

Queso en Croacia

A. CIFRAS CLAVE

Croacia tiene una rica tradición en la producción y consumo de quesos, con cada región ofreciendo su propia variedad. El queso de leche de vaca es el más producido y, específicamente, el queso curado es el que más se vende. En este panorama, empresas locales influyentes como **Vindija dd** y **Dukat dd** desempeñan un papel clave en la distribución y comercialización de queso en el mercado croata. Además, Alemania, Italia y Austria lideran como principales proveedores, y España figura entre los diez primeros. Sin embargo, para las empresas españolas acceder directamente a los puntos de venta en Croacia es muy difícil, ya que la mayoría operan exclusivamente a través de distribuidores locales, figura clave para entrar en el mercado. También son factores que considerar la lealtad de los consumidores croatas hacia las marcas tradicionales y los elevados costes de transporte desde España. A pesar de ello, el canal HORECA representa una gran oportunidad, sobre todo durante la temporada alta de verano, cuando Croacia recibe hasta 17 millones de turistas en un país de 3,8 millones de habitantes, lo que genera una gran demanda de productos.

| Datos | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|---|------------|------------|
| Población (habs.) | 3.855.641 | 3.853.200 | 3.850.761 |
| Producción de queso en Croacia (en toneladas) | 69.988 | 68.792 | - |
| Importación de queso de Croacia (en miles de euros) | 182.091,83 | 190.077,97 | 218.616,24 |
| Compañías croatas influyentes | Vindija dd (productor) y Dukat dd (productor e importador) | | |
| Desafíos principales | Fuerte lealtad del consumidor hacia las marcas tradicionales croatas y altos costes de transporte desde España. | | |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de DZS y Euromonitor.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

El sector del queso abarca una amplia variedad de productos clasificados según su proceso de elaboración y características. Entre ellos se encuentran:

- **Queso fresco y requesón** (Códigos arancelarios según Sistema Armonizado: 040610)
- **Queso rallado o en polvo** (Códigos arancelarios según Sistema Armonizado: 040620)
- **Queso fundido** (excepto el rallado o en polvo) (Códigos arancelarios según Sistema Armonizado: 040630)
- **Queso de pasta azul** (Códigos arancelarios según Sistema Armonizado: 040640)
- **Otros quesos (excepto los mencionados anteriormente)** (Códigos arancelarios según Sistema Armonizado: 040690)

B.2. Tamaño del mercado

La disminución en la producción de leche en 2023 ha tenido un impacto en los quesos tradicionales de Croacia, un país con más de 20 variedades autóctonas. Entre los más representativos se encuentran el Paški de la isla de Pag, el Pekarino de Istria, el Skripavac de la región de Lika, el Krčki de la isla de Krk, el Brački de la isla de Brač y el Dubrovački de Dubrovnik. La menor disponibilidad de leche ha llevado a una reducción del 5,5 % en la producción de queso fresco y del 2,1 % en otros tipos de queso.

PRODUCCIÓN DE QUESO EN CROACIA

Datos en toneladas

| Producto | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | %S/T | 23/19 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| Queso tierno (> 68 % humedad) | 2.473 | 2.085 | 1.498 | 538 | 570 | 0,8 % | -77,0 % |
| Queso tierno medio (62 % – 68 % humedad) | 192 | 135 | 169 | 166 | 184 | 0,3 % | -4,2 % |
| Queso curado medio (55 % – 62 % humedad) | 13.800 | 11.686 | 12.901 | 12.942 | 11.868 | 17,3 % | -14,0 % |
| Queso curado (47 % – 55 % humedad) | 847 | 892 | 1.010 | 833 | 640 | 0,9 % | -24,4 % |
| Queso extra curado (< 47 % humedad) | 475 | 375 | 427 | 2.313 | 417 | 0,6 % | -12,2 % |
| Queso fresco | 15987 | 16.597 | 16.748 | 16.818 | 19.320 | 28,1 % | 20,8 % |
| Queso procesado | 2.437 | 2.891 | 2.865 | 2.782 | 2.809 | 4,1 % | 15,3 % |
| Queso de leche de vaca | 33.436 | 31.373 | 32.356 | 33.239 | 32.574 | 47,4 % | -2,6 % |
| Queso de leche de oveja | 189 | 251 | 245 | 221 | 202 | 0,3 % | 6,9 % |
| Queso de leche de cabra | 139 | 147 | 142 | 136 | 208 | 0,3 % | 49,6 % |
| TOTAL | 69.975 | 66.432 | 68.361 | 69.988 | 68.792 | 100 % | -1,7 % |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de DZS.

En la tabla anterior se puede observar que el **queso de leche de vaca** es el más producido (47,4 % del total), seguido del **queso fresco** (28,1 %) y del **queso curado medio** (17,3 %). Además, en 2023 aún no se habían alcanzado los niveles de producción de antes de la pandemia, incluso se puede observar una caída en las cifras totales con respecto al 2022, causada por la disminución de la producción de leche.

En cuanto a los tipos de quesos, el **queso tierno** (más del 68 % de humedad) ha sido el que más ha caído en comparación con 2019, con una disminución del 77,0 %. Le sigue el **queso curado** (entre 47 % y 55 % de humedad), con una caída del 24,4 %. Por otro lado, el **queso de leche de cabra** ha sido el que más ha crecido, con un aumento del 49,6 %, aunque su proporción dentro de la producción total de queso sigue siendo pequeña. Este crecimiento es comparable con la tendencia actual que se da en muchos otros países europeos, con un creciente interés por este tipo de queso (más utilizado en la cocina por su particular sabor, nuevos nutrientes, etc.).

Respecto a la **importación de quesos**, desde 2021 se ha registrado un incremento significativo del 68,72 % en el total de categorías. Entre ellas, destaca especialmente el queso fresco y el requesón –ingredientes muy presentes en la cocina tradicional croata– con un aumento del 86,64 %. También ha crecido notablemente la importación de queso rallado o en polvo, con un 47,76 %, impulsada en gran parte por su uso en la elaboración de pizzas, un consumo favorecido por la influencia y proximidad geográfica de Italia.

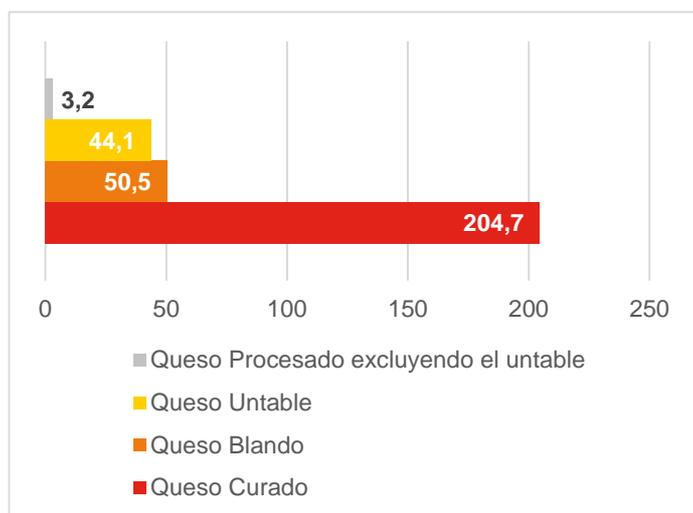
IMPORTACIÓN DE QUESO EN CROACIA
Datos en miles de euros

| Categoría | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | % S/T 2024 | 24/21 | Ranking 20 principales países suministradores (2024) |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|----------------|--|
| Queso fresco y requesón (Código:040610) | 26.732,28 | 36.909,40 | 44.061,18 | 49.894,39 | 22,80 % | 86,64 % | 1.º Alemania 2.º Italia 3.º Austria 4.º Países Bajos • España (16.º) |
| Queso rallado o en polvo (Código: 040620) | 2.882,68 | 4.346,10 | 5.185,35 | 5.518,03 | 2,52 % | 47,76 % | 1.º Italia 2.º Alemania 3.º Austria 4.º Lituania • No hay importaciones de España. |
| Queso fundido (excepto el rallado o en polvo) (Código: 040630) | 6.796,83 | 9.990,09 | 10.890,42 | 11.940,63 | 5,46 % | 43,08 % | 1.º Alemania 2.º Francia 3.º Polonia 4.º Eslovenia • España (9.º) |
| Queso de pasta azul (Código: 040640) | 1.283,00 | 1.608,04 | 1.716,37 | 1.771,54 | 0,81 % | 27,58 % | 1.º Italia 2.º Austria 3.º Alemania 4.º Eslovenia • España (7.º) |
| Otros quesos (excepto los mencionados anteriormente) (Código: 040690) | 91.876,09 | 129.238,20 | 128.224,65 | 149.491,65 | 68,38 % | 38,54 % | 1.º Alemania 2.º Países Bajos 3.º Italia 4.º Polonia • España (6.º) |
| TOTAL | 129.570,88 | 182.091,83 | 190.077,97 | 218.616,24 | 100,00 % | 68,72 % | |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de DZS.

La categoría más importada es la del **queso fresco y requesón** sin tener en cuenta la amplia categoría de otros quesos. Además, también se puede observar en la última columna de la tabla que los principales países proveedores son aquellos con los que Croacia tiene mayor proximidad y tradición comercial: Alemania, Italia y Austria. En el caso de España, esta se encuentra entre los diez primeros puestos del *ranking* en casi todas las categorías, destacando en **otros quesos** (puesto 6.º) y **queso de pasta azul** (puesto 7.º). En el caso del queso **rallado o en polvo**, España no llega a figurar como proveedor.

El mercado croata ha demostrado ser un gran consumidor de quesos, como lo refleja el aumento del 40 % en las ventas entre 2019 y 2024, con un crecimiento sostenido a lo largo de este período. Además, la demanda de los consumidores croatas se ha mantenido estable, con una preferencia destacada por el queso curado (67,67 % de la cuota de ventas), que sigue siendo el más vendido con gran diferencia respecto a otras variedades:

VENTAS DE QUESO EN CROACIA POR CATEGORÍA (2024)
Datos en miles de euros


En los últimos años también ha crecido notablemente la demanda de otros tipos de quesos, como los **quesos blandos con proteínas** y los **quesos artesanales**. Este cambio en las preferencias refleja las tendencias actuales en el mercado. Los quesos blandos con proteínas son la clara respuesta a la creciente demanda de alimentos más saludables y funcionales. Productos como el K Plus Active Zone Protein+, Cottage Cheese y el Z Bregov Protein Cheese están ganando popularidad por ofrecer opciones más nutritivas. Por otro lado, premios internacionales han impulsado un creciente interés por productos locales de alta calidad. Por ello, el queso artesanal ha aumentado su presencia en el mercado, atrayendo a consumidores que buscan autenticidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

B.3. Precios

Para la elaboración de esta ficha se visitaron distintos supermercados en un mismo día con el fin de recopilar información sobre los precios de los quesos. Cabe señalar que los precios observados incluyen un IVA del 25 %, y que las cadenas de alimentación aplican márgenes comerciales que oscilan entre el 25 % y el 40 %:

| Tipo queso | Nombre | Marca | Konzum (EUR/kg) | Kaufland (EUR/kg) | |
|-------------------|----------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------|
| Queso curado | Caprodur (cabra) | Vindija | 34,25 | 32,11 | |
| | Old Amsterdam (vaca) | Old Amsterdam | 33,27 | 33,27 | |
| | Paški (oveja) | Paska | 49,99 | 47,50 | |
| | Dalmatinak (vaca) | Paska | 27,45 | 23,95 | |
| Queso blando | Dimsi (vaca) | Président (Dukat) | 13,47 | 12,98 | |
| | Edam (vaca) | Zdenka | 14,98 | 13,55 | |
| | | Marca blanca | 11,30 | 9,98 | |
| | Emmental (vaca) | Marca blanca | 9,97 | 9,98 | |
| | | Président (Dukat) | 13,48 | 12,98 | |
| | Gouda (vaca) | Marca blanca | 11,30 | 9,96 | |
| | | Mozzarella (vaca) | Galbani (Dukat) | 17,52 | 17,52 |
| | | | Marca blanca | 11,68 | 8,72 |
| | | Podravek (vaca) | Président (Dukat) | 13,48 | 12,98 |
| | Livanski (vaca) | Trapist (vaca) | Mljekara Livno | 37,17 | 33,28 |
| Paska | | | 23,45 | 21,95 | |
| Président (Dukat) | | | 15,10 | 14,98 | |
| Queso untar | ABC | Marca blanca | 13,59 | 12,50 | |
| | | Belje | 11,50 | 10,98 | |
| | | Kraft Heinz | 19,94 | 17,09 | |
| Queso fresco | Svježi | Président (Dukat) | 7,10 | 7,06 | |
| | | Marca blanca | 3,72 | 3,98 | |
| | | Z Bregov (Vindija) | 5,98 | 5,55 | |

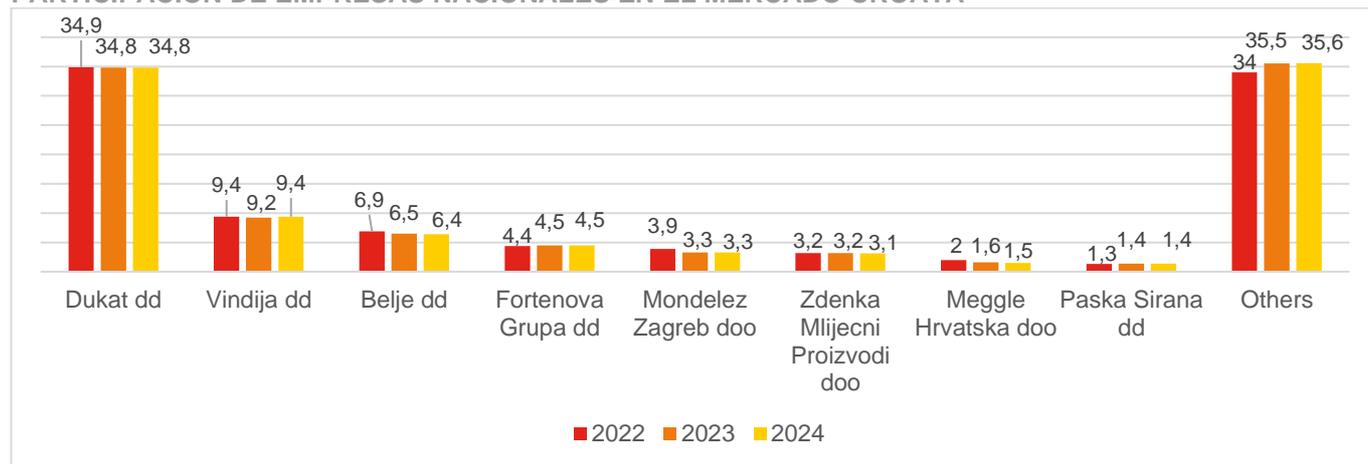
Fuente: Elaboración propia.

B.4. Principales actores

B.4.1. Actores privados

Las compañías más influyentes en el mercado del queso en Croacia son **Vindija dd (productor)** y **Dukat dd (productor e importador)**, que juntas, dominan aproximadamente un 60 % del sector. Como bien se puede ver en el siguiente gráfico, los principales actores del mercado de queso croata han resultado ser constantes durante estos últimos años:

PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS NACIONALES EN EL MERCADO CROATA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

Cada una de estas compañías opera bajo distintas marcas. **Dukat dd**, como parte del grupo francés **Lactalis**, gestiona en Croacia marcas como **Sirela**, **Dukatela** y **Galbani**, además de operar la reconocida **Président**, que es la más vendida del mercado. **Vindija dd**, por su parte, maneja marcas como **Z Bregov** y **Varazdinec**, mientras que **Fortenova Grupa**, otra de las compañías relevantes, opera **ABC** y **ABCela** a través de **Belje dd**. También destaca **Philadelphia**, de **Kraft Heinz Co**, que es distribuida en el país por **Mondelez Zagreb doo**.

Otras empresas relevantes en el mercado son:

- **Zdenka Mlijecni Proizvodi doo.**, con más de 100 años de historia en la localidad de Bjelovar, situada cerca de la capital, produce una gran variedad de quesos bajo la marca **Zdenka**, famosa por su tradición y calidad.
- **Meggle Hrvatska doo**, filial croata del grupo alemán Meggle, cuenta con una fuerte presencia en el mercado lácteo croata, destacando por su tradición en la producción de quesos y otros productos lácteos bajo su propia marca **Meggle**.
- **Paška Sirana d.d.**, especializada en quesos de alta calidad, con su producto más destacado, el queso **Paški**, originario de la isla de Pag, reconocido por su sabor único.
- **Pudja & Perkovic mljekara d.o.o.**, que se especializa en quesos curados de las variedades Livanjski y Trapist, originarios de Bosnia y Herzegovina, bajo la marca **Pudja**.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

En el mercado croata, los quesos españoles tienen poca presencia y reconocimiento. Los consumidores prefieren productos italianos, alemanes o austriacos, impulsados por la proximidad geográfica, menores costes logísticos y una relación comercial más consolidada. Aun así, se pueden encontrar algunos ejemplos concretos. El queso manchego está disponible en grandes superficies como **Metro Cash & Carry**, mientras que en la cadena de supermercados **Konsum** se comercializan quesos de **Quesos la Vasco Navarra**, tanto bajo la marca Albéniz como con la marca propia de la cadena. También destacan los productos de **Entrepinares**, que llegan al mercado croata a través del distribuidor **Select Food**, centrado sobre todo en el canal HORECA. Cabe señalar que los precios de estos quesos españoles son similares a los de sus competidores alemanes o italianos.



Por todo ello, para apoyar la promoción de alimentos y vinos españoles en el país, la **Oficina Económica y Comercial de Zagreb**, en colaboración con el **ICEX**, organiza cada dos años el evento **Taste Spain**, una iniciativa orientada a aumentar la visibilidad y el posicionamiento de los productos españoles en el mercado croata.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

La mayor oportunidad para los productores españoles se encuentra en el **canal HORECA** (hoteles, restaurantes y cafeterías), dado que Croacia es altamente dependiente del **turismo**, que representa 19,6 % del PIB (2024). Durante la temporada alta, que comienza en Semana Santa, la llegada masiva de turistas aumenta significativamente el consumo de productos *gourmet* y de alta calidad, lo que genera una demanda adicional de quesos *premium* y diferenciados.

Además, las grandes cadenas de supermercados en Croacia están aumentando su oferta de productos de **marca blanca**, especialmente en el segmento ecológico. Incluso en tiendas ***gourmet* o *delicatesen***, donde la demanda de productos de alta calidad sigue en auge y se podrían presentar oportunidades para quesos españoles diferenciados.

Por otro lado, también existen las siguientes oportunidades de venta dentro del sector:

- **Ventas *online*** en las que grandes y pequeños productores ofrecen sus quesos directamente a consumidores a través de canales *online*, y este tipo de ventas está aumentando cada vez más.
- **Formatos grandes** siguen siendo populares por su precio competitivo y atractivo para familias.
- **Sabores audaces** como quesos con trufa o picante para consumidores aventureros en busca de productos *gourmet*.

El mercado croata presenta importantes obstáculos para las marcas extranjeras, debido a la fuerte lealtad del consumidor hacia los **productos locales**. Los croatas tienden a comprar lo que perciben como propio, lo que ha llevado a muchos importadores a adaptar el etiquetado para dar apariencia de origen croata, como renombrar un queso español como *Mediteranski sir* (“Queso mediterráneo”). Lidl fue una de las primeras cadenas en detectar esta tendencia y adaptarse, lanzando su marca propia de quesos *Okusi zavičaja* (“Sabores de la tierra natal”), pensada específicamente para conectar con esa sensibilidad local.

A esto se suma el factor logístico. Los costes de transporte desde España son más elevados que los de sus competidores más cercanos, como Italia, Austria o Alemania, no sólo debido a la mayor distancia geográfica, sino también al insuficiente aprovechamiento de las opciones logísticas disponibles. Un claro ejemplo de esto es que los camiones vuelven vacíos, lo que genera ineficiencias y encarece la operación. Para mitigar este impacto, se recomienda explorar estrategias de agrupación de cargas con otros exportadores españoles del sector agroalimentario, considerar un punto logístico próximo a Croacia, como Italia o Hungría, o que el importador croata gestione con sus propios camiones o con una empresa croata el transporte.

En conclusión, aunque el mercado croata del queso es altamente competitivo, existen oportunidades atractivas para los productos españoles, especialmente en el canal HORECA y siempre y cuando se adecúe al nivel de precios del mercado. La clave del éxito radica en diferenciarse a través de la calidad y en encontrar los **canales de distribución** adecuados para superar los obstáculos impuestos por la lealtad del consumidor a las marcas tradicionales.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Los principales canales de distribución del queso en el mercado croata son **i) importadores**, **ii) canal HORECA** y **iii) cadenas de supermercados-hipermercados**. En primer lugar, cabe señalar que la entrada de productos españoles al mercado croata se realiza principalmente a través de distribuidores locales. Entre los principales importadores y distribuidores croatas de productos lácteos se encuentran: **Prolactis**, **Select Food** y **Stanic**. El

criterio principal de compra en el mercado croata es el precio, por lo que los distribuidores buscan un producto con una buena relación calidad-precio, dada la limitación de recursos de la mayoría de los consumidores.

En segundo lugar, es fundamental destacar la importancia de acceder al mercado a través del canal HORECA. En la [Ficha sector. El mercado turístico en Croacia 2025](#), publicada por ICEX, se pueden encontrar más detalles sobre el sector, pero es importante resaltar que el turismo es un pilar clave de la economía croata, y representa el 19,6 % del PIB del país. En 2024, Croacia registró 17 millones de llegadas de turistas internacionales. El 83 % de ellos llegaron entre junio y septiembre, según datos de la consultora de turismo croata Horwath HTL. Este flujo es notable, considerando que el país tiene una población de 3,8 millones de habitantes. De hecho, los destinos turísticos más importantes como Istria, Split-Dalmacia y Primorje-Gorski Kotar cuentan con hoteles de lujo que atraen a turistas de alto poder adquisitivo, los cuales generalmente provienen de Alemania, Italia, Austria y Eslovenia, países vecinos. Todo esto pone en manifiesto la necesidad de abastecer a todos esos turistas, lo que abre una oportunidad para el mercado de queso español.

Por último, se puede observar que el consumidor croata compra principalmente queso en supermercados e hipermercados, seguidos por tiendas de conveniencia y, en menor medida, en tiendas pequeñas como independientes, de tabaco o de descuento:

CUOTA DE MERCADO DE LOS CANALES DE VENTA DE QUESO AL CONSUMIDOR EN CROACIA
(%)

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Supermercados | 44,9 | 45,1 | 44,9 | 45 | 43 | 42,7 |
| Hipermercados | 21,1 | 21,4 | 21,0 | 20,6 | 22,3 | 22,1 |
| Tiendas de conveniencia | 16,2 | 16,2 | 16,4 | 16,4 | 17,9 | 17,9 |
| Tiendas <i>discount</i> | 4,5 | 4,5 | 4,6 | 4,8 | 5,0 | 5,3 |
| Tiendas de alcohol/bebida/tabaco | 3,9 | 4,5 | 4,6 | 4,6 | 4,0 | 4,0 |
| Pequeñas tiendas independientes | 9,0 | 7,4 | 7,6 | 7,7 | 6,8 | 7,0 |
| Venta <i>online</i> | 0,4 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 1,0 |

Fuente: Euromonitor.

Aunque el sector de la venta *online* no es el más importante, es innegable que la pandemia marcó un antes y un después en el comportamiento de consumo. Antes de la COVID-19, las ventas de queso *online* no eran tan frecuentes, pero desde 2019, se han duplicado. Este crecimiento es precisamente lo que hace que, como se mencionó anteriormente, este mercado *online* pueda ser otra oportunidad para los productores españoles, si bien se encuentra todavía en fase muy inicial, ya que únicamente dos cadenas de supermercados (Konsum y Tommy) cuentan con un servicio *online*.

Tras todo lo mencionado, es importante enfatizar que para las empresas españolas es bastante difícil vender directamente a supermercados, tiendas croatas o cadenas hoteleras. Son los distribuidores locales quienes importan y gestionan los productos españoles. Esto hace que la presencia en el mercado dependa casi por completo de la relación con estos intermediarios, tanto para la venta al consumidor final como para el canal HORECA.

E.2. Ferias

- **Adriatic Gastro Show** (Zadar): La mayor feria HORECA de la región, enfocada en gastronomía, turismo y equipamiento hotelero. Se celebra anualmente en febrero y reúne a las principales empresas de estos sectores, convirtiéndose en un punto de encuentro estratégico: [Enlace](#).
- **AgroTerra Istria** (Pazin): Feria internacional centrada en productos agrícolas, equipamiento agroalimentario, maquinaria y sostenibilidad rural, celebrada anualmente en abril [Enlace](#)
- **Sajam Gast** (Zagreb): Feria Internacional de gastronomía, vinos, mobiliario y equipamiento para el turismo celebrada anualmente en febrero: [Enlace](#)

F. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Zagreb** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Croacia**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Croacia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Savska 41, 1er piso
ZAGREB 10000 - Croacia
Teléfono: +00 385 1 6176 901
Correo electrónico: zagreb@comercio.mineco.es
<http://Croacia.oficinascomerciales.es>

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](#)

INFORMACIÓN LEGAL: 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.

AUTORA
Irati Ruiz Mugica

Oficina Económica y Comercial
de España en Zagreb
zagreb@comercio.mineco.es

Fecha: 02/05/2025

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250231

www.icex.es



FICHAS SECTOR CROACIA



ICEX España
Exportación
e Inversiones