

# El mercado de Jamones y Embutidos 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



ESTUDIO  
DE MERCADO

20 de diciembre de 2022  
Belgrado

Este estudio ha sido realizado por  
Cristina Cerezo Filloy

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

<http://Serbia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-22-014-8

# 1. Resumen ejecutivo

El presente estudio de mercado analiza el sector de los jamones y embutidos en Serbia en el periodo 2021 - 2022, según la disponibilidad actual de los datos. Así, se utilizará la clasificación arancelaria TARIC, en la que por un lado se analizarán los jamones, con la partida 02.10 y sus subpartidas específicas, y por otro los embutidos, con partida 16.01, incluyendo todas las subpartidas.

La industria cárnica serbia es una de las principales ramas agroalimentarias y está compuesta por varios productores grandes y un creciente número de productores pequeños que están intentando centrarse más en una oferta de calidad. La oferta de la producción local es variada y centrada principalmente en los productos tradicionales en base a carne porcina y en una menor medida de aves. El valor del mercado se estima en unos 682,4 millones de dólares y 98,9 millones de kilos de carne procesada consumida (estimación de Statista para 2022)<sup>1</sup>.

La oferta local todavía prima en el mercado local pero la presencia internacional está en aumento, lo que queda reflejado también en la estadística de las importaciones. Destaca la oferta de Italia, Austria y países limítrofes como Croacia, Montenegro y Bosnia. Cabe mencionar que se nota un incremento de las marcas españolas presentes en el mercado, aunque principalmente en el nicho de premium o gourmet.

En cuanto la demanda de la carne procesada, mientras que los precios han oscilado (de 5,9 por kg en 2018 a 7,4 dólares en 2022), las cantidades consumidas se han mantenido alrededor de unos 14 kilos por persona por año y unos 100 millones de kilos anuales en total.

En cuanto a las preferencias del consumo, resulta de interés la encuesta Retail Audit de Retail Zoom, cuyos resultados fueron publicados en la revista Progressive. De acuerdo con este informe publicado en octubre de 2022, que cubre el período de septiembre de 2021 hasta agosto de 2022, los productos secos, de larga duración, representan el 17 % de las cantidades vendidas en el período de la encuesta, y el 31 % del valor de toda la categoría y crecen un 5 % en cantidad y un 10 % en valor, mientras que los productos cárnicos secos de media duración representan el 84 % de las cantidades, y el 69 % del valor de toda la categoría y crecen un 2 % en cantidad y un 9 % en valor en comparación con el período anterior.

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/meat/serbia?currency=USD&locale=en#volume>



La mayoría de los productos se vendieron en la Región de Belgrado, 34 % en valor y 29 % en cantidad. En la región Norte, se vendió el 24 % de las cantidades y valores de la categoría total. La región Este genera el 33 % del volumen de ventas y el 29 % del valor de las ventas. El resto de la venta proviene de la región Oeste.

El canal de supermercados e hipermercados registró el mayor crecimiento absoluto y porcentual, por lo que este es el canal de destino para la categoría de productos cárnicos. Este canal crece en promedio un 6 % en cantidad y un 10 % en valor. De esta manera, genera el mayor valor de ventas para los productos cárnicos secos con una participación del 50 %, mientras que en cantidades es del 44 %. El canal de grandes y medianas tiendas genera el 40 % de los volúmenes de ventas de la categoría, y 36 % del valor. Este canal crece en promedio 1 % cuantitativamente, y 9 % en valor. Las ventas restantes provienen del canal de pequeñas tiendas, 17 % cantidad y 14 % valor, con un crecimiento del 7 % en valor.

El precio es el factor decisivo que guía el comportamiento de compra de los consumidores serbios. El coste de los alimentos en Serbia en 2021 se incrementó un 4,4 %, por su parte el de la carne experimentó un aumento del 5,1 %<sup>2</sup>. Según los últimos datos disponibles, los precios de la carne de enero a octubre de 2022 se han incrementado en un 18,5 % al compararlos con el mismo periodo en 2020<sup>3</sup>. Para ver los precios de categorías concretas de productos se aconseja visitar las páginas web de las principales cadenas de gran distribución como pueden ser [Maxi online](#) o [Idea online](#). En las tiendas existen 2 modalidades de venta de embutido: envasado y cortado en la propia tienda, siendo el producto cortado algo más barato.

A pesar de que España es el principal proveedor de la carne porcina a Serbia, uno de los principales obstáculos con el que se encuentran los productores españoles de derivados cárnicos en este mercado, es la falta de conocimiento por parte de los consumidores locales de los productos y las marcas españolas. No obstante, las importaciones de jamón y embutido están creciendo en los últimos años y las marcas españolas son cada vez más presentes en las tiendas gourmet de la capital. Asimismo, la cadena LIDL periódicamente ofrece una considerable variedad de los productos españoles. Así, durante 2021 se importaron de la partida 0210.11 (Jamones, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, de porcinos, salados o en salmuera, secos o ahumados) 49.000 euros, lo que supone un incremento del 70 % en los últimos 3 años. Por su parte, la partida 0210.19 (Carne de porcinos, salada o en salmuera, seca o ahumada (excl. piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, así como tocino entreverado de panza "panceta" y sus trozos) registró un monto de en torno a 128.000 euros experimentando un aumento del 177 % en los últimos 3 años. De la partida 1601 se importaron los productos por valor de 233.000 euros, un 14,8 % más que el año anterior y un 454 % más que en 2019.

<sup>2</sup> SORS (2021). Índices de precios al consumidor por COICOP, diciembre de 2021. Disponible en: <https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/HtmlE/G20221008.html>

<sup>3</sup> SORS (2021). Índices de precios al consumidor por COICOP, octubre de 2022. Disponible en: <https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/HtmlE/G20221313.html>



No obstante, teniendo en cuenta la fuerte promoción de los países competidores (sobre todo Italia, pero también Montenegro y Croacia) y el hecho que la oferta de estos países está mucho más conocida (por cercanía geográfica y mayor tradición de las relaciones comerciales) que la oferta española, sería útil prever los eventos de promoción para los clientes finales y de educación para los compradores profesionales (Horeca, distribuidores minoristas, etc.). ICEX en colaboración con la Ofecome Belgrado ha organizado en los últimos años talleres de jamón y embutido español con el objetivo de aumentar la visibilidad de los productos españoles ante el público profesional.

Aunque bajo el Acuerdo de estabilización y asociación el arancel para la mayoría de los productos procedentes de la UE es del 0 %, para los derivados cárnicos el arancel varía entre el 0 % y el 12 % más entre 3,5 y 16rsd/kg, dependiendo del producto. La calidad de los productos se rige por el [Reglamento sobre la calidad de carne troceada, de productos cárnicos semitransformados y transformados.](#)

El Informe Sobre Alimentos y Bebidas de Fitch Solutions prevé que el gasto en carne y aves crecerá en un promedio anual de 6,6 % (en términos de moneda local) durante los próximos cuatro años. Los productos de cerdo son la carne más consumida en Serbia, y no se prevé que esto cambie significativamente. Asimismo, se pronostica que el tocino y el jamón serán la categoría de más rápido crecimiento en el medio plazo (2022-2016), creciendo a una tasa media anual del 8,0 %. La demanda estará condicionada sobre todo por la situación económica y el poder de compra de la población local. Si la situación se estabiliza, es de esperar el aumento del consumo en general y de los productos españoles en consecuencia.

# ICEX

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

**Ventana Global**

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

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

[www.icex.es](http://www.icex.es)

