. Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados (excepto aves de la partida 01.05, de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular).	30	56	31	-45%
02.09. Tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave sin fundir ni extraer de otro modo (frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados).	2.134	1.295	3.987	208%
02.10. Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos.	6.259	7.995	9.302	16%

Fuente: Trademap.

Como es posible observar, dentro de las exportaciones de carne realizadas por Serbia, tienen un gran peso las de carne porcina (16.467 miles de euros en 2017), seguidas de la carne y despojos de aves. En el caso de las importaciones, en primer lugar, se sitúan las importaciones de carne porcina (54.834 miles de euros en 2017), seguidas de carne bovina.

Por otro lado, según el análisis del comercio exterior por países, los mercados de Montenegro (35,18%), Macedonia (17,91%) y Rusia (15,86%) se posicionan como los principales destinos de las exportaciones de Serbia en cuanto al TARIC 02. En el caso de las importaciones, **España se sitúa como el principal proveedor de carne y despojos comestibles de Serbia**, con un 33,43% de cuota de mercado (27.967 miles de euros en 2017) y un aumento de las importaciones desde España del 32% en el último año. Como países competidores, a España le siguen Alemania (19,26%) y Hungría (9,11%). Por otro lado, conviene destacar que los principales proveedores de productos transformados (TARIC 0210) a Serbia son Montenegro, Eslovenia y Bosnia-Herzegovina.

EXPORTACIONES SERBIAS DE CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES (TARIC 02)
Ranking de los 10 principales destinos – en miles de euros

	2015	2016	2017	% s/T	16/17
Montenegro	7.906	13.948	17.236	35,18%	245%
Macedonia	3.618	6.294	8.772	17,91%	39%
Rusia	22.905	4.064	7.769	15,86%	91%
Bosnia y Herzegovina	5.153	5.106	5.201	10,62%	2%
China (Hong Kong)	1.744	3.437	5.156	10,53%	50%
Italia	1.915	2.275	2.475	5,05%	9%
Vietnam	670	635	736	1,50%	16%
Bielorrusia	559	209	717	1,46%	243%
Liberia	72	118	204	0,42%	73%
Costa de Marfil	10	98	166	0,34%	69%
TOTAL	45.204	37.001	48.987	100%	32%
ESPAÑA	-	-	-	-	-

Fuente: Trademap y Datacomex.

IMPORTACIONES SERBIAS DE CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES (TARIC 02)
Ranking de los 10 principales destinos – en miles de euros

	2015	2016	2017	% s/T	16/17
ESPAÑA	19.848	21.154	27.967	33,43%	32%
Alemania	7.067	4.253	16.111	19,26%	279%
Hungría	7.492	5.732	7.624	9,11%	33%
Montenegro	4.126	4.767	5.712	6,83%	20%
Países Bajos	2.119	1.138	4.160	4,97%	266%
Austria	4.253	3.453	3.186	3,81%	-8%
Bosnia y Herzegovina	2.469	3.917	2.562	3,06%	-35%
Dinamarca	1.785	483	2.192	2,62%	354%
Eslovenia	1.992	1.898	1.925	2,30%	1%
Italia	683	1.036	1.906	2,28%	84%
TOTAL	62.080	51.373	83.659	100%	63%

Fuente: Trademap y Datacomex.

A continuación se desglosan importaciones serbias desde España de carne y despojos comestibles durante el periodo 2015-2017, con el objetivo de analizar cuáles son las partidas que más presencia tienen en el mercado serbio. Así, es posible observar la **primacía de la carne porcina** en las exportaciones, alcanzando 27.363 miles de euros en 2017, lo que supuso un 97,84% del total y un incremento del 31% con respecto a 2016. Por otro lado, también se datan las importaciones de las partidas arancelarias 02.09 y 02.10, pero estas son inferiores en comparación con la carne porcina.

IMPORTACIONES SERBIAS DESDE ESPAÑA DE CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES (TARIC 02)

Desglose de productos – en miles de euros

	2015	2016	2017	16/17
GRUPO 02. CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	19.848	21.154	27.967	32%
02.01. Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada	-	-	-	-
02.02. Carne de animales de la especie bovina (congelada)	-	-	-	-
02.03. Carne de animales de la especie porcina (fresca, refrigerada o congelada).	19.546	20.958	27.363	31%
02.04. Carne de animales de las especies ovina y caprina (fresca, refrigerada o congelada).	-	-	-	-
02.05. Carne de animales de las especies caballo, asnal o mular (fresca, refrigerada o congelada).	-	-	-	-
02.06. Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballo, asnal o mular, refrigerados o congelados.	-	-	-	-
02.07. Carne y despojos, de aves de la partida 1.05 (fresca, refrigerada o congelada).	-	-	-	-
02.08. Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados (excepto aves de la partida 01.05, de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballo, asnal o mular).	-	-	-	-
02.09. Tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave sin fundir ni extraer de otro modo (frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados).	255	149	577	287%
02.10. Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos.	46	45	26	-42%

Fuente: Datacomex.

4. Demanda

4.1. Dimensión de Mercado

La población de Serbia ronda los siete millones de personas (7.040.272 en 2017) y ha mostrado una tendencia a la baja en los últimos años, debido al envejecimiento de la población. Por otro lado, el sueldo medio bruto de la población serbia es de 490 euros al mes, mientras que el neto se reduce a una cifra cercana a los 380 euros. Los salarios implican, por tanto, un poder adquisitivo relativamente bajo en comparación con la riqueza de los países de Europa occidental, y determinan en última instancia la capacidad de compra de los ciudadanos. Actualmente, el presupuesto familiar disponible en Serbia alcanza los 59.624 RSD mensuales, lo que equivale a 349,75 euros.

A partir de los datos que componen la estructura del gasto de los hogares serbios, es posible observar que el gasto destinado a la compra de comida fue del 35,60%, lo que equivale a 21.000 RSD mensuales por persona (170,56 euros)⁷.

ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS HOGARES SERBIOS
Periodo 2012-2016

	2012	2013	2014	2015	2016
GASTO TOTAL (RSD)	56.543	56.013	58.713	59.052	60.720
Comida y bebidas no alcohólicas	37,6%	39%	35,70%	35,60%	34,90%
Bebidas alcohólicas y tabaco	4,1%	4,2%	4,30%	4,60%	4,60%
Vestimenta y calzado	5,2%	5,2%	5,40%	5%	5,20%
Vivienda y consumo energético	17,4%	16,9%	17,10%	16,60%	16,70%
Muebles, equipamiento de la casa y mantenimiento	4,8%	4,6%	4,80%	4,50%	4,40%
Salud	4,8%	4,3%	4,20%	4,10%	4,30%
Transporte	8,8%	8,3%	9,50%	9,50%	9,30%
Comunicación	4,5%	4,6%	4,90%	5,30%	5,30%
Recreación y cultura	4,2%	4,7%	4,90%	5,20%	5,20%
Educación	1%	1%	1%	1,20%	1,40%
Restaurantes y hoteles	2,2%	2,3%	2,40%	2,70%	2,80%
Otros bienes y servicios	5,4%	5%	7,73%	5,70%	5,90%

Fuente: SORS. Oficina de Estadística de la República de Serbia.

⁷ Tipo de cambio medio RSD/EUR en 2016: 1 EUR = 123,117 RSD.

4.2. Comportamiento de compra

Actualmente, el consumo medio anual de carne en Serbia presenta una evolución negativa – a excepción de la carne de ave - situándose en torno a los 41,4 kg por habitante y año⁸, por debajo de la media de la UE (72 kg per cápita⁹). En el consumo de carne en Serbia predominan los porcinos y las aves de corral, que constituyen el 77% del total. El consumo de vacuno es extremadamente bajo (3,3 kg por persona). Desde un punto de vista regional, el mayor consumo de carne se produce en Belgrado (44,8 kg), seguido de Serbia Central (40,1 kg).

La demanda de carne de los consumidores serbios se configura, principalmente, en función de su **capacidad financiera** a la hora de adquirir el producto. El bajo poder de compra se traduce en una falta de capacidad a la hora de pagar mayores precios por productos de calidad y lleva a los consumidores balcánicos a primar la relación cantidad-precio sobre la relación calidad-precio. Así, la mayoría de los consumidores serbios están condicionados por el precio a la hora de comprar alimentos en general y carne en particular, independientemente de las preferencias, la calidad o las recomendaciones. Esta demanda también está influenciada por la **gastronomía tradicional serbia**, la cual está orientada al consumo de productos derivados o transformados de carne. La dieta balcánica tiene dos influencias, la gastronomía centro europea alemana y húngara y la gastronomía mediterránea. Todos los platos típicos serbios están basados en productos de carne; desde el Gulasch, plato eminentemente húngaro, pasando por el Mućkalica, que es un estofado, hasta la Pljeskavica, que es un preparado de carne de vacuno. El plato más característico son los famosos Rostilj, las carnes a la brasa serbias. En este sentido, a la hora de introducir productos al mercado, todo lo que sean productos a la brasa o ahumados van a tener un mayor éxito. Además, todavía tiene gran importancia la producción artesanal de productos cárnicos y el aprovisionamiento a través de conocidos y familiares que viven en el campo de carne y embutidos.

⁸ FAO. <http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=RS2011001731>

⁹ OCDE Data. <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>

5. Precios

5.1. Precios medios

Como ha sido analizado, el precio es el factor decisivo que guía el comportamiento de compra de los consumidores serbios. Por ello, resulta importante conocer los precios de mercado de los distintos productos cárnicos que es posible encontrar en los supermercados y carnicerías de Serbia. En general, el coste de la comida en Serbia se ha incrementado un 4% en el periodo 2012-2017 y continúa con una tendencia inflacionista. En el caso de los productos cárnicos, los precios en 2017 son ligeramente inferiores que en 2012, pero han aumentado un 1% con respecto a 2016.

VARIACIÓN MEDIA DE LOS PRECIOS

Periodo 2012-2017

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ALIMENTOS	188.40	183.80	188.50	187.20	188.30	196.10
Carne	167.10	168.40	163.30	158.40	165.10	166.50

Fuente: SORS. Oficina de Estadística de la República de Serbia. Año base (2006 = 100).

El precio de la carne producida en Serbia está ligado al precio del maíz. Este aspecto es importante a la hora de explicar el declive tanto en número como en productividad del ganado en Serbia, factor que favorece las importaciones de otros países que pueden ofrecer precios más estables, como España. Si el país dispone de una mala temporada de lluvias disminuyen automáticamente las cifras globales de ganado por la dificultad de los granjeros a la hora de alimentar a su cabaña. En Serbia sólo el 5% de los cultivos están irrigados, por lo que la climatología tiene un peso decisivo en la evolución de los precios del grano y, en última instancia, de la carne (sin transgénicos).

Como se ha mencionado, los niveles generales de productividad en la producción ganadera de Serbia son generalmente más bajos que en la media de la UE, tanto por el uso limitado de tecnología agraria como por su dependencia en las condiciones meteorológicas y la falta de conocimientos técnicos por parte de los ganaderos. Además, el uso de fertilizantes y piensos premezclados se limita a un pequeño número de grandes explotaciones de orientación comercial ya que la mayoría de las granjas no tienen la escala de producción para hacer uso de las tecnologías agrícolas modernas ni aglutinan suficiente demanda como para negociar precios competitivos.

El Ministerio de Agricultura llevó a cabo un estudio de mercado que muestra márgenes de entre el 8 y el 10% para los mayoristas de carne y de hasta el 35% para los minoristas. Los reducidos márgenes para los mayoristas, que a menudo son también los mataderos, reflejan simplemente la asignación de los costos y beneficios a través de su negocio. Una estructura de costos indicativos de la producción de carne de cerdo se presenta en la figura siguiente.

ESTRUCTURA DEL PRECIO
Industria de la carne en Serbia

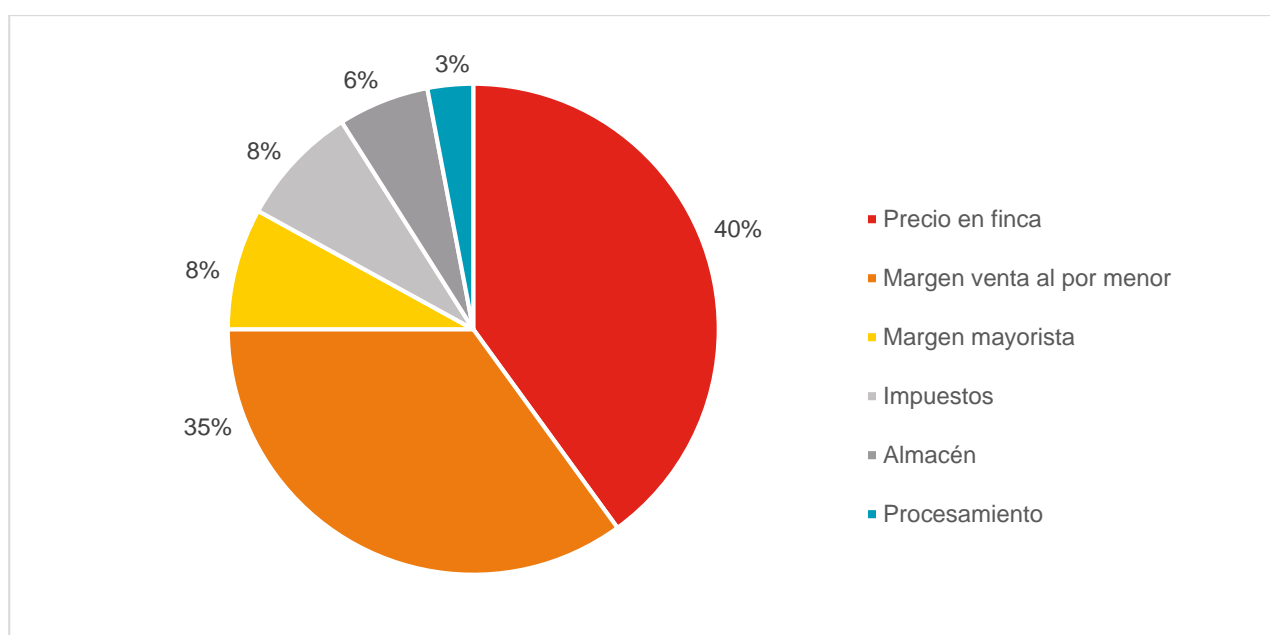


Gráfico de elaboración propia. Fuente: The Serbian Meat Value Chain, del Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo a partir de datos del Ministerio de Agricultura de la República de Serbia.

A continuación se muestra una tabla con los precios de venta al cliente final que se pueden ver en los supermercados de Belgrado. Los supermercados Maxi se encuentran en un rango medio de precios en su canal de distribución. Aunque la moneda de referencia en Serbia es el Dinar (RSD), se ha realizado una conversión a Euros para facilitar la comprensión de la tabla y la dinámica de precios en el país balcánico.

PRECIOS DE CARNE FRESCA EN EL MERCADO

ARTÍCULO	MARCA	PRECIO RSD/KG	PRECIO EUR/KG
AVES DE CORRAL			
Pechuga de pollo	Premia	499,99	4,21
Pechuga de pollo	Superior Foods DOO	624,98	5,27
Pechuga de pollo	Perutnina Ptuj	874,98	7,37
Pechuga de pavo	-	879,98	7,42
Pechuga de pavo	Vindon	899,98	7,58
Muslo de pollo	Perutnina Ptuj	425,91	3,59
Muslo de pollo	Superior Foods DOO	333,31	2,81
VACUNO			
Filete de ternera sin hueso	-	849,99	7,16
Carne de ternera para Gulash	-	799,99	6,74
Codillo de ternera	-	819,99	6,91
Carne picada	Premia	888,87	7,49
Hamburguesa	-	999,97	8,43
CERDO			
Filetes de lomo de cerdo (sin hueso)	-	439,99	3,71
Carne de cerdo para Gulash	-	439,99	3,71
Cuello de cerdo	-	569,99	4,80
Hombro de cerdo	-	429,99	3,62
Lomo de cerdo	-	409,99	3,45
Carne picada de cerdo	-	511,09	4,30

Fuente: Página web supermercados MAXI (cambio medio en octubre de 2018: 118,59 RSD = 1 EUR).

PRECIOS DE PREPARADOS DE CARNE CONGELADA EN EL MERCADO

ARTÍCULO	MARCA	PRECIO RSD/KG	PRECIO EUR/KG
Tiras de pollo	Panitto	1.049,98	8,85386626
Tiras de pollo	Frikom	1.166,63	9,83750738
Nuggets de pollo	Hungerit	908,31	7,65924614
Nuggets de pollo	Perutnina Ptuj	833,32	7,0268994
Nuggets de pavo	Gallicoop	552,99	4,66304073
Cordon Blue de pollo	Perutnina Ptuj	1.239,98	10,456025
Cordon Blue de pavo	Hungerit	1.052,06	8,87140568
Medallones de pollo	Perutnina Ptuj	1.216,63	10,2591281
Alitas de pollo	Panitto	834,27	7,03491019
Carne de vacuno para Gulash	Konstancia i Partneri	1.439,98	12,1425078

Fuente: Página web supermercados MAXI (cambio medio en octubre de 2018: 118,59 RSD = 1 EUR).

6. Percepción del producto español

Uno de los principales obstáculos con el que se encuentran las empresas españolas en el mercado de los Balcanes en general y de Serbia en particular, es la falta de conocimiento por parte de los consumidores locales de las marcas españolas. A día de hoy, y a pesar del peso de las importaciones españolas en la industria cárnica serbia, las marcas españolas no son especialmente conocidas por parte del consumidor serbio, aunque sí lo sean para el distribuidor. Ello se debe a que estas importaciones son principalmente de carne congelada, un factor que dificulta que el consumidor final conozca la procedencia del producto. Según nuevas regulaciones, los productos deberían indicar la procedencia de la carne utilizada en la producción de embutidos, lo que podría aumentar el conocimiento del consumidor final. Además, el producto español sí que es percibido como producto de calidad por parte de los consumidores serbios, debido, principalmente, al turismo, la inmigración y la televisión (Serbia es uno de los países en los cuales las producciones españolas gozan de mayor popularidad).

Por otro lado, las marcas españolas que actúan en el mercado serbio exportan directamente al mercado local o están presentes en el mismo a partir de procesos de exportación indirecta desde países como Croacia o Eslovenia, sin ningún control del canal de distribución, lo que termina repercutiendo sobre la calidad final del producto. Así, a excepción de marcas concretas como “El Pozo” o “Sánchez Romero Carvajal”, es difícil encontrar marcas españolas en los supermercados serbios.

En este contexto, también se debe tener en cuenta que la promoción de las marcas españolas en el mercado serbio es prácticamente inexistente, por lo que el interés por parte de los profesionales del sector, así como de la población serbia, también corresponde al esfuerzo de los productores españoles en atraer compradores de esta región.

7. Canales de distribución

En Serbia existen cuatro canales principales para la distribución de carne a los consumidores.

- **Pequeñas carnicerías de barrio.** El consumidor todavía accede a estos comercios que son el principal suministro de productos frescos que llegan directamente del productor al consumidor con muy pocos, o ningún, intermediario. El precio es el más barato, el producto es el más fresco y curiosamente la calidad es la más elevada. Básicamente porque el país no dispone de una cadena de distribución bien desarrollada, con un sistema de congelación y de transporte de alimentos estructurado y organizado, por lo que se premia la inmediatez que ofrecen estos puntos de venta. Suelen ubicarse en los mercados al aire libre y las tiendas de barrio. Se trata de puntos de venta de confianza con clientes regulares.
- **Supermercados.** En Serbia la distribución presenta todavía grandes barreras y está controlada por grupos que trabajan a nivel de los Balcanes y que son distintos a los que se pueden encontrar en otros países de la región. Estos grupos son **DELHAIZE**, un grupo holandés muy enfocado a esta región del mundo; **METRO**, una empresa alemana, pero con presencia regional; **AGROKOR**, un conglomerado de empresas de origen croata; y **LIDL**, de origen alemán. No obstante, a diferencia de lo que ocurre en la Unión Europea, estos grupos no disponen de un producto de mayor calidad ni homogéneo en todos sus establecimientos. De hecho, esta es una de las características fundamentales de la distribución en Serbia, que está todavía muy poco estructurada. En cualquier caso, la tendencia indica que la compra de carne en estos puntos de venta está creciendo con el cambio de estilo de vida cada vez más cercano al europeo. Por otro lado, algunas cadenas serbias como DIS basan su oferta y promoción en “el producto local”.
- **Tiendas de productores:** Ciertos productores (como, por ejemplo, **MATIJEVIC** o **ZLATIBORAC**) tienen sus propias carnicerías. En estos establecimientos el producto es más fresco, tiene una mayor calidad y es un canal donde el productor tiene un mayor control del margen.
- **Pueblos.** El consumo de confianza a través de conocidos, vecinos, que tienen sus pequeños mataderos artesanales. No disponen de controles sanitarios, pero es un canal que todavía tiene una importancia relativa, aunque esta va decayendo a medida que se rompe el vínculo entre el campo y la ciudad.

Por su parte, el canal HORECA en Serbia tiene más importancia todavía que el canal de venta al consumidor final por cómo funcionan las pautas del mercado, ya que el consumidor serbio todavía consume más carne fuera de casa que dentro de casa. El canal HORECA presenta tres canales de distribución:

- **Compra directa al productor.** El mayor canal para pedidos de gran volumen.
- **Grandes superficies.** Sobre todo, aquellas especializadas en la venta al sector HORECA como puede ser la cadena **METRO**, que funcionan igual que en la UE.
- **Carnicerías de barrio.** Aportan confianza y garantizan carne fresca.

7.1. Distribuidores locales

En este contexto, resulta importante distinguir entre la distribución para el consumo final y la industria cárnica, ya que, en el caso de la industria, esta suele obtener los productos directamente del proveedor, sin necesidad de intermediarios. A continuación se describen las principales distribuidores locales en Serbia:

- **GRUPO DELHAIZE.** Por un lado, los supermercados MAXI suelen tener entre 400 m² y 2.500 m². Dependiendo del tamaño, el surtido va de 5.000 a 12.000 productos, nacionales y extranjeros. Además de alimentos no perecederos, se ofertan alimentos frescos, cosméticos y artículos de aseo, pequeños electrodomésticos de cocina y productos de temporada. Existen tres formatos de tiendas Maxi:
 - **Maxi:** supermercados tradicionales modernos de descuento con marcas nacionales e internacionales. Se ofrecen una gama de referencias más amplia que en los Mini Maxi, incluyendo productos delicatessen. Hay 113 tiendas en Serbia.
 - **Mini Maxi:** pequeños supermercados de proximidad (máximo de 400 m²) donde se ofrecen alimentos frescos (fruta, verduras, lácteos y carne envasada), panadería, dulces y artículos de droguería. Hay 231 tiendas en Serbia, la mitad de ellos son franquicias.
 - **Shop & Go:** es un nuevo formato de tienda que ha sido introducido por el Grupo DELHAIZE en Serbia, con el objetivo de reemplazar a los Mini Maxi existentes en este país. Se mantiene el concepto cubierto por los establecimientos Mini Maxi, pero se busca un cambio que ofrezca una mayor funcionalidad del espacio disponible en los establecimientos, la introducción de nuevos productos y la ampliación de la cartera de empresas proveedoras. Con ello, se espera que los consumidores empleen menos tiempo en sus compras diarias, ya que consideran que el formato actual de establecimientos Maxi y Mini Maxi genera confusión en los clientes.

Por otro lado, TEMPO es la versión de Maxi en los formatos Hipermercados y Cash & Carry. En sus establecimientos se puede encontrar una amplia gama de productos, desde alimentación, de limpieza del hogar, electrodomésticos, equipamientos técnicos, textiles, prendas de vestir y artículos de jardinería, hasta accesorios para automóviles y artículos deportivos. El área de los establecimientos de Tempo es de 500 a 10.000 m². Existen dos formatos:

- **Tempo Express:** supermercados de descuento (500- 2.000 m²) con una oferta limitada de 5.000 referencias donde se ofrecen alimentos frescos (carne y pescado, verduras, lácteos) panadería y pastelería. Hay 12 tiendas en Serbia.
 - **Tempo:** hipermercados tradicionales (4.000- 10.000 m²) en las afueras de las áreas metropolitanas con hasta 31.500 referencias de marcas nacionales e internacionales. Se ofrecen una gama de productos frescos y congelados y una amplia selección de productos no alimenticios. Hay 10 tiendas en Serbia.
- **METRO.** METROGROUP es una multinacional alemana que opera en Serbia desde 2005, año en el que abrió su primera tienda en Belgrado. En la actualidad, hay 10 tiendas en el país. La estrategia que está llevando a cabo METRO en sus establecimientos mayoristas en Serbia es tener el 90% de la gama de 20.000 productos de alimentación proveniente de proveedores nacionales. Algunos productos del sector de alimentación y bebidas se introducen en Serbia a través de este grupo, que opera también en España, ya que el grupo es propietario de MAKRO.
 - **UNVEREXPORT.** Es otra de las principales cadenas minoristas del país. Ofrecen un servicio de calidad, con una amplia gama de productos y precios siempre atractivos. Disponen de una red comercial que en la actualidad cuenta con 35 tiendas, 5 tiendas de venta al por mayor, así como tres compañías subsidiarias que operan en el sistema UNVEREXPORT.
 - **PTP DIS.** Es una cadena de comercio de comida, bebida, productos del hogar. Al igual que IDEA, pueden ofrecer algunos artículos relacionados con la cocina. Dispone de 11 tiendas propias, con una superficie total de 4.000 m² los establecimientos de gran tamaño y con más de 15.000 productos y 2.000 m² los establecimientos de pequeño tamaño, con más de 10.000 artículos. Su marca blanca es Dobro.
 - **SUPER VERO.** El gran grupo de distribución griego VEROPOULOS opera en Serbia con el nombre de SUPER VERO. Actualmente cuenta con 5 hipermercados en el país. En Grecia es la cuarta compañía por cuota de mercado y posee las franquicias de la compañía holandesa SPAR.
 - **AROMA.** Se trata de una cadena de tiendas al por menor que ha ido ganado peso en la distribución de Serbia en los últimos años. Ha iniciado su actividad en 2012 y ofrece productos del día a día a sus clientes.

- **LIDL.** Cadena de supermercados de descuento de origen alemán. La compañía abrió diez establecimientos en Serbia en el mes de octubre de 2018, los cuales se encuentran, en su mayoría, en los núcleos urbanos de Belgrado.
- **CBA.** El concepto detrás de CBA es la fusión en forma de asociación de los establecimientos de distribución de pequeño y mediano tamaño, que cuentan con mayor peso fuera de los grandes núcleos urbanos serbios como Belgrado y Novi sad. Forma parte de la red internacional de la matriz húngara del grupo, que se extiende por Europa del este y Europa central. En la actualidad cuenta con más de 330 tiendas propias y más de 470 franquicias asociadas.
- **GOMEX.** Opera 90 tiendas de venta al por menor en Vojvodina (Zrenjanin, Novi Sad, Subotica, Topla, Vrbas, Bečej, Vršac) y emplea a más de 850 trabajadores. Sus tiendas tienen un tamaño promedio de 250 m².
- **AMAN.** Este grupo de distribución nacido en Belgrado en 1992 ha ido creciendo hasta superar los 1.000 empleados y 124 establecimientos, con un modelo de negocio basado en la oferta de productos a precios más bajos que la competencia. En el año 2015 adquirió la cadena VISNIJCA para aumentar su competitividad.

En cuanto al entorno competitivo de la distribución minorista en Serbia, este no ha alcanzado el grado de modernización suficiente que le permita ser equiparado al de otros países y explotar el potencial de las ventajas propias de la concentración, como las economías de escala o el poder de negociación con proveedores. Ello se debe, principalmente, a la importancia que tienen las pequeñas tiendas independientes y los minoristas tradicionales de comestibles sobre las cuotas de mercado. No obstante, en el periodo 2014-2017, se ha producido un aumento del 3% en el volumen de ventas anual de las tiendas minoristas de comestibles.

VENTAS EN TIENDAS AL POR MENOR

Periodo 2014-2017 – En miles de millones RSD¹⁰

	2014	2015	2016	2017
Tiendas minoristas de comestibles	657,8	633,0	650,6	674,8

Fuente: SORS. Oficina de Estadística de la República de Serbia.

¹⁰ Tipo de cambio medio RSD/EUR.207: 1 EUR = 121,33 RSD; 2016: 1 EUR = 123,117 RSD; 2015: 1 EUR = 120,73 RSD; 2014: 1 EUR = 117,73.

En lo que respecta a las cuotas de mercado de la distribución minorista de alimentación, el hecho más destacable es que aún se trata de un mercado fragmentado. Esto se debe a varios factores:

1. Diferencia entre las áreas urbanas y las rurales. Mientras que en las áreas urbanas la presencia de las grandes cadenas es considerable, no es habitual que estén presentes en las áreas rurales, que es donde las pequeñas tiendas independientes generan la mayor parte de sus ventas.
2. Las pequeñas tiendas independientes están completamente adaptadas a los gustos de los consumidores locales y a sus hábitos de consumo.
3. Los pequeños establecimientos minoristas, que son tradicionalmente populares, han sido capaces de mantener su relevancia debido a que sus puntos de venta se encuentran en zonas residenciales, y a que ofrecen una experiencia de compra cálida y de "vecindad".

7.2. Tendencias

A lo largo de los últimos años, el sector de la distribución en Serbia ha iniciado un **proceso de concentración** que avanza de forma paulatina. Se pueden considerar dos vertientes principales en este proceso: por una parte, se está produciendo una concentración en grupos empresariales. Por otra parte, se está produciendo una transición del modelo tradicional al modelo moderno de distribución, que conlleva la concentración en el tipo y el tamaño de las superficies de venta. Si hasta ahora el establecimiento dominante era la pequeña tienda de conveniencia independiente, la tendencia apunta hacia al incremento del número de supermercados, hipermercados, grandes centros comerciales, etc. Esto, a su vez, llevará asociado un cambio en el comportamiento de compra de los consumidores, que pasará de las constantes pequeñas compras diarias en los pequeños establecimientos minoristas, a las grandes compras semanales y mensuales en las grandes superficies, así como un incremento en la competencia en el sector.

Por otro lado, la creciente expansión de las grandes superficies ha alimentado también la aparición de **marcas de distribuidor o marcas blancas**, las cuales pueden llegar a ofrecer en Serbia un precio hasta un 35% más bajo. Las principales cadenas de distribuidores minoristas han acelerado el desarrollo de marcas de distribuidor al introducirlas, en mayor medida, en los hipermercados, supermercados y tiendas de conveniencia.

Finalmente, a pesar de que las **ventas sin establecimiento** aún no cuentan con un peso importante en las cuotas del valor de las ventas minoristas, la adopción de las nuevas tecnologías por parte de los consumidores serbios está teniendo una influencia destacable en el sector de la distribución en Serbia. Esta tendencia está principalmente condicionada por la mayor utilización de los dispositivos con acceso a internet y las posibilidades que estos ofrecen. No obstante, por el momento son solo las mayores cadenas de distribución minorista, tales como DELHAIZE Serbia, IDEA y UNIVEREXPORT las que han hecho efectiva la disponibilidad de la compra a través de internet a sus consumidores.

8. Acceso al mercado – barreras

8.1. Aranceles y requisitos que se aplican al producto

En cuanto al **régimen arancelario**, en virtud del Acuerdo Interino de 2008 y el Acuerdo de Estabilización y Asociación de 2012, Serbia ha levantado los aranceles a la mayor parte de los bienes originarios de la Unión Europea. No obstante, en general, el comercio de carne de la Partida 02 del Sistema Armonizado y sus sub-partidas está gravado con un **12%**, un arancel que se prevé que desaparezca a medida que Serbia avance en su integración a la UE.

ARANCELES CAPÍTULO 2 Intercambio comercial UE - Serbia

CAPÍTULO 02	CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	ARANCEL
02.01	Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada.	12%
02.02	Carne de animales de la especie bovina, congelada.	12%
02.03	Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada.	6% – 15% + 6,0-13,2 RSD/Kg
02.04	Carne de animales de las especies ovina o caprina, fresca, refrigerada o congelada.	0% o 15% + 0 – 18,0 RSD/Kg
02.05	Carne de animales de las especies caballar, asnal o mular, fresca, refrigerada o congelada.	0%
02.06	Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, frescos, refrigerados o congelados.	0% – 12%
02.07	Carne y despojos, de aves de la partida 1.05, frescos, refrigerados o congelados.	0%-10,5% + 0-7,88 RSD/Kg
02.08	Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados (excepto de aves de la partida 01.05, de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular).	0%
02.09	Tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave sin fundir ni extraer de otro modo, frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados.	0%-12% + 0-12,0 RSD/Kg
02.10	Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos.	0%-12% + 0-16,0 RSD/Kg

Fuente: Market Access Database.

Por otro lado, todas las mercancías deben presentar los siguientes **documentos genéricos** para su entrada en Serbia:

- Declaración Sumaria de Entrada
- Documento Único Aduanero (DUA)
- Declaración de Valor Imponible
- Factura comercial



- Factura proforma
- Lista de contenidos (*packing list*)
- Certificado de origen preferencial / no preferencial
- Documentos de transporte (*Air Waybill, Bill of Landing o Rail Waybill*)
- Certificado de Operador Económico Autorizado (OEA)
- Aprobación para la presentación electrónica de documentos
- Documento de registro de la empresa

En el caso de **documentos específicos**, las autoridades aduaneras de Serbia solicitan determinados documentos para los siguientes códigos TARIC, los cuales se encuentran englobados en los grupos arancelarios anteriormente descritos.

REQUISITOS ESPECÍFICOS
Intercambio comercial UE - Serbia

CÓDIGO ARANCELARIO	REQUISITOS
0201.10, 0201.20.20, 0201.20.30, 0201.20.50, 0201.20.90, 0201.30	- Registro en el Sistema Experto de Control del Comercio
0202.10, 0202.20.10, 0202.20.30, 0202.20.50, 0202.20.90, 0202.30.10, 0202.30.50, 0202.30.90	- Permiso para importar animales y productos de origen animal
0203.11.10, 0203.11.90, 0203.12.11, 0203.12.19, 0203.12.90, 0203.19.11, 0203.19.13, 0203.19.15, 0203.19.55, 0203.19.59, 0203.19.90, 0203.21.10, 0203.21.90, 0203.22.11, 0203.22.19, 0203.22.90, 0203.29.11, 0203.29.13, 0203.29.15, 0203.29.55, 0203.29.59, 0203.29.90	- Inspección veterinaria de productos de origen animal
0204.10, 0204.21, 0204.22.10, 0204.22.30, 0204.22.50, 0204.22.90, 0204.23, 0204.30, 0204.41, 0204.42.10, 0204.42.30, 0204.42.50, 0204.42.90, 0204.43.10, 0204.43.90, 0204.50.11, 0204.50.13, 0204.50.15, 0204.50.19, 0204.50.31, 0204.50.39, 0204.50.51, 0204.50.53, 0204.50.55, 0204.50.59, 0204.50.71, 0204.50.79	- Certificado de sanidad veterinaria para productos de origen animal
0205.00.20, 0205.00.80	
0206.10.10, 0206.10.95, 0206.10.98, 0206.21, 0206.22, 0206.29.10, 0206.29.91, 0206.29.99, 0206.30, 0206.41, 0206.49, 0206.80.10, 0206.80.91, 0206.80.99, 0206.90.10, 0206.90.91, 0206.90.99	
0207.11.10, 0207.11.30, 0207.11.90, 0207.12.10, 0207.12.90, 0207.13.10, 0207.13.20, 0207.13.30, 0207.13.40, 0207.13.50, 0207.13.60, 0207.13.70, 0207.13.91, 0207.13.99, 0207.14.10, 0207.14.20, 0207.14.30, 0207.14.40, 0207.14.50, 0207.14.60, 0207.14.70, 0207.14.91, 0207.14.99, 0207.24.10, 0207.24.90, 0207.25.10, 0207.25.90, 0207.26.10, 0207.26.20, 0207.26.30, 0207.26.40, 0207.26.50, 0207.26.60, 0207.26.70, 0207.26.80, 0207.26.91, 0207.26.99, 0207.27.10, 0207.27.20, 0207.27.30, 0207.27.40, 0207.27.50, 0207.27.60, 0207.27.70, 0207.27.80, 0207.27.91, 0207.27.99, 0207.41.20, 0207.41.30, 0207.41.80, 0207.42.30, 0207.42.80, 0207.43, 0207.44.10, 0207.44.21, 0207.44.31, 0207.44.41, 0207.44.51, 0207.44.61, 0207.44.71, 0207.44.81, 0207.44.91, 0207.44.99, 0207.45.10, 0207.45.21, 0207.45.31, 0207.45.41, 0207.45.51, 0207.45.61, 0207.45.71, 0207.45.81, 0207.45.93, 0207.45.95, 0207.45.99, 0207.51.10, 0207.51.90, 0207.52.10, 0207.52.90, 0207.53, 0207.54.10, 0207.54.21, 0207.54.31,	



0207.54.41, 0207.54.51, 0207.54.61, 0207.54.71, 0207.54.81,
0207.54.91, 0207.54.99, 0207.55.10, 0207.55.21, 0207.55.31,
0207.55.41, 0207.55.51, 0207.55.61, 0207.55.71, 0207.55.81,
0207.55.93, 0207.55.95, 0207.55.99, 0207.60.05, 0207.60.10,
0207.60.21, 0207.60.31, 0207.60.41, 0207.60.51, 0207.60.61,
0207.60.81, 0207.60.91, 0207.60.99
0208.10.10, 0208.10.90, 0208.30, 0208.40.10, 0208.40.20,
0208.40.80, 0208.50, 0208.60, 0208.90.10, 0208.90.30,
0208.90.60, 0208.90.70, 0208.90.98
0209.10.11, 0209.10.19, 0209.10.90, 0209.90
0210.11.11, 0210.11.19, 0210.11.31, 0210.11.39, 0210.11.90,
0210.12.11, 0210.12.19, 0210.12.90, 0210.19.10, 0210.19.20,
0210.19.30, 0210.19.40, 0210.19.50, 0210.19.60, 0210.19.70,
0210.19.81, 0210.19.89, 0210.19.90, 0210.20.10, 0210.20.90,
0210.91, 0210.92.10, 0210.92.91, 0210.92.92, 0210.92.99,
0210.93, 0210.99.10, 0210.99.21, 0210.99.29, 0210.99.31,
0210.99.39, 0210.99.41, 0210.99.49, 0210.99.51, 0210.99.59,
0210.99.71, 0210.99.79, 0210.99.85, 0210.99.90

0208.30, 0208.40.10, 0208.40.20, 0208.40.80, 0208.50, 0208.60,
0208.90.30, 0208.90.70, 0208.90.98
0210.91, 0210.92.10, 0210.92.91, 0210.92.92, 0210.92.99,
0210.93

- Permiso CITES
- Permiso para importar especies protegidas a nivel nacional de flora, fauna y hongos silvestres

Fuente: Market Access Database.

En este contexto, es necesario tener presente que en Serbia los trámites e inspecciones aduaneras pueden tardar y convertirse en un proceso difícil, un factor que puede dar lugar a un retraso en la entrega de mercancías o afectar a la operación comercial.

8.2. Otras barreras de importación

Se trata de barreras no institucionales o no arancelarias; aspectos que dificultan la exportación del producto español a Serbia y, por tanto, son a tener en cuenta a la hora de llevar a cabo la operación comercial.

8.2.1. Barreras al transporte

La oferta para transportar mercancía entre España y Serbia todavía es insuficiente. Los transportistas, en general, necesitan la confirmación de carga de vuelta (*tour-retour*) por lo que se encarece sustancialmente la operación para el exportador o importador.

Una de las posibles soluciones para transportar mercancías desde España a Serbia, puede ser el grupaje, aunque suele ser una opción más cara (cobran un 5%-10% más que para un camión lleno). También se puede recurrir a agentes de tránsito que trabajan con España y se encargan de solucionar los trámites de exportación. Los precios que ofrecen pueden llegar a ser bastante competitivos¹¹.

Por otro lado, las principales vías de acceso al mercado serbio son las siguientes:

- **Vía terrestre.** Vía más comúnmente utilizada. Una posibilidad es llevar la mercancía a Eslovenia, puesto que desde allí existen empresas que la trasladan a Serbia.
- **Vía marítima.** Introducción por barco hasta Rijeka (Croacia), Tesalónica (Grecia) o Constanza (Rumanía), y a partir de ahí en camión o en tren.
- **Vía ferroviaria.** Opción poco habitual dado el mal estado de las infraestructuras.
- **Vía aérea.** Serbia cuenta con un aeropuerto internacional en Belgrado (Nikola Tesla). No obstante, es una vía poco habitual debido al elevado coste.

8.2.2. Barreras financieras

En Serbia no hay bancos españoles, por lo que en ocasiones la operación comercial se encarece. En la mayoría de las situaciones y con el fin de asegurar la transacción, los bancos españoles utilizan una carta de crédito y otros documentos de crédito confirmados por algún banco de reconocido prestigio internacional con sede en Belgrado. Cabe destacar que muchas empresas locales, para evitar el trámite bancario, aceptan pagar por anticipado. Por su parte, el estudio de operaciones de CESCE se analiza caso por caso a medio y largo plazo. Asimismo, existe cobertura abierta sin restricciones a corto plazo.

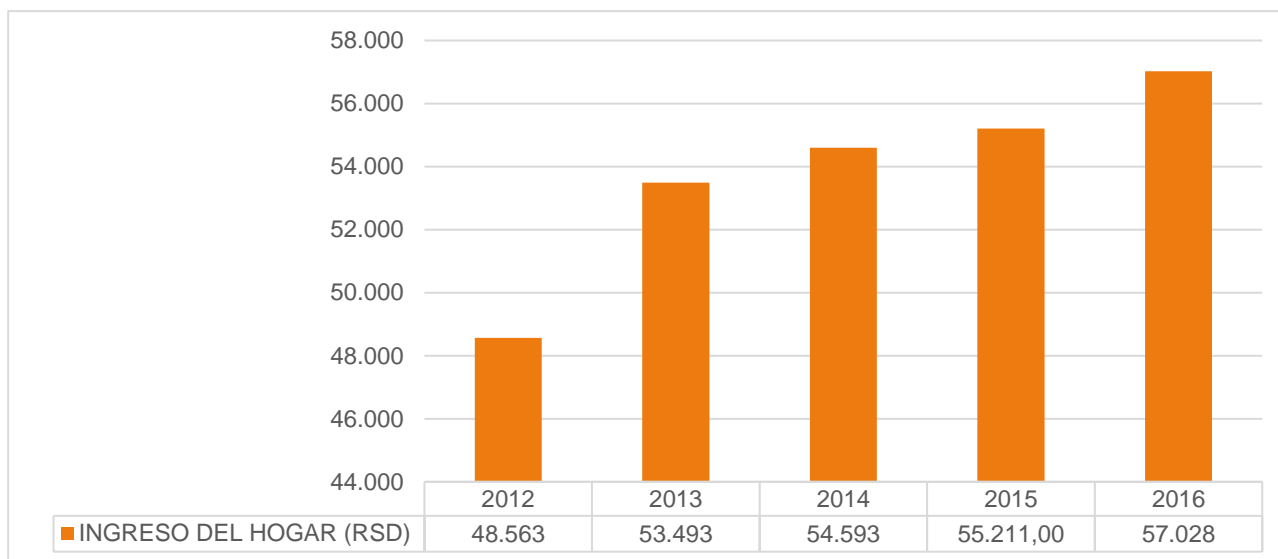
¹¹ Para obtener el listado de los agentes de tránsito serbios que operan entre Serbia y España contacten a la Ofecome Belgrado.

9. Perspectivas del sector

Para analizar las perspectivas del sector, es necesario tener en cuenta el aumento del poder adquisitivo de la población serbia, ya que el mismo influirá directamente en la decisión de compra del consumidor y, por tanto, en la evolución del mercado y las importaciones serbias de la industria cárnica. Como es posible observar en el gráfico inferior, el ingreso por hogar en Serbia ha aumentado progresivamente en los últimos años, alcanzado un incremento del 17% en el periodo 2012-2016. El poder de compra, por su parte, está volviendo lentamente a los niveles alcanzados antes de la crisis económica que experimentó el país, aunque todavía sigue siendo modesto.

INGRESO DEL HOGAR EN SERBIA

Periodo 2012-2016 (en RSD)¹²



Fuente: SORS. Anuario estadístico de Serbia.

En cuanto a las tendencias en el **consumo de carne**, pese a ser uno de los productos en los que se basa gran parte de la cocina tradicional serbia, y cuyo uso está muy extendido (a diferencia, por ejemplo, del pescado), el consumo de carne en Serbia ha disminuido de manera constante en los últimos años, fruto, entre otros factores, a la disminución en el gasto en comida de las familias. En concreto, el consumo medio anual de carne en Serbia se sitúa en torno a los 41,4 kg por habitante y año¹³, por debajo de la media de la UE (72 kg per cápita¹⁴).

¹² Tipo de cambio medio RSD/EUR. 2016: 1 EUR = 123,117 RSD; 2015: 1 EUR = 120,73 RSD; 2014: 1 EUR = 117,73; 2013: 1EUR = 114,64 RSD; 2012: 1 EUR = 113,71 RSD.

¹³ FAO. <http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=RS2011001731>

¹⁴ OCDE Data. <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>

La reducción en el consumo de carne se ha visto reflejada en el tamaño de la cabaña de Serbia, el cual ha experimentado una reducción sostenida en el tiempo. En concreto, el **número de cabezas** ha caído un 19% desde 2006, mostrando una tendencia decreciente a excepción del periodo 2016-2017, cuando se experimentó un ligero aumento del 1%.

EVOLUCIÓN TAMAÑO DE LA CABAÑA EN SERBIA

Periodo 2006-2017 (en miles)

	GANADO	PORCINO	OVEJA	AVES
2006	1.106	3.999	1.556	16.595
2007	1.087	9.832	1.606	16.422
2008	1.057	3.594	1.605	17.188
2009	1.002	3.631	1.504	22.821
2010	938	3.489	1.475	20.156
2011	937	3.287	1.460	19.103
2012	921	3.139	1.635	18.234
2013	913	3.144	1.616	17.860
2014	920	3.236	1.748	17.167
2015	916	3.284	1.789	17.450
2016	893	3.021	1.665	16.242
2017	899	2.911	1.704	16.338

Fuente: SORS. Anuario estadístico de Serbia.

Pese a esta tendencia a la baja, en Serbia se ha producido un incremento generalizado del **sacrificio de animales** en mataderos durante el periodo 2015-2017, a excepción del cerdo (ver epígrafe 2.2). Según datos de la Agencia Estadística de Serbia, también se ha experimentado un aumento del 6% en la **producción de carne** en el periodo 2015-2017, situándose en 524 mil toneladas en 2017. Todo ello indica que, aunque predomine una caída en el tamaño de la cabaña, el mercado de la carne en Serbia se ha estabilizado en los últimos años.

10. Oportunidades

Las principales oportunidades en el sector para los productos cárnicos españoles dependen, principalmente, del desarrollo de esta industria en Serbia, el aumento de la capacidad adquisitiva de la población y el incremento del esfuerzo en promoción realizado por las empresas españolas interesadas en acceder a este mercado. Tal como ha sido analizado en estudio, el consumo de carne en Serbia ha experimentado una caída en los últimos años, y la compra de este tipo de productos depende principalmente del precio. Con ello presente, las oportunidades que ofrece actualmente este sector pueden dividirse en dos grupos:

1. Inversión en el sector cárnico. En Serbia predomina una mano de obra altamente cualificada y costes operativos muy competitivos. Además, la situación geográfica del país y los acuerdos de libre comercio que mantiene con terceros países convierten a Serbia en una plataforma excelente de exportación. Actualmente, Serbia cuenta con tratados comerciales con la UE, Rusia, EE.UU., CEFTA, EFTA, Turquía, Bielorrusia y Kazajistán, lo que favorece la comercialización libre de aduanas. Finalmente, se debe tener en cuenta los incentivos fiscales que ofrece el país, ya que para compensar el capital inicial de inversión y facilitar la puesta en marcha de empresas, el gobierno de Serbia ofrece apoyo financiero para inversiones *greenfield* y proyectos *brownfield*.

2. Exportación de carne y productos cárnicos. En la última década Serbia ha pasado de ser exportador a un importante importador de productos cárnicos. Esta realidad es una anomalía que se explica por la pérdida de competitividad de las empresas dedicadas a la cría de ganado en el país, lo que favorece la introducción de empresas extranjeras. Además, se da la paradoja de que, si bien las empresas locales no pueden alimentar al ganado con alimentos genéticamente modificados, los productores extranjeros que comercializan su carne en el país, sí. Esto genera una desventaja para los productores locales, que no pueden reducir el gasto en la alimentación para la cabaña mediante esta vía. La tendencia importadora del país para esta rúbrica permite ver el hueco de mercado que se abre para la empresa española en el país balcánico: España domina el grupo de principales proveedores de Serbia en el sector cárnico (carne de porcino), con una cuota de mercado del 33,43%, suministrando cerca de 27 millones y con un crecimiento del 32% en el periodo 2015-2017. El reto para el futuro consistirá en mejorar en el reconocimiento de la marca española y aumentar la comercialización de otros tipos de carne, incluyendo productos transformados, como el jamón ibérico.

11. Información práctica

11.1. Información general del país

La República de Serbia resulta de la disolución en 2006 de la comunidad formada con Montenegro y la proclamación de una nueva Constitución, que define a Serbia como una república parlamentaria con separación de poderes ejecutivo, legislativo y judicial. En la actualidad Serbia es una democracia consolidada en proceso de adhesión a la Unión Europea.

Serbia es un país con una gran diversidad étnica, lingüística y religiosa. El principal grupo religioso son los cristianos ortodoxos (84,6% de la población), seguidos de los católicos (5,0%) y los musulmanes (3,0%). El idioma oficial de la república es el serbio, lengua materna del 88,1% de la población, si bien desde el punto de vista lingüístico es más apropiado calificar al serbio como una variante local del serbocroata, una lengua eslava de transición que también se habla en Croacia, Bosnia-Herzegovina y Montenegro. El alfabeto oficial es el cirílico, aunque su uso decae rápidamente en favor del latino, especialmente en los ámbitos profesionales.

Las últimas estimaciones (Oficina de Estadística, 2017) señalan que la población de Serbia asciende a 7.040.272 habitantes. Belgrado (1.669.552 habitantes) es la capital del estado y uno de los principales centros económicos y empresariales de los Balcanes, por lo que es el principal punto de entrada al mercado local. Son muchas las multinacionales y organizaciones internacionales que han elegido Belgrado para establecer su sede regional. Otras ciudades de menor importancia son Novi Sad (346.163 hab.), capital de la provincia autónoma de Vojvodina; Nis (259.125 hab.); y Kragujevac (179.030 hab.), que acoge gran número de empresas del sector del automóvil entorno a la fábrica de Fiat Chrysler.

Durante las dos últimas décadas Serbia ha realizado notables avances en cuanto a liberalización del sistema de precios, reforma del régimen de comercio exterior y de cambios y privatización de pequeñas y medianas empresas. No obstante, todavía debe realizar progresos para converger con otras economías de Europa central más avanzadas. En el corto plazo, el principal reto de Serbia es desarrollar un sector privado competitivo y orientado a los mercados internacionales. La mayoría de las empresas locales son pequeñas o medianas, tienen dificultades para acceder a financiación y su capacidad exportadora se limita al mercado regional (Montenegro, Macedonia, Bosnia-Herzegovina, etc.). En el medio plazo, las principales reformas pendientes son la privatización de un cierto número de grandes empresas, la reforma del sector público y la mejora de los mecanismos de competencia.

Serbia es un mercado importante en la región de los Balcanes. En 2017, su Producto Interior Bruto se estima en 36.795,37 millones de euros y su renta per cápita a 5.185,8 euros, lo que la sitúa por detrás de Croacia, Bulgaria o Eslovenia. No obstante, es importante tomar estos datos con precaución debido al peso del sector informal en la economía serbia (entre el 20% y el 40% del PIB, según las estimaciones). En cualquier caso, uno de los mayores atractivos de Serbia es que es una plataforma de exportación a otros países y que cuenta con un régimen de comercio exterior liberalizado, en virtud de diversos acuerdos comerciales:

- **Acuerdo comercial con Rusia, Bielorrusia y Kazajistán.** En virtud de este acuerdo, las exportaciones a Rusia de productos con al menos el 51% de su valor generado en Serbia están exentas de arancel. Se trata de un importante privilegio, debido a que Serbia es el único país que disfruta de este trato y a que Rusia ni siquiera es miembro de la OMC, por lo que sus aranceles son elevados.
- **CEFTA (Albania, Bosnia-Herzegovina, Kosovo*, Macedonia y Montenegro).** Se trata de un mercado de 22 millones de consumidores que es el principal receptor de las exportaciones serbias.
- **Estados Unidos.** Serbia se beneficia del sistema de preferencias generalizadas americano, lo que le permite exportar más de 4.650 productos sin arancel. Solo están excluidos algunos productos sensibles (textiles, calzado, etc.).
- **Turquía.** El comercio bilateral de productos industriales está completamente exento de aranceles.
- **EFTA (Suiza, Noruega, Islandia, Liechtenstein).** El acuerdo comercial permite el libre intercambio de productos industriales sin aranceles.

Para las empresas españolas es especialmente relevante el Acuerdo de Estabilización y Asociación con la Unión Europea de 2008. El Acuerdo interino inicial permitió el levantamiento de las barreras arancelarias para los intercambios bilaterales, con algunas excepciones en productos sensibles que expiraron el 1 de enero de 2014. El Acuerdo de Estabilización y Asociación amplía la cooperación económica a otros campos, refuerza la protección de las empresas de un territorio en el mercado del otro y apoya la aproximación de Serbia a los requerimientos del mercado interior de la Unión Europea. El objetivo de este acuerdo no es otro que preparar la adhesión de Serbia a la Unión Europea, cuyas negociaciones comenzaron en enero de 2014. El objetivo del Gobierno serbio es avanzar en estas negociaciones en los próximos años, aunque la integración no se realizaría antes de 2025.

La Unión Europea es el principal inversor y socio comercial de Serbia, representando el 62,4% de las importaciones de bienes (12.115,0 millones) y el 66,1% de las exportaciones (9.946,4 millones de euros) durante 2017. En total las importaciones de Serbia ascendieron a 19.418,6 millones (un 13,8% más que en 2016), siendo los principales proveedores Alemania (2.455,1 millones), Italia (1.956,1 millones), Rusia (1.410 millones), China (1.567,7 millones) y Hungría (942,8 millones); los principales capítulos importadores fueron los bienes no calificados (2.331,9 millones), vehículos de carretera (1.528,3 millones), petróleo y derivados (1.229,9 millones), maquinaria eléctrica (1.031,1



millones) y maquinaria industrial general (718,4 millones de euros). Las exportaciones supusieron 15.047,1 millones de euros (un 12% más que en 2016), siendo los principales mercados Italia, Alemania, Bosnia-Herzegovina, Rusia y Rumania; en las exportaciones de 2017 predominaron los capítulos arancelarios de maquinaria eléctrica (1.368,5 millones), vehículos de carretera (1.250 millones), legumbres y frutas (783,7 millones), metales no ferrosos (725,5 millones) y productos de caucho (669,3 millones de euros).

Las exportaciones españolas a Serbia durante 2017 ascendieron a 246,75 millones, destacando las partidas de carne y preparados cárnicos (27,96 millones), tractores (27,79), máquinas y aparatos mecánicos (24,23), y aparatos y material eléctrico (14,16). Nuestras importaciones procedentes de Serbia alcanzaron 164,49 millones, fundamentalmente manufacturas de caucho (51,94 millones), muebles (48,33), materias plásticas (10,55) y aparatos eléctricos (5,98). Merece mencionar el importante aumento del 19% de las exportaciones españolas a Serbia durante el último año (de 199,85 millones en 2016 a 246,75 en 2017). Al mismo tiempo, las exportaciones serbias a España cayeron un 11% en el mismo periodo (de 183,22 millones en 2016 a 164,49 en 2017).

En febrero de 2015 Serbia alcanzó un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional que ponía a su disposición una financiación de hasta 1.200 millones de euros, cuyo principal objetivo fue reforzar la credibilidad de las políticas económicas de Serbia, y que finalmente no fue utilizada. El acuerdo concluyó en febrero de 2018 y el Fondo confirmó que Serbia progresó conforme a lo pactado, habiendo logrado una mejora importante del estado de la economía en Serbia. Desde julio de 2018 existe un nuevo acuerdo, denominado de Coordinación de Políticas, sin financiación, que estará vigente durante 30 meses. El FMI proyecta un crecimiento económico del 3,5% en 2018, la proyección del déficit se ha reducido un 1,1% del PIB, el nivel más bajo desde 2005 y determinó que la deuda pública se está disminuyendo más rápido de lo esperado.

Tras unos años de consolidación fiscal y la contracción de la demanda interna, el año pasado hubo una ligera tendencia al aumento y la política fiscal volvió a tener una orientación expansiva. El déficit público paso del 3,8% del PIB en 2015 al 0,2% en 2016. En 2017 se registró un superávit del 2,9%. La deuda pública pasó del 75,1% del PIB en 2015 al 73,5% en 2016 y 61,5% en 2017. Los precios de consumo registraron un crecimiento del 1,6% en 2016 y un 3% en 2017. En 2017, el tipo de cambio promedio fue de 121,41 y en 2018 unos 118 dinares por 1 euro.

11.2. Cultura empresarial

La **cultura de negocios** de Serbia bascula entre los usos mediterráneos y centroeuropeos. El empresario serbio está muy acostumbrado a tratar con socios alemanes, italianos y de países vecinos que serán nuestros principales competidores, dada su tradición comercial con Serbia. Existen varias fórmulas para introducir sus productos en el mercado local:

- **Agente comercial:** se firma un contrato de representación o agencia por el cual el exportador asegura al representante serbio una comisión en función de las ventas realizadas. No obstante, hay que tener en cuenta que la legislación establece que la comisión debe pagarse incluso cuando se produce una venta sin intervención directa del agente.
- **Distribuidor:** es el método más utilizado por las empresas extranjeras. Normalmente el distribuidor llevará varias marcas en su cartera bajo condición de exclusividad. Hay que tener en cuenta que el número de estos distribuidores en cada mercado es limitado, y que normalmente los más activos ya tendrán contratos con nuestros competidores. Por lo general el distribuidor realiza también el papel de importador.
- **Franquicias:** es una fórmula de entrada al mercado que las empresas extranjeras han utilizado con mucho éxito. Serbia no ha regulado el funcionamiento de las franquicias mediante una normativa específica, por lo que rigen las condiciones generales de comercio y contratos. En general, los empresarios serbios utilizan contratos de franquicia estándar que se adaptan a los usos y costumbres locales.

El apoyo de un socio serbio puede resultar muy útil para entrar al mercado, pero no resulta indispensable ni mucho menos. Muchas empresas extranjeras optan desarrollar directamente su red de distribución, mediante la apertura de **filiales, sucursales u oficinas de representación**, lo que les permite tener un mayor control de su estrategia comercial. Esto es especialmente interesante para quienes exportan a varios países de la región, ya que Belgrado ofrece buenas condiciones para cubrir los mercados de los Balcanes a un coste limitado.

En las **reuniones de trabajo** el saludo protocolario consiste en un apretón de manos, tanto para hombres como para mujeres. Debemos referirnos a alguien a quien acabamos de conocer o que merece nuestro respeto por su apellido, y reservar el uso del nombre para aquellos con quienes tenemos confianza; si la persona refleja en su tarjeta de visita algún título (doctor, ingeniero, etc.), es una muestra de respeto utilizarlo.

Las reuniones comienzan con un intercambio de tarjetas; es frecuente que solo le entreguen su tarjeta los interlocutores principales de la otra parte, en cuyo caso es conveniente pedir que le anoten sus datos de contacto al final de la reunión. Sigue a continuación una breve presentación de los participantes: los empresarios serbios valoran positivamente dedicar tiempo a construir una relación personal con sus socios, por lo que es de cortesía iniciar una conversación ligera cuya única finalidad es conocer mejor los perfiles e intereses de cada parte. Se considera muy descortés pasar directamente al asunto principal de la agenda. Esta charla introductoria irá acompañada por el preceptivo café (espresso o serbio, que es la versión local del café griego o turco) y del agua (con gas o sin gas), que tampoco deben rechazarse.

Las organizaciones serbias son bastante **jerárquicas**, de modo que normalmente las negociaciones estarán dirigidas por el Director General, una posición que denota capacidad de decisión. Es importante asegurarse de que quien toma la decisión final (Director General u otro) está involucrado en las negociaciones. Su contraparte serbia asume implícitamente que todo lo acordado es provisional hasta que su superior lo haya ratificado. El estilo de negociación serbio es típicamente oriental: nada está cerrado hasta que todo cerrado y las cuestiones ya discutidas pueden volver a abrirse varias veces mientras duren las negociaciones.

Durante las negociaciones e intercambios con su socio serbio es importante **contestar a los correos y llamadas de forma rápida** (preferiblemente en 24 horas). Lo contrario se considera una muestra de desinterés. Incluso cuando no esté interesado en continuar las negociaciones, es preferible enviar una respuesta de cortesía. Al fin y al cabo, Serbia es un mercado donde Ud. quiere construir una reputación de empresa seria. Tenga en cuenta que muchos distribuidores/importadores se conocen y se preguntarán entre ellos por la fiabilidad de su empresa.

En ocasiones su anfitrión serbio le invitará a proseguir las negociaciones durante una comida o cena de trabajo. Estas invitaciones, además de indicar una mayor disposición al acuerdo, tienen un componente social. Pero nunca se comerá en la misma oficina donde tienen lugar las negociaciones. Tampoco se utilizarán documentos durante estas comidas, ya que suponen un paréntesis en la negociación y se consideraría descortés continuar las discusiones durante las mismas. En cuanto al menú, normalmente se pedirán platos de carne a la brasa o de otro modo, que es la especialidad local, aunque es posible, que no fácil, comer vegetariano. La comida puede acompañarse de *slivovica* o *rakija*, licores locales, brindando con la palabra *živeli* (salud).

Al cerrar una reunión, una invitación del anfitrión a tomar un café otro día es método utilizado para continuar las negociaciones en un ambiente más distendido y proclive al acuerdo. Es preferible no desaprovechar estas invitaciones que representan un paso adelante en la relación. La reunión puede concluir con el intercambio de regalos de pequeño valor (vino, chocolates, etc.) como muestra de apreciación. Es conveniente que sean regalos discretos y modestos, ya que existe una sensibilidad social cada vez mayor por la corrupción en el mundo empresarial, en el gobierno y en la administración, por lo que muchas organizaciones restringen este tipo de prácticas.



11.3. Direcciones y contactos de interés

Los eventos más destacados relacionados con el sector que se desarrollan en Serbia son los siguientes.

Novi Said Fair (Novosadski Sajam)

Hajduk Veljkova 11. 21 000 Novi Sad

Teléfono: +381 021-483-00-00, 483-00-01

Fax: +381 021-483-00-99

E-mail: info@sajam.net

Web: www.sajam.net

Unión de Cooperativas Agrarias de Serbia

Skerliceva 21 11000 Belgrado

Teléfono: +381 011-3821-002, +381 011-3821-047

Web: www.zssrbije.org

Asociación de Importadores y Exportadores de Maquinaria Agrícola de Serbia

Futoski put 10. 21000 Novi Sad

Teléfono: +381 021-400-525

Email: office@ami-ns.org.rs

Web: www.ami-ns.org.rs

Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Gestión del Agua

Business Building SIV 3

RS-11070, Belgrado

Teléfono: +381 11 3117371.

E-mail: office@minpolj.gov.rs

Web: www.mpzss.gov.rs

Delegación de la UE en Serbia

Avenida 19a, Vladimira Popovica 40/V,

Nuevo Belgrado, Serbia

Teléfono: +381 11 3083200

E-mail: delegation-serbia@eeas.europa.eu

IPARD: <https://europa.rs/implementation-of-eu-agriculture-and-rural-development-measures-ipard-in-serbia-state-of-play/?lang=en>





DIRECCIONES LOCALES DE INTERÉS

GOBIERNO DE SERBIA	www.srbija.gov.rs
MINISTERIO DE FINANZAS	www.mfin.gov.rs
AGENCIA DE DESARROLLO DE SERBIA	www.ras.gov.rs
AGENCIA DE DESARROLLO DE VOJVODINA	www.rav.org.rs
MINISTERIO DE AGRICULTURA	www.minpolj.gov.rs

INSTITUCIONES ESTABLECIDAS EN BELGRADO

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL	www.imf.org/external
BANCO EUROPEO DE RECONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO	www.ebrd.com
DELEGACIÓN DE LA UE EN BELGRADO	www.europa.rs
ECONOMIC RECONSTRUCTION AND DEVELOPMENT IN SOUTH EAST EUROPE	www.seerecon.org
CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL / BANCO MUNDIAL	www.ifc.org
PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO	www.undp.org.rs
BANCO EUROPEO DE DESARROLLO	www.eib.org
BANCO MUNDIAL	www.worldbank.rs



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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es

