

El mercado del vino en Eslovaquia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bratislava

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

30 de julio de 2021
Bratislava

Este estudio ha sido realizado por
Paula Díez García

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

<http://Eslovaquia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-21-009-9



Eslovaquia es un país importador neto de vino debido a que la producción nacional está condicionada por el tamaño de su mercado y resulta insuficiente para satisfacer la demanda interna. Por un lado, según los datos por volumen, las importaciones se mantuvieron estables (-1,5 %), las exportaciones se redujeron casi a la mitad (-47 %), el consumo disminuyó ligeramente (-13 %) y la producción se incrementó (11 %) en 2020. Por otro lado, según el valor en euros, las importaciones aumentaron hasta alcanzar los 73,667 millones mientras las exportaciones disminuyeron hasta los 23,302 millones. Adicionalmente, es importante destacar que debido a la ausencia de controles existe un excedente de más de 49 millones de botellas de vino.

Respecto a la producción nacional, Eslovaquia produce en torno a los 35 millones de litros y más del 90 % de esta cuenta con certificación de origen. El destino principal de las exportaciones eslovacas es República Checa que absorbió en 2020 el 91,5 % de las transacciones. Por su parte, Hungría es el mayor importador, seguido de Italia y Francia. España ocupa el décimo puesto como destino de las exportaciones eslovacas y se posiciona como el séptimo proveedor de vino.

Eslovaquia es un país tradicionalmente consumidor y productor de cerveza. En los últimos años, el consumo de esta se ha estabilizado en torno a los 72 litros per cápita mientras que el vino, muy por debajo, se ha situado en unos 12,5 litros.

El factor determinante en el consumo de vino es, por regla general, el precio. La incidencia de este factor sobre la decisión de compra divide a los consumidores en dos grupos: la mayoría, representada por los consumidores esporádicos con apenas conocimientos sobre el sector y, la minoría, clientes experimentados que conocen los productos y anteponen la calidad. En cuanto a los vinos extranjeros, los italianos y los franceses mantienen los precios más elevados mientras que los húngaros destacan por sus precios bajos. En su conjunto, los tres países representan el 70 % de las importaciones. Cabe mencionar que los vinos españoles mantienen unos precios medios inferiores a los de sus principales competidores.

En el mercado eslovaco, los vinos españoles mantienen un papel secundario pues su oferta es escasa y no se consideran productos de alta calidad pese a sus características. Esto se debe, en parte, a que el producto español no ha alcanzado aun el mismo nivel de reconocimiento y aceptación que sí han logrado sus competidores. A pesar de existir una buena imagen-país, el vino no se asocia como producto característico de origen español. Por ello, y con el fin de mejorar esta situación, es necesario que tanto instituciones públicas como asociaciones del sector realicen inversiones en la promoción de productos vinícolas nacionales para lograr la consolidación adecuada.

En 2020, los comercios de alimentación (89 %) y las tiendas especializadas en productos no alimentarios (9,8 %) absorbieron prácticamente la totalidad de las ventas. La necesidad de reducir costes ante la crisis provocada por la pandemia ha resultado en una mejora de la percepción del canal de venta *online* llegando a triplicarse la cuota del comercio electrónico en los últimos cinco años -desde el 0,4 % en 2016 hasta el 1,2 % en 2020-.



Los vinos comercializados en el canal *On-Trade* mantiene un rango de precios más elevado, por esta razón, el 15 % del volumen de ventas representa el 32 % del valor total. Asimismo, el 85 % del volumen de ventas en el canal *Off-Trade* supone el 68 % del valor total.

La adhesión de la República Eslovaca a la Unión Europea (UE) en 2004 implicó su inclusión en el Mercado Común Europeo. Esto supone que la comercialización de productos procedentes de la UE está exenta de gravámenes. Respecto al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), este es de un 20 % para los vinos. En las operaciones intracomunitarias se aplica el principio de gravamen en destino, y se utilizan las normas de inversión del sujeto pasivo del impuesto.

El mercado del vino se encuentra atomizado con una fuerte competencia en precios que se espera que se mantenga, al menos, durante todo el 2021. Además, y dado que el poder adquisitivo de los consumidores se ha visto mermado a lo largo del último año, el consumidor eslovaco ha reforzado su preferencia por el producto nacional respecto del importado, así como en la elección de productos baratos.

La región de Bratislava es la más atractiva para la exportación. Sus particularidades hacen posible su consideración como un mercado en sí mismo. La capital presenta la mayor concentración de cadenas de supermercados, hoteles de cuatro y cinco estrellas, vinotecas y tiendas gourmet. Es importante destacar que Eslovaquia continúa con el proceso de mejora de sus infraestructuras de transporte con el objetivo de aprovechar su estratégica ubicación geográfica y convertir de esta forma en una ventaja competitiva sus capacidades como centro logístico.

Por último, entre las categorías de vino que presentan mejores perspectivas de crecimiento destacan los vinos rosados por el interés mostrado por los bodegueros como alternativa a la producción más tradicional y por su auge ante la creciente demanda por parte del público femenino. De igual forma, los vinos de calidad mantendrán una tendencia alcista por la creciente especialización de los consumidores y su interés por las propiedades de los vinos afrutados en especial los de grosellas negras, arándanos y manzana. Entre los distintos tipos de vinos, el blanco es el más consumido debido a la alta calidad de la producción nacional y son también valorados positivamente los vinos varietales.

En conclusión, productores de vino, importadores y distribuidores deben adaptarse a los nuevos hábitos de consumo y actualizar las estrategias de *marketing* y comunicación para responder a las nuevas tendencias y oportunidades del mercado.

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

