

El mercado del aceite de oliva en Eslovaquia

El mercado del aceite de oliva en Eslovaquia

Esta nota ha sido elaborada por Laura Andrés Marruedo bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bratislava.

Noviembre 2007

ÍNDICE

RESUMEN Y CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	8
II. OFERTA	9
1. Tamaño del mercado	9
2. Producción local	12
3. Importaciones	11
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	17
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	22
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	28
VI. DISTRIBUCIÓN	29
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	32
VIII. ANEXOS	33
1. Empresas	33
2. Ferias	33
3. Asociaciones	34
4. Otras direcciones de interés	35

RESUMEN Y CONCLUSIONES

El total del aceite de oliva consumido en el mercado eslovaco procede de las importaciones de otros países. **Eslovaquia carece de producción interna de aceite de oliva** debido a las limitaciones impuestas por las condiciones climatológicas del país.

Aunque no hay olivos, en Eslovaquia sí se cultivan otras muchas semillas oleaginosas y se producen varios tipos de aceite vegetal que son claros sustitutos del aceite de oliva, principalmente los aceites de girasol y colza, que son los que dominan el mercado con precios muy inferiores.

Las cifras referidas a las importaciones de aceite de oliva por parte del país muestran un importante **crecimiento de la demanda**, lo que se traduce en un elevado incremento del consumo y justifica que estos productos estén cada día más presentes en la dieta eslovaca.

En términos porcentuales, las importaciones de la partida arancelaria 15.09 han crecido un 285,3% en términos monetarios y un 111,3% en volumen en los últimos cinco años. Estas cifras confirman el auge del sector en Eslovaquia.

Sin embargo, y a pesar de las elevadas tasas de crecimiento de las importaciones, las cifras continúan siendo bajas. Eslovaquia importa –en volumen- 30 veces más aceite de girasol que aceite de oliva y casi 24 veces más aceite de colza, productos que, junto con la mantequilla, compiten con precios mucho más inferiores con el aceite de oliva en el mercado.

A pesar del bajo consumo de aceite de oliva en Eslovaquia, el crecimiento de las importaciones durante los últimos cinco años ha sido espectacular y las tendencias actuales apuntan hacia un futuro aún más optimista.

El valor alcanzado en el mercado para las exportaciones españolas supera actualmente el millón de euros.

Existen muchas marcas de aceite de oliva en el mercado eslovaco, principalmente las de origen español, -como Borges, Carbonell y Ballester-, aunque también se aprecia una elevada presencia del aceite de oliva italiano y algo menos del aceite griego.

Casi la totalidad del mercado se reparte entre las **marcas españolas** -con una cuota media durante los últimos cinco años del 55%- y las italianas -con una cuota media de mercado del 29%-.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

El crecimiento económico del país y el aumento del poder adquisitivo está creando un cambio en los hábitos de consumo de la población, siendo éstos los principales factores del incremento de la demanda en el sector.

A la hora de penetrar en el mercado eslovaco, la forma más recomendada es a través de un **importador-distribuidor**, ya que la figura del agente comercial es muy poco habitual en el país.

Más de la mitad de las ventas de aceite de oliva se realizan en **supermercados**, que es el tipo de establecimiento donde normalmente acuden a comprar las personas que se corresponden con el **perfil de consumidor** de aceite de oliva en Eslovaquia -personas que viven en las principales ciudades, entre 25 y 50 años, con un poder adquisitivo superior a la media del país y que conocen las tendencias modernas de alimentación y las siguen preocupadas por llevar una dieta sana y equilibrada-.

Se trata de un producto que está bien visto y “de moda”. Los eslovacos se preocupan cada vez más por mantener una dieta sana y conocer los beneficios para la salud derivados del consumo de aceite de oliva.

El **principal uso** que se le da al aceite de oliva en el mercado eslovaco es el de marinar carnes y aliñar ensaladas.

El **consumo** de aceite de oliva **ha aumentado un 27%** en el primer semestre de 2007 comparado con el primer semestre del año anterior.

La estrategia más adecuada parece ser la de esforzarse en dar a conocer el producto, poniendo énfasis en la información y publicidad dirigidas fundamentalmente hacia el consumidor final.

La mayoría de la población eslovaca conoce el aceite de oliva español y lo asocia a estándares de calidad media-alta, si bien es cierto que la cocina italiana es mucho más conocida y se asocia más a la dieta mediterránea. Se trata de un país más cercano y que utiliza unas técnicas de marketing y ventas para introducirse en el mercado mucho más agresivas que las de las marcas españolas.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota hace referencia al aceite de oliva en las siguientes variedades: aceite de oliva, aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra.

No se incluyen los aceites de la partida arancelaria 1510, partida referida a aceites de orujo. El aceite de orujo es de menor calidad que el aceite de oliva y se produce con una pasta llamada orujo que se obtiene en el proceso de elaboración del aceite de oliva por tratamiento con disolventes u otros procedimientos físicos. Debido a que apenas tiene relevancia en el mercado eslovaco, el aceite de orujo no se analizará en la presente nota sectorial.

Las definiciones para los diferentes aceites de oliva vienen determinados en el Reglamento (CE) nº 865/2004, por el que se establece la organización común del mercado del aceite de oliva y de las aceitunas de mesa, y corresponden a aceites que se pueden encontrar en el mercado para consumo directo.

El aceite de oliva es aquel que procede exclusivamente del fruto del olivo y abarca las siguientes denominaciones¹.

- Aceite de oliva. Se constituye con la mezcla de aceite de oliva virgen apto para el consumo humano y aceite de oliva refinado. Su acidez es inferior a 1,5%.
- Aceite de oliva virgen. Aceite obtenido del fruto del olivo exclusivamente por procedimientos mecánicos u otros procedimientos físicos en condiciones térmicas especiales que no produzcan la alteración del aceite y que no hayan tenido ningún tratamiento a excepción del lavado, decantación, centrifugación y filtrado.

A su vez, los aceites de oliva vírgenes se clasifican de la siguiente manera:

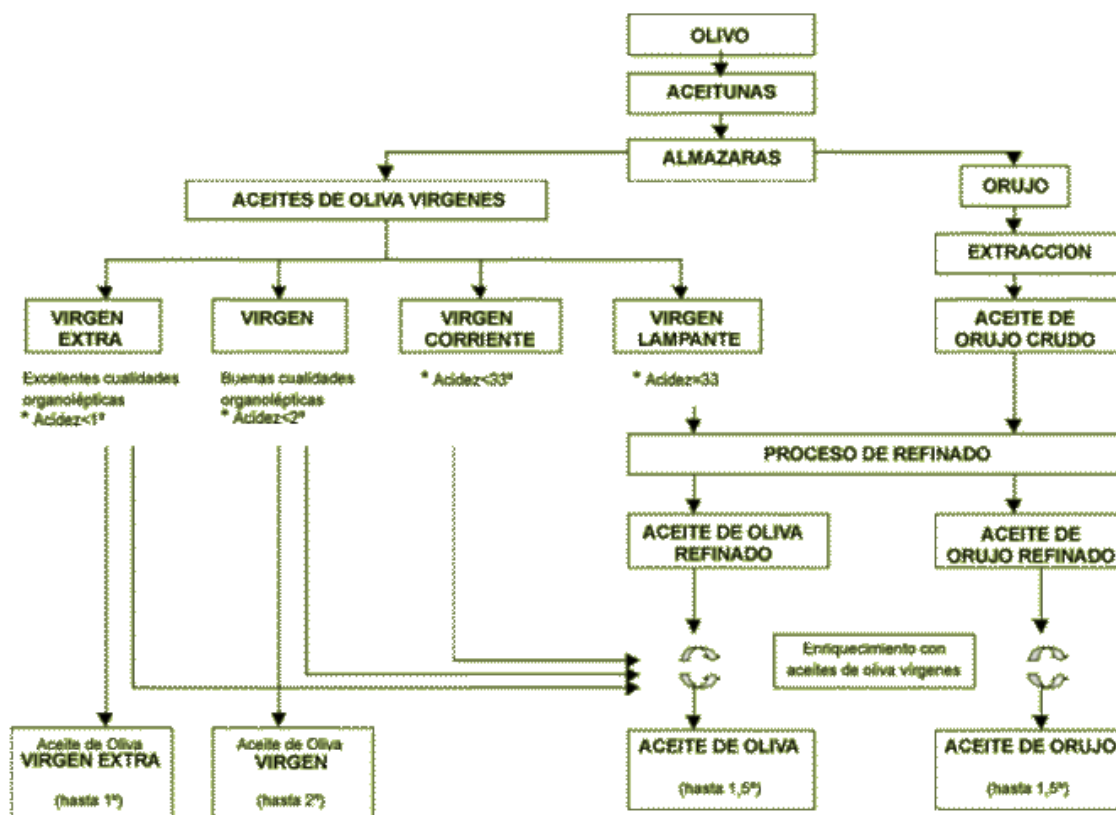
¹ Fuente: Centro de Investigación y Control de la Calidad (CICC)
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bratislava

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

- Aceite de oliva virgen extra. Es aquel cuya acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo del 0,8%. Se trata del aceite de mejor calidad.
 - Aceite de oliva virgen. Aquel con una acidez inferior al 2%.
 - Aceite de oliva virgen corriente. Aquel con una acidez máxima de 3,3%.
 - Aceite de oliva virgen lampante. No es apto para el consumo humano ya que su acidez es superior al 3,3% y se destina al refinado.
- Aceite de oliva refinado. Aceite de oliva obtenido mediante el refinamiento de aceites de oliva vírgenes y cuya acidez no excede el 0,5%. Debe ser mezclado con aceites vírgenes para obtener sabor y color.

Atendiendo a esta clasificación, la presente nota analiza el aceite de oliva en sus tres variedades aptas para el consumo humano: aceite de oliva, aceite de oliva virgen y virgen extra. Se excluyen en el análisis por tanto, el aceite de oliva virgen lampante y el refinado.

TIPOS DE ACEITE DE OLIVA



Fuente: Asoliva

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Eslovaquia utiliza la nomenclatura del sistema armonizado (HS/SA).

Este estudio abarca la siguiente partida arancelaria.

1509 Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente.

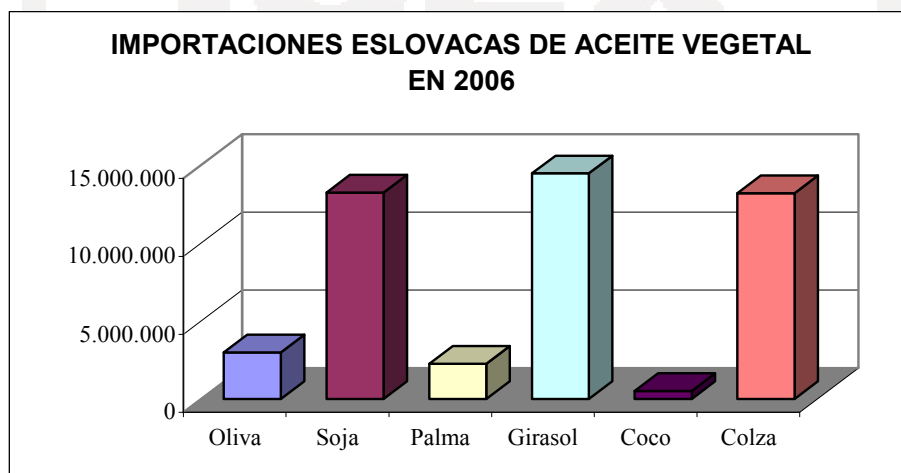
The image shows a large, light gray rectangular frame. Inside the frame, the word "ICEX" is written in a bold, sans-serif font, centered horizontally and vertically. The letters are a light gray color, matching the frame.

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Las importaciones de aceite de oliva representan un porcentaje sustancialmente menor que otro tipo de aceites vegetales con mayor tradición en Eslovaquia, como son el aceite de soja, de colza o de girasol.

Estos tres últimos tipos de aceites representaron en 2006 el 87,7% del valor total de las importaciones de aceite vegetal efectuadas por el país.



Fuente: Export Help

A pesar de representar, hoy en día, un pequeño porcentaje dentro de los aceites vegetales, se destaca un notable incremento del consumo de aceite de oliva en el mercado eslovaco en los últimos años.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

Se observa que, el porcentaje de las importaciones de aceite de oliva en miles de euros es claramente superior al mismo porcentaje referido en kilos. Esto es así porque el valor del aceite de oliva es claramente superior al valor de otro tipo de aceite vegetal.

IMPORTACIONES DE ACEITE VEGETAL POR ESLOVAQUIA EN 2006				
	Valor (miles €)	%	Volumen (1000 kg)	%
Oliva	2.589.341	5,6%	740.771	1,2%
Soja	13.242.180	28,4%	18.071.400	28,5%
Palma	2.258.630	4,8%	3.999.000	6,3%
Girasol	14.462.180	31,0%	22.498.400	35,5%
Coco	530.400	1,1%	664.200	1,0%
Colza	13.197.770	28,3%	17.555.600	27,7%
TOTAL	46.690.500	100,0%	63.443.400	100,0%

Fuente: Eurostat y Comtrade

El total del aceite de oliva del mercado eslovaco es importado. Eslovaquia carece de producción interior de aceite de oliva debido a las limitaciones impuestas por las condiciones climatológicas del país, por lo que es un importador neto de aceite de oliva.

Hay que señalar que, cuando se mencionen las exportaciones de aceite de oliva por parte de Eslovaquia, estas se refieren a las partidas que han sido previamente importadas, es decir, operaciones de reexportación llevadas a cabo por el propio país.

INDICADOR DE CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA						
	2002	2003	2004	2005	2006	Var. Período (2002-2006)
Importaciones (Kg)	350.637	335.431	648.895	836.579	740.771	111,3%
Importaciones (€)	671.953	793.151	1.489.428	2.159.521	2.589.341	285,3%
Exportaciones (€)	13.199	13.051	14.898	54.564	223.969	1596,8%
Ind. consumo² (€)	658.753	780.101	1.474.531	2.104.957	2.365.372	259,1%

Fuente: Comtrade

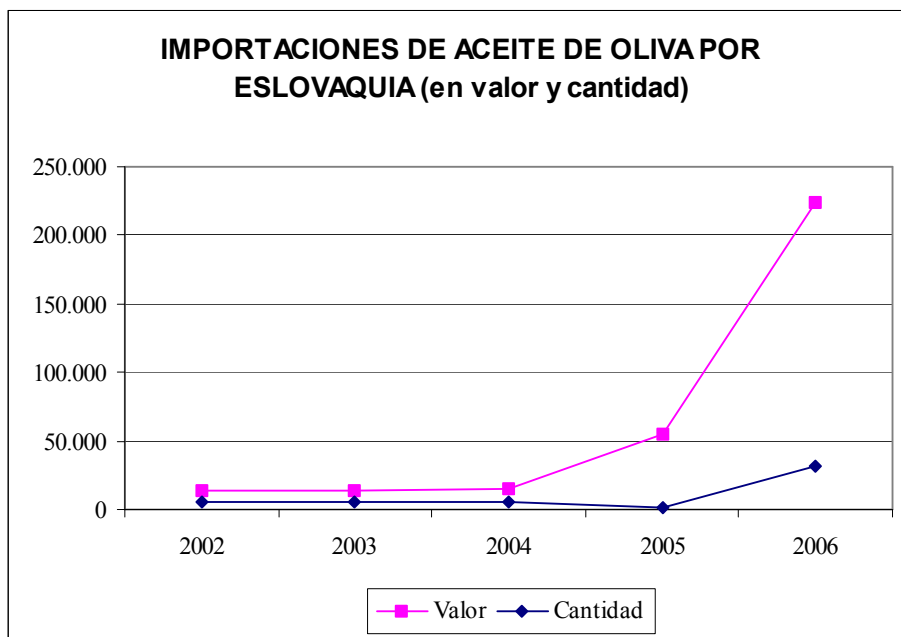
Respecto a las importaciones de aceite de oliva en Eslovaquia se observa un crecimiento constante en el período analizado (reflejo del aumento del consumo interno de este produc-

² No se trata del consumo aparente, puesto que no se tiene en cuenta la variación de existencias.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

to). Se destaca un incremento más que considerable entre 2003 y 2004, año en el que casi se llega a duplicar las importaciones de la partida en estudio³.

El crecimiento total en los últimos 4 años ha sido positivo, un 285,3% en términos monetarios y un 111,3% en términos de cantidad. Esta diferencia indica que el precio medio del producto ha aumentado considerablemente en el período de estudio.

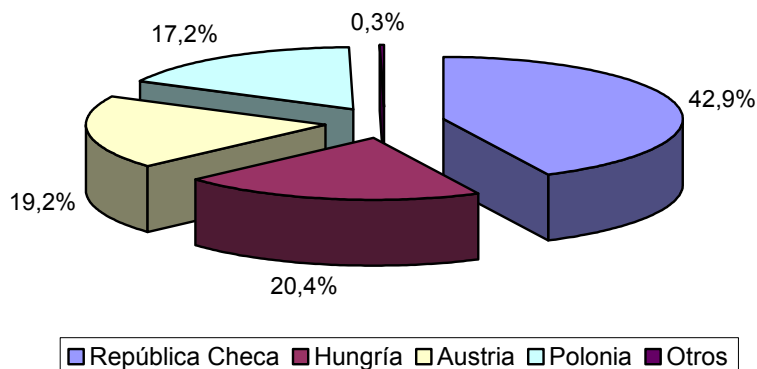


Fuente: Comtrade

Respecto a las reexportaciones del país, hay que destacar que éstas son escasas y que los principales destinos de estas reexportaciones son países limítrofes. Casi el total de las mismas se dirigen a República Checa, Hungría, Austria y Polonia.

³ Las importaciones entre el año 2003 y 2004 casi se duplican tanto en términos de valor como en términos de cantidades.

REEXPORTACIONES ESLOVACAS POR DESTINOS



Fuente: Comtrade

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Como se ha comentado anteriormente, no hay cultivo de olivo en Eslovaquia debido a las condiciones climatológicas del país. Esto da lugar a que todo el consumo de aceite de oliva en el interior del país proceda exclusivamente de las importaciones.

Por lo que respecta a otras plantas oleicas, en Eslovaquia se producen aceites de colza y girasol, que son claros sustitutos del producto analizado.

Los aceites vegetales de mayor producción local, son los aceites de girasol y colza, con 228.606 y 259.650 toneladas en 2006, respectivamente. Aunque también se producen aceite de soja y otro tipo de aceites vegetales, estos apenas tienen relevancia en la producción interna del país.

3. IMPORTACIONES

En este apartado se da una visión general de la procedencia del aceite de oliva que se introduce en el mercado eslovaco, así como la evolución de las importaciones por países.

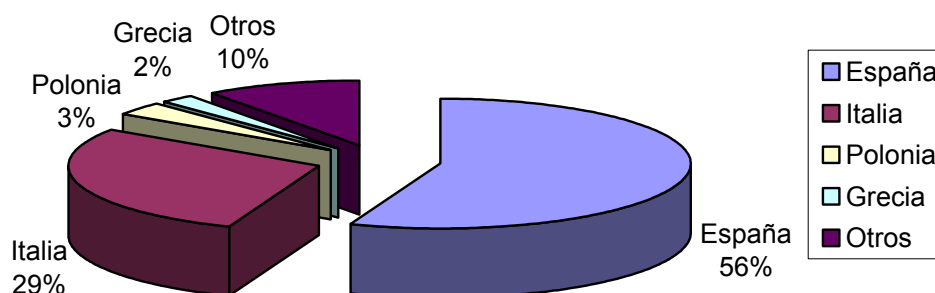
EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

Para concluir, se dan unas pinceladas sobre el sector del aceite de oliva en España⁴.

Respecto al análisis de las importaciones por procedencia, se observa que en el último año de estudio (2006), España es el principal socio comercial para este tipo de producto, representando más de la mitad de las importaciones.

El segundo mayor exportador es Italia, con una cuota del 29%, seguido de lejos por Polonia⁵ y Grecia, con cuotas visiblemente inferiores.

ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES ESLOVACAS DE ACEITE DE OLIVA EN 2006



Fuente: Comtrade

Por término medio en los últimos cinco años, más de la mitad de las importaciones de aceite de oliva (54,2%) proceden de España.

Como previamente se ha señalado, el segundo país más importante en valor de importaciones es Italia, cuya media de cuota de mercado en el período analizado (2002-2006) es de 29%.

Hay que destacar que las exportaciones italianas del producto analizado han disminuido en los últimos años a favor de otros exportadores, principalmente europeos. Este conjunto de exportadores que, individualmente, no representa un elevado porcentaje sobre el total, muestra un notable aumento de su peso desde 2004.

Se ha de puntualizar que, dentro de la categoría “otros” se engloban principalmente países re-exportadores que previamente han importado el aceite de oliva principalmente de España o Italia.

⁴ Salvo que se indique lo contrario, el análisis de las estadísticas en este apartado se refiere a datos en términos de cantidades para evitar el efecto de las variaciones en los precios internacionales.

⁵ Polonia no produce internamente aceite de oliva, el total del aceite de oliva exportado ha sido previamente importado, por lo que se trata en realidad de reexportaciones.

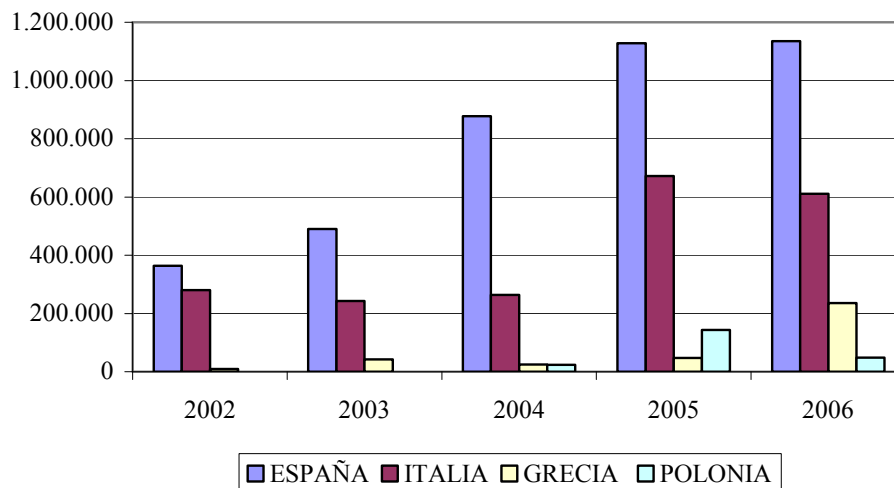
EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

VARIACIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ESLOVAQUIA POR PAÍSES						
	2002	2003	2004	2005	2006	Valor medio
España	54,1%	61,8%	58,9%	52,2%	43,8%	54,2%
Italia	41,7%	30,7%	17,7%	31,1%	23,6%	29,0%
Grecia	1,4%	5,3%	1,6%	2,2%	9,1%	3,9%
Polonia			1,6%	6,6%	1,9%	3,4%
Otros	2,7%	2,2%	21,7%	14,5%	23,5%	12,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Comtrade

En el siguiente gráfico se observa de una manera más precisa la evolución de las importaciones eslovacas de aceite de oliva procedentes de los destinos mencionados anteriormente.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES ESLOVACAS POR PROCEDENCIA



Fuente: Comtrade

Por último, a continuación se realiza un breve análisis de las exportaciones españolas de aceite de oliva, al tratarse España del principal socio comercial de Eslovaquia respecto al producto analizado.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

El aceite de oliva es uno de los productos agroalimentarios más presentes en la exportación española.

España es el primer productor y exportador de aceite de oliva del mundo, con una superficie cultivada que representa más del 25% de la superficie mundial. Su producción media anual es de entre 900.000 y 1.000.000 de toneladas, llegando a alcanzar 1.110.000 en la última campaña. Las exportaciones representan un elevado porcentaje en relación con la producción anual, siendo estas de unas 550.000 toneladas de media, llegando a alcanzar las 610.000 toneladas en las últimas campañas⁶.

PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE ACEITE DE OLIVA (miles de Kg)			
Campaña	Producción	Exportación	%
2002/03	857.000	537.000	62,7%
2003/04	1.416.000	633.000	44,7%
2004/05	989.000	545.000	55,1%
2005/06	823.000	400.000	48,6%
2006/07	1.110.000	610.000	55,0%
TOTAL	5.195.000	2.725.000	52,5%

Fuente: MAPA y Dpto. Aduanas

EXPORTACIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA (miles de €)	
Año	Exportación total
2002	1.322.519
2003	1.232.556
2004	1.597.520
2005	1.555.090
2006	1.777.814

⁶ Fuente: ASOLIVA

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

2007⁷

1.497.100

Fuente: Dpto. Aduanas y Estimación ASOLIVA

España exporta el aceite de oliva en dos formatos diferentes; envasado y a granel. El primer formato es exportado principalmente a Australia, EEUU, Brasil, Japón y Francia. Respecto al producto a granel, este se exporta principalmente a Italia, Francia, Portugal y Reino Unido.

La mayor parte del aceite de oliva exportado a Eslovaquia es envasado.

Respecto a las relaciones comerciales entre España y Eslovaquia en 2006, las exportaciones totales de España a Eslovaquia han incrementado un 16,45% respecto al año anterior. La exportación de productos agroalimentarios ha experimentado un crecimiento bastante superior (29,45%), suponiendo en el último año un 9,35% sobre el total de exportaciones españolas a Eslovaquia.⁸

Las exportaciones españolas de aceite de oliva a Eslovaquia, han aumentado considerablemente en los últimos años tanto en peso como en valor. Se ha de destacar, además, que el incremento experimentado en el valor de las exportaciones del citado producto es mayor que el peso, lo que indica, como ya se ha comentado anteriormente, un incremento del precio medio al que se vende el litro de aceite.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA A ESLOVAQUIA					
	2002	2003	2004	2005	2006
Peso (miles de kg)	142,3	139,8	198,8	235,9	234,6
Valor (miles de €)	462,5	439,5	684,6	834	1090,3
Nº operaciones	74	60	73	75	59

Fuente: Plan Cameral

Las exportaciones españolas de aceite de oliva a Eslovaquia suponen un porcentaje muy pequeño sobre el total de exportaciones, apenas un 0,38% en 2006.

Por último, señalar que se aprecia una disminución del número de operaciones de exportación llevadas a cabo en el último año, lo que supone mayor cantidad y valor por cada operación.

⁷ Se trata de la estimación realizada por ASOLIVA

⁸ Fuente: Bases de datos ICEX

III . ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La población en Eslovaquia es de 5.447.502 habitantes, de los cuáles 452.288 viven en Bratislava, capital del país. Con excepción de Kosice, que cuenta con una población de 241.606 habitantes, ninguna de las principales ciudades del país –Presov, Nitra, Zilina, Banska Bystrica y Trnava- supera los 200.000 habitantes⁹.

La densidad de población es de 111 habitantes por kilómetro cuadrado y la tasa de población urbana de 58%. Esta distribución poblacional se ha de tener en consideración por la influencia que ejerce sobre consumo, gustos y poder adquisitivo de la población. Es importante debido a que es sobre todo en los núcleos urbanos donde se experimenta el crecimiento, desarrollo y modernización de la clase media-alta y que representa un tirón en la demanda de productos considerado de cierto lujo, como es el caso del aceite de oliva.

Conviene mencionar que el porcentaje de población comprendida entre el rango de edad de 20 a 40 años, es de 32%, más elevado que en muchos países europeos¹⁰. Este grupo de edad es en el que, en principio, los productos gourmet tienen una mayor acogida.

Respecto a factores económicos que influyen en el poder adquisitivo de las familias, se destaca un fuerte incremento (6-9%) del salario nominal neto en los últimos años, situándose la previsión para este año en 609 euros mensuales aproximadamente, un 6,7% superior a 2006.

Si bien, es cierto que la diferencia regional en lo que respecta a los ingresos familiares es más que notable, encontrándose en Bratislava los salarios medios más elevados.

SALARIO NOMINAL MEDIO ANUAL EN ESLOVAQUIA						
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Salario mensual	409 €	435 €	480 €	523 €	569 €	609 €
Incremento		5,9%	9,2%	8,4%	7,9%	6,7%

Fuente: Slovak Statistics

⁹ Fuente: CIA Factbook, julio de 2007.

¹⁰ Fuente: Slovak Statistics

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

El elevado incremento que ha experimentado el salario nominal anual medio, ha hecho que se observe en los últimos años un notable incremento del poder adquisitivo y del consumo de la población eslovaca.

Unido al incremento de los salarios, hay que destacar la controlada inflación de los últimos años - de 4,5% en 2006 y 2,8% de previsión para 2007 -, que hace que el poder adquisitivo de la población eslovaca sea aún mayor.

El perfil del consumidor de aceite de oliva en Eslovaquia corresponde a personas de entre 25 y 50 años pertenecientes a la clase media o alta que vive en las ciudades (sobre todo en Bratislava y en las ciudades eslovacas de mayor tamaño), con un poder adquisitivo superior a la media del país y al día con las tendencias modernas de alimentación o bien personas que, por razones de salud han de seguir una dieta determinada que prohíba o limite el consumo de grasas animales u otro tipo de aceites vegetales.

El patrón de consumo alimentario en Eslovaquia destaca por la disminución del porcentaje que representa en la dieta productos de carácter básico como cereales, arroz, grasas, pan y patatas, a favor de otro tipo de productos como son la carne, el pescado, dulces, frutas y verduras.

CONSUMO DE DETERMINADOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS PER CÁPITA

	Medida	2002	2003	2004	2005	2006
Carne	Kg	59,7	61,5	60,1	61,6	60,9
Pescado	Kg	4,4	4,2	4,4	4,4	5,1
Productos lácteos	Kg	99,1	94,4	94,2	98,9	96,5
Leche	Kg	67,1	63,9	59,1	55,7	55,9
Queso	Kg	9	9,3	8,2	9,1	9,6
Huevos	Kg	10,7	11	10	.	.
Grasas	Kg	25,2	24,6	23,3	23,8	23
Azucar	Kg	27,6	27	30,2	34	31,7
Chocolate	Kg	5,2	4,4	5,3	5,4	5,2
Dulces	Kg	5,8	5,4	5,1	5,1	6,9
Miel	Kg	0,4	0,4	0,5	0,7	0,6
Cereales	Kg	127,7	129,1	124,7	122,4	114,5
Arroz	Kg	6,1	6,2	6,3	6,8	5,8
Pan	Kg	48,4	47,5	46,4	45,8	40,2

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

Pasta	Kg	5,9	5,5	5	5,2	6,1
Patatas	Kg	74,8	66,3	64,2	60,3	56,8
Legumbres	Kg	1,9	1,6	1,6	1,6	1,6
Vegetales	Kg	77,3	80,9	89,9	86,7	88
Frutas	Kg	49,7	52,3	49,7	52,6	56
Semillas de amapola	Kg	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Café	Kg	2,8	3	2,9	3,1	2,4
Té	Kg	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Sal	Kg	6,5	7,3	6,7	6,5	6,6
Bebidas alcohólicas (alta graduación)	Litro	8,8	7,4	8,7	11,2	9,2
Vino	Litro	13,9	13,2	13,3	11,8	15,7
Cerveza	Litro	92,3	89,5	82,4	80	81,3
Bebidas no alcohólicas	Litro	157,1	170,5	167	183	215,1

Fuente: Slovstat

El mercado de las grasas y aceites en Eslovaquia ha estado dominado durante un largo período de tiempo por el uso extendido de grasas y mantequilla, si bien, se destaca una considerable disminución del consumo de este tipo de productos en los últimos años.

La tabla siguiente muestra el consumo desagregado de grasas animales y vegetales por la población eslovaca.

CONSUMO PER CÁPITA DE GRASAS ANIMALES Y VEGETALES (Kg)					
	2002	2003	2004	2005	2006
Grasas y aceites animales	6,2	6,2	5,5	5,3	5
Mantequilla	3	2,8	2,2	2	2
Manteca de cerdo	3,2	3,4	3,3	3,3	3
Grasas y aceites vegetales	18,9	18,3	17,7	18,4	17,9
Margarina	7,1	7,1	7,6	7,7	7,7
Aceite vegetal	11,8	11,2	10,1	10,7	10,2
Otras grasas o aceites vegetales	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Grasas totales	25,2	24,6	23,3	23,8	23

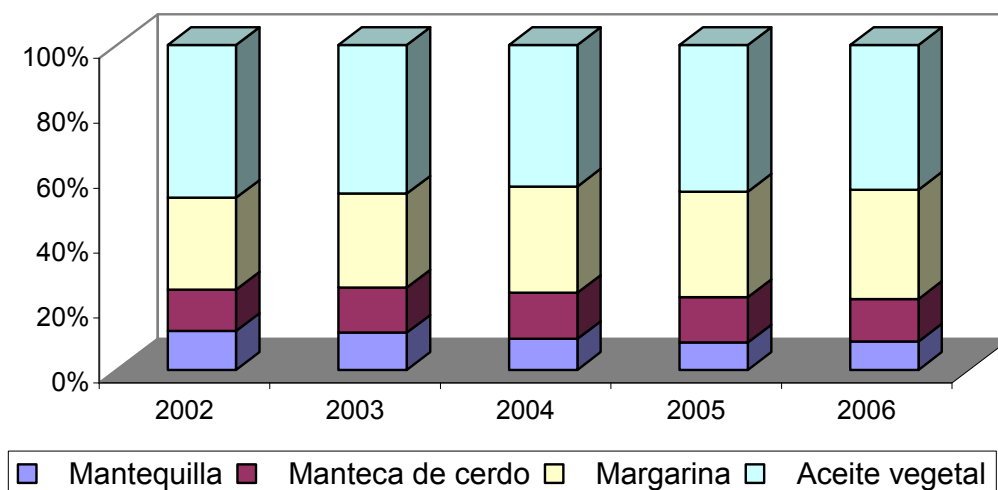
Fuente: Slovstat

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

Si bien el consumo per cápita de grasas tanto animales como vegetales ha disminuido sensiblemente en los últimos años, tal y como se observa en el siguiente gráfico, el aceite vegetal supone durante el total del período analizado más del 50% del consumo total de grasas y aceites.

Dentro de los aceites vegetales consumidos por la población Eslovaca, destacan el aceite de oliva, de girasol, de colza y de soja.

CONSUMO PER CÁPITA DE GRASAS ANIMALES Y VEGETALES



Fuente: Slovstat

Además, se ha de destacar que, aunque el consumo de aceites vegetales, en porcentaje, ha permanecido constante en los últimos años, se observa un ligero incremento del consumo de aceite de oliva en detrimento de otros aceites vegetales como el aceite de colza.

El aceite de oliva no se utiliza normalmente para freír, sino para marinar carnes y aliñar ensaladas, principalmente. El principal sustitutivo del aceite de oliva es el aceite de girasol, que es el más consumido por los eslovacos y que se utiliza tanto para freír como para aliñar ensaladas o alimentos.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

Los datos más actuales sobre el consumo de éste producto, muestran que en el primer semestre de 2007, los eslovacos han comprado un 27% más de aceite de oliva que el año pasado durante el mismo periodo¹¹.

Se destaca además un incremento del consumo de aceite de oliva mezclado con aceite de soja, una mezcla que al parecer atrae bastante al consumidor eslovaco.

Se da además un incremento moderado del consumo de aceites y grasas comestibles, constituido por una disminución de grasas y mantequillas a favor de un incremento superior de los aceites vegetales. Dentro de los aceites vegetales, los más populares son el aceite de girasol y el aceite de colza, aunque si bien el aceite de oliva no es consumido en tan elevadas cantidades como estos dos últimos, es el que mayor incremento de consumo ha sufrido este año.

La sociedad eslovaca está protagonizando un cambio de tendencias y hábitos de alimentación en los últimos años, y se destaca un cada vez mayor esfuerzo por llevar un estilo de vida saludable donde los productos naturales, como el aceite de oliva, cobran un mayor peso en la alimentación.

Así por ejemplo, el consumo de mantequilla ha sufrido un grave descenso en los últimos años debido a su sustitución por aceites vegetales, que comenzaron a mediados de los años noventa a estar presentes en los hipermercados a precios muy asequibles y contando con publicidad masiva. Si bien hay que destacar que entre 2000 y 2001 se dio un leve incremento del consumo de mantequilla debido a la fuerte disminución de su precio¹².

Los factores más importantes que han contribuido al aumento del consumo de aceites vegetales son; la publicidad masiva y promoción que se le ha dado al aspecto saludable de la alimentación, los precios adecuados para los consumidores y el crecimiento de precios de los productos sustitutivos.

¹¹ Información obtenido en el último estudio realizado por la agencia GfK Slovakia sobre el consumo de aceite de oliva en el país.

¹² Para más información sobre los cambios en los hábitos de consumo alimentario se puede consultar: “Development of food consumption in Slovakia and key impacting factors”, IAMO Forum, Agricultural and Food Markets in Central and Eastern Europe.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Eslovaquia es un importador neto de aceite de oliva. En 2006, las importaciones de aceite de oliva alcanzaron una cifra de 2.589.341 (20% de incremento respecto a 2005), mientras que las exportaciones alcanzaron una cifra de 223.969 (cuatro veces más respecto al año anterior)¹³.

Como ya se ha comentado anteriormente, los principales suministradores de aceite de oliva de Eslovaquia son España, Italia, Polonia y Grecia. Los mercados de reexportación para Eslovaquia son Hungría, República Checa y Austria, principalmente.

El precio medio en la importación de esta partida en el año 2006 alcanzó los 3,5 euros por litro, un 35% más que en 2005 (precio medio de 2,58 €/l)¹⁴.

El aceite de oliva se vende en Eslovaquia a precios mucho más altos que los de los productos sustitutivos; grasas, mantequillas y otros tipos de aceites. El consumidor eslovaco muchas veces tiene que pagar cinco o seis veces más por un litro de aceite de oliva que por un litro de aceite de girasol, principal sustituto.

El aceite de oliva que domina en el mercado es el español, principalmente la marca Borges bajo diversas variedades, aunque hay muchas más. En general, suele haber más presencia de marcas españolas que italianas en todos los establecimientos. Por su parte, Grecia y Polonia están escasamente representadas en los lineales.

A la hora de analizar el precio final de venta del producto se ha realizado un estudio de campo observando los precios finales en algunas de las principales cadenas de distribución presentes en la capital del país¹⁵.

¹³ Fuente: Comtrade

¹⁴ Fuente: Comtrade

¹⁵ Las cadenas de distribución visitadas son; Tesco, Billa y Carrefour

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

PRECIOS DEL ACEITE DE OLIVA EN DIVERSAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN¹⁶

MARCA	ORIGEN	TIPO	ENVASE	CONTENIDO	PRECIO	ESTABLE-CIMIENTO
Borges	España	Virgen Extra	Cristal verde transparente	500 ml	6,12 €	Tesco
Borges	España	Exclusive Arbequina	Cristal verde transparente	500 ml	6,91 €	Tesco
Borges	España	Aceite de oliva	Cristal Transpa- rente	500 ml	6,12 €	Tesco
Borges	España	Extra light	Cristal Transpa- rente	500 ml	6,09 €	Tesco
Borges	España	Aceite de oliva	Cristal Transpa- rente	1 l.	10,06 €	Tesco
Borges	España	Virgen Extra	Cristal verde transparente	1 l.	10,18 €	Tesco
Borges	España	Virgen Extra	Cristal verde transparente	250 ml	3,21 €	Tesco
Borges	España	con sabor a ajo	Cristal Transpa- rente	250 ml	3,54 €	Tesco
Borges	España	Virgen Extra, Family Reserve	Cristal verde transparente y envoltorio de cartón	500 ml	10,12 €	Tesco
Ballester	España	Virgen Extra	Cristal Transpa- rente	1 l.	9,69 €	Tesco
Ballester	España	Virgen Extra	Cristal Transpa- rente	500 ml	5,15 €	Tesco
Carbonell	España	Aceite de oliva	Cristal Transpa- rente	500 ml	6,39 €	Tesco
Carbonell	España	Virgen Extra	Cristal Transpa- rente	500 ml	6,39 €	Tesco
Monini Delicato	Italiano	Virgen Extra	Cristal Transpa- rente	500 ml	7,39 €	Tesco
Amphora	Rep. Checa	Aceite de oliva	Bote de spray	200 ml	5,47 €	Tesco

¹⁶ Precios tomados durante la primera quincena de diciembre de 2007

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

MARCA	ORIGEN	TIPO	ENVASE	CONTENIDO	PRECIO	ESTABLE-CIMIENTO
Kreolis	Grecia	Virgen Extra	Cristal Transpa- rente	750 ml	8,03 €	Tesco
Carapelli	Italia	Virgen Extra	Cristal Transpa- rente	500 ml	6,03 €	Tesco
Tesco	Grecia	Virgen Extra	Cristal verde transparente	1 l.	6,36 €	Tesco
Tesco	Grecia	Aceite de oliva	Plástico transpa- rente	1 l.	6,97 €	Tesco
Amphora	Bélgica	Virgen extra	Plástico transpa- rente	1 l.	8,03 €	Tesco
Amphora	Bélgica	Olive pomace oil	Plástico transpa- rente	1 l.	3,51 €	Tesco
Fruit d'Oliva	España	Virgen extra	Cristal transpa- rente	500 ml	2,39 €	Billa
Borges	España	Aceite de oliva	Cristal transpa- rente	500 ml	5,69 €	Billa
Borges	España	Extra light	Cristal transpar- ente	500 ml	5,69 €	Billa
Borges	España	Virgen extra	Cristal verde	500 ml	5,75 €	Billa
Borges	España	Virgen extra	Cristal verde	1 l	7,57 €	Billa
Borges	España	Aceite de oliva	Cristal transpa- rente	1 l	7,51 €	Billa
Borges	España	Aceite de oliva	Cristal transpa- rente	250 ml	3,03 €	Billa
Monini	Italia	Virgen extra	Cristal transpa- rente	750 ml	9,09 €	Billa
Monini	Italia	Virgen extra	Cristal transpa- rente	500 ml	6,36 €	Billa
Minerva	Grecia	Virgen extra	Cristal marrón	500 ml	6,66 €	Billa
Monini	Italia	Virgen extra clásico	Cristal transpa- rente	500 ml	6,94 €	Carrefour

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

MARCA	ORIGEN	TIPO	ENVASE	CONTENIDO	PRECIO	ESTABLE-CIMIENTO
Monini	Italia	Virgen extra Delicato	Cristal transparente	500 ml	9,09 €	Carrefour
Carbonell	España	Virgen extra	Cristal transparente	500 ml	6,03 €	Carrefour
Carbonell	España	Aceite de oliva	Cristal transparente	500 ml	4,44 €	Carrefour
Borges	España	Virgen extra	Cristal verde	500 ml	3,03 €	Carrefour
Borges	España	Aceite de oliva	Cristal transparente	500 ml	3,03 €	Carrefour
Kaiser, Franz Josef	España	Virgen extra	Cristal transparente	500 ml	3,03 €	Carrefour
La Sansa, Costa d'oro	Italia	Olio di sansa di olive	Cristal transparente	500 ml	2,74 €	Carrefour
Borges	España	Aceite de oliva	Cristal transparente	500 ml	5,75 €	Carrefour
Borges	España	Virgen Extra	Cristal verde	500 ml	5,75 €	Carrefour
Borges	España	Extra light	Cristal transparente	500 ml	5,75 €	Carrefour
Borges	España	Exclusive arbequina	Cristal verde	500 ml	6,51 €	Carrefour
Bertolli	Italia	Virgen extra	Cristal transparente	500 ml	6,82 €	Carrefour
Bertolli	Italia	Aceite de oliva	Cristal transparente	500 ml	6,33 €	Carrefour
Carapelli	Italia	Virgen extra	Cristal transparente	1 l	8,36 €	Carrefour
Carapelli	Italia	Virgen extra	Cristal transparente	500 ml	6,79 €	Carrefour
Borges	España	Virgen extra	Cristal verde	1 l	8,48 €	Carrefour
Borges	España	Aceite de oliva	Cristal transparente	1 l	8,36 €	Carrefour
Minerva	Grecia	Virgen extra	Cristal transparente	500 ml	5,15 €	Carrefour

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

MARCA	ORIGEN	TIPO	ENVASE	CONTENIDO	PRECIO	ESTABLE-CIMIENTO
Fragata	España	Virgen extra	Cristal transparente	500 ml	6,66 €	Carrefour
La Sansa	Italia	Olio di sansa di olive	Cristal transparente	1 l	5,75 €	Carrefour
Minerva	Grecia	Virgen extra	Cristal transparente	750 ml	7,57 €	Carrefour
Fragata	España	Virgen extra	Cristal transparente	1 l	10,48 €	Carrefour
Pietro Co-ricelli	Italia	Aceite de oliva	Cristal transparente	1 l	9,54 €	Carrefour
Pietro Co-ricelli	Italia	Virgen extra	Cristal transparente	1 l	9,97 €	Carrefour
Giana	España	Orujo	Plástico	1 l	3,51 €	Carrefour

Fuente: Elaboración propia

Con el fin de realizar una comparación de los precios finales del aceite de oliva por origen, se ha calculado el precio medio por litro en los establecimientos anteriores. La siguiente tabla señala el precio medio por litro según la procedencia así como el precio medio total.

PRECIOS EN PUNTO DE VENTA (en euros por litro)		
Origen	Precio Medio por procedencia	Nº de productos
Italia	11,6 €	14
Grecia	9,6 €	6
Otros	13,0 €	3
España	10,6 €	34
Precio medio total	11,2 €	57

Fuente: Elaboración propia

Se observa que el aceite de oliva español es el que más presencia tiene en los puntos de venta, y que además, el precio medio del aceite de oliva español (10,6€/litro) es inferior al precio medio (11,2€/litro).

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

El aceite italiano se vende por término medio a un precio más elevado que el español. La fama del aceite italiano entre los consumidores eslovacos puede justificar precios de venta más altos que el español, que compite con precios algo más económicos.

Además, el precio medio del aceite de oliva español en origen permanece estabilizado en torno a los 2,30 euros desde el pasado mes de mayo¹⁷, según el observatorio Económico de Jaén, tras el descenso sufrido desde 2005/2006, momento en el que los precios alcanzaban los 4,2 euros por litro¹⁸. Es importante la disminución de los precios en origen en el sentido de que, unos precios excesivamente altos retraen la demanda del consumidor y hace que el aceite de oliva sea sustituido por otro tipo de grasas o aceites.

El mercado eslovaco es en general especialmente sensible al precio, siendo este un factor bastante importante en la decisión de compra. El aceite de oliva es considerado por el consumidor eslovaco como un producto caro y de lujo, por lo que resulta especialmente importante cuidar los detalles.

Un último aspecto a tener en cuenta es el impacto que una buena presentación del producto pueda tener en el precio de venta al público. Casi todo el aceite se comercializa en botellas de cristal, mientras que los envases de plástico denotan una menor calidad del producto, reservándose este tipo de envase, principalmente, para el aceite de orujo o para aquel que se comercializa bajo la marca del distribuidor.

El consumidor debe percibir que, está pagando un precio alto, pero está comprando un producto de alta calidad, lo que muchas veces se refleja en el envase del mismo.

ICEX

¹⁷ Europa Press, 8 de diciembre de 2007.

¹⁸ Fuente: Consejo Oleícola Internacional.

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En general, los productos de origen español están bien considerados en el mercado eslovaco. A nivel general se puede decir que, el aceite de oliva procedente de España se conoce y se asocia a estándares de calidad media-alta. No obstante, cabe destacar el buen posicionamiento del aceite italiano, con el que el aceite español compite. Además, algunas veces, el consumidor desconoce que España es el primer productor mundial de aceite de oliva y que parte del aceite etiquetado en Italia o Grecia es en realidad español.

En el caso concreto del aceite de oliva, se considera que es un producto que está de moda, de lujo y alta calidad; pero estos son atributos más intrínsecos al producto y que no tienen tanto que ver con el país de procedencia.

El consumidor eslovaco no piensa que haya una diferencia de sabor dependiendo del origen del aceite, aunque sí que es cierto que los productos italianos dan mayor confianza al consumidor medio ya que la cocina italiana es muy conocida en Eslovaquia y ésta se identifica con la dieta mediterránea y los beneficios asociados.

A pesar de que la cocina española también se asocia claramente a la dieta mediterránea, la cocina italiana es mucho más conocida entre el consumidor eslovaco, se trata de un país más cercano y que utiliza unas técnicas de venta y marketing para introducirse en el mercado mucho más agresivas que las de las marcas españolas.

VI. DISTRIBUCIÓN

El sector de la distribución en Eslovaquia se ha adaptado rápidamente al estilo occidental de supermercados, hipermercados y cadenas de distribución. La estructura de distribución heredada de la era comunista, consistente en, principalmente, pequeños comercios con productos muy estandarizados, se ha visto rápidamente amenazada por la competencia extranjera. Muchas cadenas de distribución europeas han invertido fuertemente en el mercado eslovaco de la distribución y han llegado a dominar el mercado. En los últimos años, el sector de la distribución ha destacado especialmente por la proliferación de supermercados e hipermercados.

Los volúmenes de venta en estas grandes superficies, supermercados e hipermercados, no han dejado de crecer, ganando cuota de mercado a los comercios tradicionales de alimentación.

En líneas generales, por tanto, la distribución de productos alimentarios se concentra cada vez más en las cadenas de distribución y grandes superficies, en detrimento del comercio minorista.

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

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

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

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

En general, **los circuitos de distribución son cortos**. Las empresas de distribución concentran muchas veces las funciones de importador-distribuidor, lo que les permite ofrecer a

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

los consumidores precios más interesantes conservando a su vez márgenes más importantes.

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

El mercado eslovaco es muy pequeño y está en gran medida saturado, por lo que el factor precio en determinados productos es un factor realmente importante. A pesar de que muchas personas en Eslovaquia compran en grandes superficies orientándose fundamentalmente por el factor precio, es conveniente mencionar que es creciente el porcentaje de población que, con un mayor poder adquisitivo, aprecia la calidad y está dispuesto a pagar por ella, siempre por supuesto, atento a la relación calidad-precio.

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

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

Si bien es cierto que las grandes cadenas de distribución suelen abastecerse de un importador-distribuidor, hay veces que esto no sucede así. Este es el caso de la cadena británica TESCO, que tiene un gran poder de compra y negociación y algunas veces comercializa el aceite de oliva importado con marca propia.

A continuación se muestran las principales grandes superficies minoristas que operan en Eslovaquia en relación al volumen de facturación.

RANKING POR VENTAS DE MINORISTAS EN ESLOVAQUIA, 2006

Empresa	Ventas
1. Tesco	816.606.061 €
2. Metro Group	458.018.364 €
3. Billa	348.484.848 €
4. Ahold	178.888.152 €
5. Carrefour	133.464.515 €
6. Coop Jednota	67.616.303 €

Fuente: Trend

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESLOVAQUIA

Como se observa en la tabla anterior, Tesco es el líder en el mercado eslovaco. Tesco ha abierto 48 puntos de venta desde que entró en el país en 1996, 11 de los cuáles se han abierto en el presente año. Dentro de sus planes de expansión, Tesco ha anunciado la apertura de 17 nuevos puntos de venta para 2008.

De acuerdo con el estudio “Retail in Central Europe, Market overview” de la consultora Deloitte, las ventas del comercio minorista en Eslovaquia crecieron un 8% en 2006. Este crecimiento se debe entre otros factores, al incremento del poder adquisitivo de las familias. El citado estudio hace hincapié en la intensificación e la competencia entre el formato de supermercados e hipermercados y las tiendas de descuento. A pesar de ello, los supermercados e hipermercados continúan siendo las vías más adecuadas de introducción de productos alimentarios.

Dentro de los diferentes canales minoristas, el supermercado es el principal lugar de compra para los productos de alimentación, más del 50% de las ventas se realizan en los supermercados, superando en cuota a las tiendas de descuento, tiendas especializadas y otras modalidades, incluyendo a los hipermercados¹⁹.

ICEX

¹⁹ Fuente: cee-foodindustry.com

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

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

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

El aceite de oliva se grava con el tipo de IVA general del 19%, sin que existan otros tipos de gravámenes tributarios sobre este producto.

VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS

La Oficina Comercial de España en Bratislava dispone de un listado completo de importadores y distribuidores de aceite de oliva en Eslovaquia. Se puede solicitar por correo electrónico en la dirección: bratislava@mcx.es

2. FERIAS

En Eslovaquia se celebran numerosas ferias de carácter regional e internacional, entre las que se destacan las que aparecen a continuación.

Los informes completos de las ferias están disponibles en el portal de ICEX (www.icex.es) y en la página web de la Oficina Económica y Comercial de Bratislava (www.oficinascomerciales.es).

- **DANUBIUS GASTRO** (del 17 al 21 de enero de 2008)
Incheba Bratislava Exhibition and Congreso Centre
Viedenská cesta 3-7, 851 01 Bratislava
Eslovaquia
Tel. (00421) (0) 2 6727 2138
Fax (00421) (2) 2 6727 2201
E-mail: incheba@incheba.sk
Página web: <http://www.incheba.sk>

- **AGROCOMPLEX Y BIOAGROCOMPLEX** (del 7 al 8 de junio de 2008)
Agrokomplex – Výstavníctvo Nitra
Výstavná 4, 949 01 Nitra

Eslovaquia

Tel. (00421) 37 657 21 11/3

Fax (00421) 37 733 58 59

E-mail: agrokomplex@agrocomplex.sk

Página web: <http://www.agrokomplex.sk>

- **GASTRO – BIO RACIO** (del 21 al 23 de mayo de 2008)

Dom techniky, s.r.o. – Kosice

Magistrát mesta Tr. SNP 48/A, 040 11 Kosice

Eslovaquia

Tel. (00421) 55 641 91 11

- **GASTRA²⁰** (del 30 de septiembre al 3 de octubre de 2008)

Agrokomplex – Výstavníctvo Nitra

Výstavná 4, 949 01 Nitra

Eslovaquia

Tel. (00421) 37 657 21 11/3

Fax (00421) 37 733 58 59

E-mail: agrokomplex@agrocomplex.sk

Página web: <http://www.agrokomplex.sk>

3. ASOCIACIONES

Agricultural and Food Industry Chamber

(Slovenská poľnohospodárska a potravinárska komora)

Dirección: Záhradnícka 21, 811 05, Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 5021 7101

E-mail: vajs@sppk.sk

²⁰ Esta feria está especializada en el sector HORECA.

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Embajada de España en Eslovaquia

Dirección: Prepostska, 10, 811 01 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 5441 57 24/26

Fax: 00421 2 5441 75 65/57

E-mail: embespsk@mail.mae.es

Oficina Comercial de España en Eslovaquia

Dirección: Prepostska, 10, 811 01 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 5441 57 30

Fax: 00421 2 5441 58 30

E-mail: bratislava@mcx.es

Ministerio de Agricultura Eslovaco

Dirección: Dobrovicova 12, 812 66, Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 5926 63 01

Fax: 00421 2 5926 6311

E-mail: tlacove@land.gov.sk

Cámara de Comercio de Eslovaquia

Dirección: Gorkého 9, 816 03 Bratislava

Teléfono: 00421 2 5443 32 91

Fax: 00421 2 5413 11 59

E-mail: sopkurad@sopk.sk

Agencia Eslovaca para la inversión (Sario)

Dirección: Martinčekova 17 821 01 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 58 260 100-101

Fax: 00421 2 58 260 109

E-mail: sario@sario.sk

Oficina Eslovaca de estadística

Dirección: Mileticova 3, 824 67 Bratislava, República Eslovaca

Teléfono: 00421 2 50 236 111

Fax: 00421 2 55 561 350



ICEX