



ESTUDIOS
DE MERCADO

2018



El mercado de despojos y preparados cárnicos en Grecia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Atenas

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

16 de febrero de 2018
Atenas

Este estudio ha sido realizado por
Leire Beltrán de Heredia Arriaza

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

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



Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Definición de sector	6
3. Oferta – Análisis de competidores	7
3.1. Tamaño del mercado y producción local	10
3.2. Importaciones y exportaciones	12
4. Demanda	15
5. Precios	17
5.1. Precio medio de exportación	17
5.2. Evolución y muestra local	18
5.3. Moneda de referencia y medios de pago más utilizados	18
6. Percepción del producto español	20
7. Canales de distribución	22
8. Acceso al mercado – Barreras	27
8.1 Principales barreras de acceso al mercado	27
8.2 Legislación, homologación y certificación	27
8.3 Financiación e inversión	28
9. Perspectivas y oportunidades del sector	29
10. Información práctica	30
10.1. Ferias	30
10.2. Publicaciones del sector	31
10.3. Asociaciones	31
10.4. Recomendaciones para el exportador	31
10.5. Realidad económica del país	31
10.6. Importancia del país en la región	32
10.7. Cultura empresarial	32

1. Resumen ejecutivo

Grecia es una economía desarrollada en la que la carne es una de las bases de la cocina local. Dentro del grupo de alimentos la carne es la partida más importada con unas importaciones de 1.026 millones de euros hasta noviembre de 2017. Dentro de esta categoría genérica se encuentran los **despojos y preparados cárnicos**. Las importaciones totales del país para esta partida en 2017(hasta noviembre) ascendían a 93,41 millones de euros. Atendiendo a sus partidas específicas, las que más se importan son las preparaciones y conservas de la partida 1602, 1601 preparaciones de embutidos y similares, despojos o sangre, 0206 despojos comestibles de animales excepto de aves y por último, la 0210 carne y despojos salados. Los países de los que Grecia adquiere más productos de esta categoría son Alemania (22 millones de euros) y Países Bajos (21 millones de euros).

La calidad sigue siendo el factor más importante a la hora de comprar carne y sus subproductos, pese a existir una mayor tendencia a la búsqueda de precios más bajos durante los últimos años. La preferencia por la carne de origen nacional es un factor importante a la hora de adquirir estos productos, pero Grecia no produce lo suficiente para satisfacer su demanda interna.

Los precios de este mercado en comparación con otros países europeos sitúan a Grecia en una posición intermedia. El precio de los despojos y preparados cárnicos sufre variaciones en función del origen, del tipo de establecimiento (los supermercados pueden ofrecer precios más competitivos gracias a un elevado poder de negociación), si el producto es fresco o congelado o si está o no envasado. En las muestras locales recogidas se observa la presencia de productos cárnicos españoles, aunque con menos relevancia que la de otros países europeos como Holanda, Francia o Alemania.

En general, en Grecia, la percepción del producto español es bastante positiva, con un total de importaciones desde España de 8,05 millones de euros a noviembre de 2017. Los tipos de despojos y preparados cárnicos más importados son, en este orden, las preparaciones y conservas con 2,3 millones de euros, los despojos comestibles de animales excepto aves con 2,2 millones de euros y las preparaciones de embutidos con 1,6 millones de euros.

Tanto la carne como sus despojos y preparados se distribuyen o bien directamente o bien a través de diversas figuras como los importadores o distribuidores, así como los agentes, que toman un papel muy relevante en su distribución. Las cinco cadenas de supermercados más relevantes poseen más del 60% de la cuota de mercado en su sector. Existen importantes cadenas de



descuento como Lidl. También algunas tiendas *gourmet*, pero sin mucha presencia en el país. Del mismo modo, los productos llegan al cliente final a través del *food service*.

En cuanto a las oportunidades del mercado, las partidas 0208 Otras carnes y despojos y 0209 Tocino sin partes magras y grasa de cerdo importadas desde España han aumentado considerablemente en el periodo analizado tanto en volumen como en valor. En este último año, la partida 0208 ha incrementado en un 136% en volumen y un 23% en valor, alcanzando la cifra de 0,7 millones de euros. Al mismo tiempo, conviene destacar el aumento significativo en volumen de las importaciones españolas de la partida 0210 Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, en la que se incluyen el tocino, los jamones y paletas, pasando de las 741,59 toneladas en 2016 a las 961,80 en el periodo enero-noviembre de 2017.

Por último, cabe destacar que, aunque el sector se encuentre en un estado de madurez donde la producción nacional consigue vender a precios algo superiores, sigue habiendo mucha dependencia del mercado exterior y existen nichos de negocio interesantes que pueden ser abastecidos por la exportación española.



2. Definición de sector

El objeto del presente estudio es el sector de los despojos y preparados cárnicos en Grecia. Se analizan las partidas arancelarias 0206, 0208, 0209, 0210, 1601 y 1602 pertenecientes a los capítulos 02 (carnes y despojos comestibles) y 16 (preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos):

02 Carnes y despojos comestibles.

- 0206 Despojos comestibles de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, frescos, refrigerados o congelados.
- 0208 Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados.
- 0209 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.
- 0210 Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos.

16 Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos.

- 1601 Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos.
- 1602 Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre.

Cabe mencionar que las estadísticas de los despojos comestibles de ave y la carne de ave están agregadas en la misma partida, la 0207. Esta partida ha sido incluida en el [Estudio de Mercado de productos cárnicos](#).

3. Oferta – Análisis de competidores

En primer lugar trataremos el comercio de los principales sectores económicos de Grecia.

Importaciones de Grecia

A continuación se recogen los datos de importación de los grandes grupos analizados en este estudio.

IMPORTACIONES DE GRECIA POR SECTORES ECONÓMICOS					
Sectores económicos (millones de euros)	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
Productos energéticos	17.186,95	16.299,73	11.343,49	9.783,41	10.245,99
Semifacturas	9.926,99	10.217,22	10.293,05	10.661,57	9.790,36
Bienes de equipo	6.396,47	7.536,47	7.698,85	8.481,72	8.279,46
Alimentos	6.040,43	6.051,47	5.971,59	6.294,85	5.528,56
Manufacturas de consumo	3.748,20	4.071,92	4.077,72	4.456,68	3.883,53
Sector automóvil	1.061,26	1.362,82	1.436,74	1.645,8	1.480,45
Bienes de consumo duradero	918,59	1.033,31	994,74	1.059,54	894,39

Fuente: Datacomex.

A modo de introducción conviene mencionar el punto en el que se encuentra el sector dentro de los diferentes grupos de importación en el país. Como se puede observar en la tabla, la alimentación ocupa la cuarta posición en la clasificación de grandes grupos de importación en Grecia.

A continuación, la tabla con el desglose del sector alimentario:

IMPORTACIONES DE GRECIA DENTRO DEL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN

Sectores económicos (millones de euros)	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
Carne	1.177,99	1.169,38	1.120,66	1.155,10	1.026,02
Lácteos y huevos	846,28	847,73	752,69	748,94	727,27
Frutas y legumbres	643,71	665,58	731,80	748,80	677,94
Azúcar, café y cacao	658,42	643,06	644,31	744,13	542,85
Preparados alimenticios	572,02	598,83	570,56	600,55	501,17
Pesca	351,02	378,07	375,12	432,74	413,72
Cereales	375,61	311,08	347,33	380,60	353,29
Tabacos	233,63	243,69	301,50	325,88	257,24
Bebidas	258,27	248,31	254,36	280,73	256,94
Grasas y aceites	286,48	298,21	284,79	261,33	254,73
Semillas y frutos oleaginosos	236,22	219,65	211,09	193,21	176,54

Fuente: Datacomex.

Después de desglosar el sector de la alimentación, se observa que la carne es la principal partida importada del país heleno.

Exportaciones de Grecia

A continuación la tabla con las exportaciones del país por sectores económicos:

EXPORTACIONES DE GRECIA POR SECTORES ECONÓMICOS

Sectores económicos (millones de euros)	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
Productos energéticos	10.890,04	10.348,00	7.598,01	6.896,55	7.292,51
Semifacturas	5.556,66	5.756,99	6.132,43	5.955,19	5.664,26
Alimentos	4.844,32	4.688,17	5.279,54	5.706,27	4.585,06
Bienes de equipo	2.273,23	2.504,26	2.858,96	2.860,34	2.416,99
Manufacturas de consumo	2.114,54	2.028,40	1.990,53	2.150,55	1.879,18



EL MERCADO DE DESPOJOS Y PREPARADOS CÁRNICOS EN GRECIA

Otras mercancías	789,32	839,60	944,86	797,78	696,84
Materias primas	667,80	620,47	611,63	606,33	670,20
Bienes de consumo duradero	227,61	215,14	227,83	259,98	222,92
Sector automóvil	195,22	219,97	246,31	212,71	179,10

Fuente: *Datacomex*.

Como se puede observar en la tabla siguiente, Grecia es un notable exportador de alimentos. La tasa de cobertura en este sector es del 83%. Solo las semifabricas y los productos energéticos superan en exportaciones a la alimentación, aunque con tasas de cobertura menores.

En cuanto a las exportaciones del país en el sector de la alimentación:

EXPORTACIONES DE GRECIA DENTRO DEL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN

Sectores económicos (millones de euros)	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
Frutas y legumbres	1.858,46	1.827,55	1.846,58	1.967,27	1.585,59
Pesca	562,61	555,72	590,83	662,97	563,32
Lácteos y huevos	414,06	483,03	560,53	593,34	550,26
Preparados alimenticios	360,94	386,86	434,55	486,23	448,44
Grasas y aceites	603,99	342,48	743,90	695,77	436,24
Tabacos	392,00	386,44	449,52	524,39	409,55
Cereales	132,19	192,06	130,65	221,51	183,90
Azúcar, café y cacao	114,67	86,13	97,24	114,30	112,14
Bebidas	192,20	198,27	190,54	205,11	108,25
Carne	75,70	85,96	85,26	96,71	77,23
Semillas y frutos oleaginosos	78,97	85,65	95,50	80,88	62,99
Piensos animales	58,54	58,02	54,44	57,51	47,16
Total	4.844,32	4.688,17	5.279,54	5.706,27	4.585,06

Fuente: *Datacomex*.

Sin embargo, el desglose del sector de la alimentación revela que no todo el sector se encuentra en la misma posición. Mientras que Grecia tiene excedentes de fruta, verdura, pesca y aceites,

productos que exporta más de lo que importa, en el caso de la carne la situación es la inversa. Entre enero y noviembre de 2017, Grecia solo exportó carne por valor de 77,23 millones de euros, mientras que importó 1.026 millones, trece veces más.

Este dato deja entrever la escasa producción de carne y productos cárnicos en Grecia, lo que ya se constató en los años anteriores con cifras de exportación e importación similares.

3.1. Tamaño del mercado y producción local

A continuación se presenta el tamaño del mercado total así como su desglose per cápita desde el año 2013:

Volumen total (mil ton.)	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta octubre)
Carne	570,2	558,1	545,6	524,9	506,0

Fuente: Euromonitor.

Kg per cápita	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta octubre)
Carne	52,93	51,79	50,63	48,72	46,99

Fuente: Euromonitor.

Según los datos publicados por Euromonitor, el mercado de la carne en Grecia lleva registrando en los últimos años, dentro de su gran estabilidad, un mínimo descenso del consumo hasta 2016.

En la siguiente tabla se analizan los datos de producción de carne en el país.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CARNE EN GRECIA (MILES DE TONELADAS)

	Producción de carne en 2014	Producción de carne en 2015	Producción de carne en 2016	Variación 2014-2016
Bovino	46,04	41,92	40,17	-12,75%
Porcino	96,24	90,00	93,50	-2,85%
Ovino	67,3	76,83	74,52	-23,33%
Caprino	29,9			
Avícola	190,53	189,63	212,65	+5,08%
Cunicultura	5,00	N.D.	N.D.	-27,6%*

(*) Variación de conejos en 2014 respecto a 2013 (último dato disponible). Fuentes: Elstat, Eurostat.



La producción local de carne se ha reducido claramente en el periodo en todos los casos salvo en la producción avícola, que experimentó un ligero repunte de 2014 a 2016. Dado que el descenso del consumo ha sido relativamente menor que la disminución de la producción local, las importaciones de carne se han mantenido prácticamente estables y, de hecho, en 2016 los datos de las importaciones superaron en un 3,1% a los del 2015.

La característica básica del mercado griego de la carne es la fragmentación, ya que los productores son muchos pero de pequeño tamaño. Sin embargo, en los últimos años ha surgido un número limitado de grandes empresas totalmente integradas verticalmente. Aun así, sigue existiendo gran dependencia de la importación de ciertos tipos de carne, como se verá en el siguiente apartado. Al mismo tiempo la fragmentación del mercado griego de la carne y de los productos cárnicos se puede comprobar, por ejemplo, al ver las cuotas de mercado de las diferentes empresas presentes en Grecia de carne procesada. Se presenta una tabla con las principales cuotas de mercado a continuación:

PRINCIPALES CUOTAS DE MERCADO DE LA CARNE PROCESADA EN GRECIA (2017, EN PORCENTAJE)

Cuota de mercado	2013	2014	2015	2016	2017
Lidl Hellas & Co EE	8,53	8,72	8,76	10,67	10,96
Creta Farm SA	8,03	8,14	8,41	8,13	8,25
Kalloni SA	7,47	7,10	6,81	7,26	7,30
Kallimanis G SA	6,29	6,16	6,14	6,43	6,80
Alfa-Beta Vassilopoulos SA	5,19	5,45	5,72	6,43	6,58
North Aegean Sea Canneries SA	4,50	4,97	5,29	6,14	6,46
Ifantis SA	7,20	6,46	6,62	6,34	6,37
Bolton Hellas SA	4,14	4,69	4,49	4,72	4,93
Nikas SA	4,09	4,49	4,37	4,01	4,01

Fuente: *Euromonitor*.

Por primera vez, en 2016, Lidl alcanzó una cuota de mercado superior al 10%, las demás no superan el 9%, además hay cerca de 200 empresas con una cuota inferior al 0,1%.

3.2. Importaciones y exportaciones

Importación por tipo de subproducto

En la tabla inferior se recoge la evolución de las importaciones de las partidas relacionadas con los despojos y preparados cárnicos.

IMPORTACIONES DE GRECIA DE DESPOJOS Y PREPARADOS CÁRNICOS

En valor, millones de euros.

Producto	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
1602 Preparaciones y conservas distintas a 1601	52,42	60,23	53,14	49,08	44,38
1601 Preparaciones de embutidos y similares, despojos o sangre	27,9	24,48	20,91	21,54	20,80
0206 Despojos comestibles de animales excepto aves	16,49	19,04	18,12	15,96	14,32
0210 Carne y despojos salados, en salmuera, secos o ahumados	13,72	10,76	11,72	12,18	11,58
0208 Otras carnes o despojos frescos, refrigerados o congelados	1,9	1,56	1,65	2,04	1,61
0209 Tocino sin partes magras y grasa de cerdo	0,28	0,29	0,99	0,92	0,73
Total seleccionado	112,71	116,36	106,53	101,72	93,41

Fuente: Datacomex.

Como se puede apreciar, la partida más importada es la 1602 Preparaciones y conservas la cual ocupa el 48% del total de importaciones de despojos y preparaciones cárnicas de Grecia, seguida de la 1601 Preparaciones de embutidos y similares con un 22% y la 0206 Despojos comestibles de animales excepto de aves con un 15%. Estos porcentajes fueron muy similares en 2016.

Importación de despojos y preparaciones cárnicas por países

En este apartado se presenta la importación de despojos y preparaciones cárnicas según el país de procedencia:

IMPORTACIONES POR PAÍS DE ORIGEN

En valor, millones de euros.

País	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
Alemania	34,46	31,73	25,41	24,12	22,43
Países Bajos	18,10	26,93	24,98	22,78	21,88
Italia	21,96	22,08	19,06	19,24	18,12

España	13,60	13,59	11,60	10,80	8,60
Francia	6,38	5,92	6,52	6,96	5,65
Bulgaria	5,42	4,61	4,17	5,41	4,70
Polonia	0,86	1,41	3,44	2,74	2,85
Dinamarca	2,58	3,28	3,37	2,36	2,80
Bélgica	2,06	1,91	1,84	2,03	1,93
Rumanía	1,31	0,62	1,77	0,74	1,21

Fuente: *Datacomex*.

Los diez países que más despojos comestibles y embutidos (partida 1601) exportan a Grecia son todos de la UE. Como se puede observar, Alemania está a la cabeza en cuanto a exportación de productos cárnicos a Grecia. Los Países Bajos superaron a Italia como segundo exportador de despojos y preparaciones cárnicas a Grecia en 2014 y mantienen esta posición desde entonces. España, es el cuarto exportador, aun así, sus exportaciones han ido bajando desde el 2013 y cada vez son cifras más cercanas a las de Francia, quinto país en la lista.

Alemania es el primer exportador de embutidos (partida 1601), con 8 millones de euros en 2015, seguido de Italia con 6 millones. Por su parte España exporta a Grecia despojos comestibles (5,14 millones) y la partida 1601 Preparaciones de embutidos y similares, despojos o sangre (2 millones).

Exportación por tipo de subproducto

En la tabla inferior se recoge la evolución de las exportaciones de las partidas relacionadas con los despojos y las preparaciones cárnicas:

EXPORTACIÓN DE DESPOJOS Y PREPARACIONES CÁRNICAS DE GRECIA

En valor, millones de euros.

Producto	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
1602 Preparaciones y conservas de carne distintas a 1601	9,36	11,29	11,37	15,46	16,35
1601 Preparaciones de embutidos y similares, despojos o sangre	5,50	5,35	4,96	5,13	5,52
0206 Despojos comestibles de animales excepto aves	1,45	1,96	2,50	2,51	2,61
0209 Tocino sin partes magras y grasa de cerdo	1,94	1,85	0,98	1,32	1,01
0210 Carne y despojos salados, en salmuera, secos o ahumados	0,16	0,35	0,40	0,31	0,45
0208 Otras carnes o despojos frescos, refrigerados o congelados	0,04	0,04	0,06	0,22	0,08



Total	18,45	20,84	20,26	24,95	26,00
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: *Datacomex*.

Como se puede observar en la tabla la partida con mayor cifra de exportación es la 1602 Preparaciones y conservas de carne distintas a 1601 con el 63% del total de las exportaciones y un aumento del 74% en el periodo 2013-2017. Dicha partida y la 0206 Despojos comestibles de animales excepto de aves, han disfrutado de una tendencia positiva en el periodo analizado. Sin embargo, las demás partidas se han mantenido estables y no han superado los 6 millones de euros.

icex

4. Demanda

La demanda de carne en Grecia es elevada. El gasto total anual que realizan los consumidores griegos en este producto ha descendido ligeramente en los últimos años como consecuencia de la crisis económica del país, pero la carne sigue siendo, dentro de la alimentación, la categoría con mayor peso en la lista de la compra (un 22,01% del gasto en alimentación en 2016).

GASTO EN CARNE ANUAL

En valor, millones de euros.

Año	2013	2014	2015	2016
Gasto en carne	4.689,1	4.711,6	4.736,4	4.732,0

Fuente: Euromonitor.

La demanda depende de factores como las costumbres, las tradiciones o la estacionalidad. En general, el consumo de carne está fuertemente unido a la cocina griega, pero también a su religión. En Navidad hay más preferencia por la carne porcina, mientras que en Semana Santa la hay por la ovina y caprina.

Al analizar el consumo de carne debe realizarse una separación entre producto **congelado** y producto fresco. El primero se dirige sobre todo a nivel industrial (incluida la elaboración de productos cárnicos precocinados), empresas de catering, hostelería y grandes superficies. El consumo doméstico se enfoca principalmente al producto **fresco**. En este último caso, los elementos determinantes para el consumidor griego son la calidad del producto (origen, apariencia y envase) y precio, aunque no hay que olvidar factores coyunturales como enfermedades o epidemias (gripe aviar, peste porcina o la encefalopatía espongiiforme bovina).

En los últimos años se ha producido un cambio significativo en la comercialización de carne para consumo doméstico. Antiguamente, la venta de este producto se realizaba a través de pequeños establecimientos (el mercado minorista estaba dominado por una multitud de pequeñas tiendas familiares). Con la reciente preponderancia de grandes establecimientos, las carnicerías tradicionales van perdiendo su participación en el mercado y la venta al público se lleva a cabo cada vez más a través de grandes plataformas y supermercados. Aun así, actualmente, el 89% de los griegos muestra preferencia por la compra en establecimientos de confianza (carnicerías

locales, mercados, y pequeños productores), frente al otro 11% que prefiere comprar en superficies de mayor tamaño.

Según Meat News 2017 en su edición de abril, el 15% de los consumidores griegos come carne una vez a la semana, el 40,9% dos veces a la semana, el 33% entre 3-4 veces a la semana y el 6,9% más de 4 veces.

Dentro de los criterios de decisión a la hora de comprar productos cárnicos en el mercado griego, la calidad tiene un mayor peso que el precio aunque, en los últimos años, el factor precio ha cobrado relevancia. Atendiendo a una encuesta realizada por la revista, un 38,3% de personas come menos carne que hace 2-3 años, entre ellos un 44,8% lo hace por salud, un 43,6% lo hace por motivos económicos y el resto tiene otros motivos.

Para Grecia, el gasto medio semanal en productos cárnicos se sitúa en los 24 euros; además, el 68,5% de los consumidores opta por las carnicerías a la hora de comprar este tipo de productos.

Criterio básico de compra	2017
Precio	9,5%
Calidad	63,4%
No sabe/No contesta	27,1%

Fuente: Meat News abril 2017.

Atendiendo a los datos extraídos, en 2017 un 63,4% de los encuestados compran en base a la calidad, prácticamente un 50% más de los que lo hacían en 2015. Resulta interesante también determinar si existen para los griegos diferencias entre la carne nacional respecto de la de importación. En este sentido, casi la mitad de los encuestados admiten no poder diferenciar entre la carne importada y la local. No obstante, una gran cantidad de la población está dispuesta a pagar más por productos nacionales con el objetivo de apoyar a la economía griega.

5. Precios

5.1. Precio medio de exportación

La tabla siguiente refleja los precios medios de los principales países exportadores de despojos y preparaciones cárnicas a Grecia así como el precio medio al que España exporta al mundo.

PRECIO DE IMPORTACIÓN DE DESPOJOS Y PREPARACIONES CÁRNICAS DESDE GRECIA Y DE EXPORTACIÓN ESPAÑOLA AL MUNDO (2017)

Partida arancelaria (precio por kilo)	Mundo	Países Bajos	Francia	Alemania	Italia	España	España al mundo
0206 - Despojos frescos, refrigerados o congelados	1,77	2,52	1,90	1,91	1,50	1,38	1,18
0208 - Otras carnes y despojos comestibles	3,16	5,42	2,37	7,58	3,89	3,94	4,25
0209 - Tocino sin magro y grasa de cerdo o ave	0,76	1,08	0,88	0,89	0,63	1,19	0,88
0210 - Carne y despojos salados, en salmuera	2,88	2,85	2,75	3,20	5,16	1,43	6,13
1601 - Embutidos y similares	3,23	2,41	6,20	3,30	3,90	2,46	5,30
1602 - Preparaciones y conservas de carne	3,15	3,68	3,06	2,77	2,75	3,05	2,99

Fuente: *Estacom, Euroestacom.*

La comparación entre los precios españoles y los precios medios revela que el producto español es competitivo en el país heleno. España es el país más competitivo en precio en diversas partidas: 0206 Despojos frescos, 0210 Carne y despojos salados y 1601 Embutidos y similares. En ciertos casos, existe margen de mejora, como ocurre con el precio de las partidas 0209 Tocino sin magro y grasa de cerdo o ave y 1602 Preparaciones y conservas de carne en las que los precios de importación de España al resto del mundo son más competitivos que al país heleno. A continuación se muestra la tendencia de los precios de importación de Grecia

PRECIO MEDIO DE IMPORTACIONES GRIEGAS

Euros por kilo.

Partida arancelaria	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
0206 - Despojos frescos, refrigerados o congelados	1,87	2,00	2,01	1,77	1,77
0208 - Otras carnes y despojos comestibles	3,00	3,79	3,35	3,17	2,66
0209 - Tocino sin magro y grasa de cerdo o ave	0,72	0,74	0,85	0,76	0,79
0210 - Carne y despojos salados, en salmuera, secos o ahumados	1,41	2,64	3,07	2,88	2,83
1601 - Embutidos y similares, despojos o sangre	3,08	2,80	3,08	3,23	3,18
1602 - Preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre	2,93	3,22	3,26	3,15	2,99

Fuente: *Estacom.*

En el periodo analizado se observan precios estables en la mayoría de partidas. No obstante se observan caídas en la mayoría de partidas en este último año 2017.

5.2. Evolución y muestra local

La carne es un producto alimenticio básico en Grecia y su demanda se caracteriza, en general, por una baja elasticidad en términos de precios. Estos deberán ser competitivos o no podrán rivalizar con los productos locales o extranjeros ya presentes y consolidados en el mercado. Solo en el caso de los productos cárnicos procesados se aprecia un cierto poder de fijación de precios por parte de las marcas más asentadas.

Los cambios en los precios no afectan sustancialmente al consumo total de carne pero pueden determinar el grado de sustitución entre sus diferentes tipos. Por ejemplo, en los últimos años se ha registrado un mayor aumento en la demanda de aquellos productos de menor precio (fundamentalmente productos procesados y congelados), en detrimento de aquellos de valor más elevado (frescos).

5.3. Moneda de referencia y medios de pago más utilizados

La moneda utilizada en las diferentes transacciones es el euro. Es con la que se elaboran los presupuestos.

Desde julio de 2015, con la imposición de medidas de control de capitales, los pagos internacionales se vieron afectados y la capacidad de pago de los importadores griegos se redujo. Sin embargo, tras la flexibilización de estas medidas, las condiciones de los pagos internacionales



han mejorado sustancialmente y se espera que sigan mejorando a medida que la coyuntura macroeconómica del país se estabilice.

Si desea profundizar en los medios de pago en Grecia, bancos locales emisores de letras de crédito aceptadas por bancos españoles u otras cuestiones relativas al control de capitales en Grecia, puede ponerse en contacto con la [Oficina Económica y Comercial de España en Atenas.](#)

icex

6. Percepción del producto español

Las siguientes tablas muestran el nivel de importaciones de productos españoles a Grecia en valor (millones de euros) y en volumen (toneladas).

IMPORTACIONES DE PRODUCTOS ESPAÑOLES A GRECIA

En valor, millones de euros.

Partida arancelaria	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
1602 Preparaciones y conservas distintas a 1601	5,21	3,92	3,27	2,92	2,32
0206 Despojos comestibles de animales excepto aves	4,03	5,12	4,47	3,61	2,20
1601 Preparaciones de embutidos y similares, despojos o sangre	2,84	2,65	2,09	2,31	1,63
0210 Carne y despojos salados, en salmuera, secos o ahumados	1,39	1,77	1,22	1,06	1,00
0208 Otras carnes o despojos frescos, refrigerados o congelados	0,07	0,05	0,40	0,57	0,70
0209 Tocino sin partes magras y grasa de cerdo	0,05	0,08	0,14	0,33	0,20
Total seleccionado	13,59	13,59	11,59	10,8	8,05

Fuente: Datacomex.

IMPORTACIONES DE PRODUCTOS ESPAÑOLES A GRECIA

En volumen, toneladas.

Partida arancelaria	2013	2014	2015	2016	2017 (hasta noviembre)
0206 Despojos de animales excepto aves	2.257,80	2.853,00	2.518,83	2.615,10	1.302,05
0210 Carne y despojos salados, en salmuera, secos o ahumados	1.012,10	1.067,50	817,03	741,59	961,80
1602 Preparaciones y conservas distintas a 1601	1.826,10	1.287,00	1.079,22	954,87	752,04
1601 Preparaciones de embutidos y similares	1.690,70	2.042,90	988,73	932,63	634,72
0208 Otras carnes o despojos	19,40	10,80	98,30	141,91	335,12
0209 Tocino sin partes magras y grasa de cerdo	70,80	75,30	118,64	277,29	179,83
Total seleccionado	6.877,90	7.337,50	5.621,75	5.663,39	4.166,56

Fuente: Datacomex.



En general, los productos españoles tienen una buena aceptación en el país. Los productos más importados desde España son los de la partida 1602 Preparaciones y conservas distintas a 1601 y 0206 Despojos comestibles de animales excepto de aves. Aun así, ambas partidas apenas alcanzan los 3 millones de euros. Cabe destacar el gran incremento de las importaciones de la partida 0208 Otras carnes y despojos, la cual ha conseguido multiplicarse por 16 en volumen y por 10 en valor, comparando las cifras de las importaciones del año 2013 con las alcanzadas en noviembre de 2017. Este último año la cifra de importaciones de esta partida se ha duplicado, pasando de 141,91 toneladas en 2016 a 335,12 toneladas en noviembre de 2017, acercándose más al millón de euros. Por otro lado, también se observa una tendencia positiva en la partida 0209 Tocino sin partes magras y grasa de cerdo, con un aumento del 400% en valor comparando con datos de 2013 y un 154% en volumen.

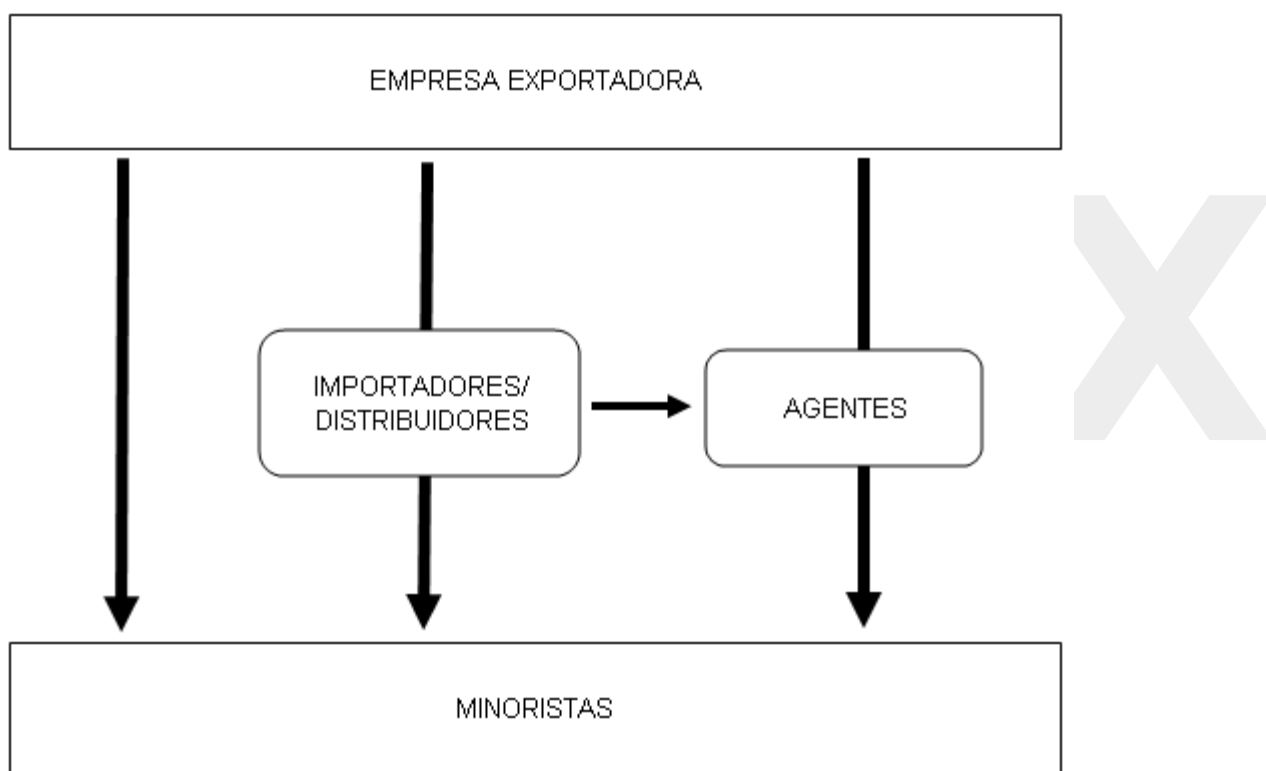
Dentro de los despojos y preparaciones cárnicas requiere mención especial el tratamiento de los productos de carácter **ibérico**. Existen algunas marcas españolas en el mercado que ofrecen surtidos diversos de jamón, lomo y chorizo ibérico presentes en las partidas 0210 y 1602. Estos productos compiten fuertemente con marcas que ofertan prosciutto italiano, mucho más conocido en el mercado griego y con un precio superior.

En cuanto a los **elaborados cárnicos**, la mejor forma de empezar a distribuirlos en el país es, o bien a través del canal *food service*, o bien a través de la gran distribución. Centrándonos en la categoría de ibéricos, aunque hay aceptación de los bienes españoles, se aprecia una falta de “educación” del consumidor griego sobre la calidad de los productos españoles. Son más conocidos los italianos. Probablemente sería interesante realizar campañas para acercar este tipo de productos al cliente final. Sin embargo, en la coyuntura de crisis actual, es complicado introducir productos de alta gama.

Siendo palpable la conveniencia de difusión de los productos agroalimentarios españoles en Grecia, la Oficina Económica y Comercial de España y Atenas ha programado para 2018 una serie de eventos destinados a tal fin, los cuales darán continuidad a las acciones de promoción llevadas a cabo en los últimos años. Destaca la participación en el mes de marzo en la [Feria FOODEXPO 2018](#) de 12 empresas españolas, agrupadas en el Espacio España.

7. Canales de distribución

El esquema general de distribución los despojos y preparaciones cárnicas es el que se muestra a continuación. Destaca la figura del agente comercial



Fuente: *elaboración propia.*

La empresa exportadora o el productor nacional hacen llegar sus productos al cliente minorista a través de diversos canales. Bien de forma directa (habitual si se trabaja con la gran distribución), bien a través de un importador/distribuidor o bien a través del agente. El cliente minorista estará formado por supermercados/hipermercados/tiendas descuento, tiendas gourmet, carnicerías tradicionales, *food service* o industria (donde la carne recibida se emplea como materia prima para producir otros bienes).

Como ya se ha mencionado, la población griega adquiere despojos de animales y demás preparaciones cárnicas sin procesar fundamentalmente en carnicerías tradicionales y no tanto en



supermercados, aunque esta diferencia se va reduciendo poco a poco. La compra de estos productos envasados es también menos habitual que en España. Sin embargo, los procesados (embutidos, salchichas...) se venden mayoritariamente en supermercados, que tuvieron una cuota de mercado en 2015 del 68% en este tipo de productos frente al 13% de las pequeñas carnicerías.

En el caso de los despojos y preparados cárnicos congelados, el mayor porcentaje de producto se mueve a través de agentes. Para los despojos y preparados frescos, los canales de distribución más importantes son los agentes comerciales (algunos con sede en el mercado central) que suministran a los minoristas y los importadores/mayoristas que importan el producto directamente, lo distribuyen a minoristas y, al mismo tiempo, lo comercializan a través de sus propios establecimientos. Como se comentó en el apartado cuatro, los supermercados continuarán siendo los mejores canales en los próximos años con una creciente cuota de mercado a costa de la de los pequeños minoristas de comestibles.

HIPERMERCADOS/SUPERMERCADOS/TIENDAS DESCUENTO/TIENDAS GOURMET

La estructura de los **supermercados** en Grecia presenta algunas particularidades frente a la existente en España y otros países europeos. En el mercado griego, los **hipermercados** tienen menor importancia. Carrefour ostentaba el 100% de la cuota de mercado, pero tras ser adquirida por la cadena Marinopoulos supermercados y esta última entrar en suspensión de pagos a finales de 2016, los establecimientos fueron adquiridos por Sklavenitis. Por ello, todos los supermercados Carrefour-Marinopoulos a partir de marzo de 2017 pasaron a ser parte del grupo Sklavenitis

Abundan los supermercados de menor tamaño distribuidos de manera extensiva en las ciudades y pueblos para ubicarse lo más cerca posible del hogar del consumidor. Estos establecimientos pertenecen a cadenas cuyos puntos de venta se encuentran repartidos por todo el país y que gozan de gran popularidad entre la población. Entre ellos destacan Sklavenitis y AB Vasilopoulos. Otro formato es el de los establecimientos de descuento, entre los que lidera claramente Lidl.

PEQUEÑOS MINORISTAS DE COMESTIBLES

Grecia es un país en el que este tipo de establecimientos tienen gran importancia, pero en los últimos años han cedido puestos a favor de las grandes cadenas de supermercado, las cuales ofrecen más gama de productos y a precios más competitivos.

MERCADOS ELECTRÓNICOS

También conviene destacar la aparición en los últimos años de un nuevo canal de ventas, el canal online, que está ganando terreno progresivamente en Grecia, convergiendo con los estándares de Europa occidental.

El nivel de facturación del comercio electrónico heleno ascendió a los 1.593,8 millones de euros en 2016, un 124,95% superior a lo registrado en el año 2012. El índice de Economía y Sociedad Digital 2017 (DESI) publicado por la Comisión Europea sitúa a Grecia en el puesto 26º entre los 28 países de la UE en relación al desarrollo de la economía digital en la sociedad. Además, según la última encuesta anual de ELTRUN, el Centro de Investigación de E-Business de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Atenas (AUER), el comercio electrónico B2C tuvo un aumento del 5% en el periodo 2015-2016, sin presentar grandes cambios en las categorías populares presentadas en la tabla a continuación. Esto se atribuye principalmente a la mayor sensibilidad del consumidor griego a los precios por la situación económica que está atravesando el país. El e-commerce permite comparar entre una amplia gama de productos en poco tiempo y además recoge ofertas y productos que no se encuentran en tiendas físicas. Así, el porcentaje total de griegos que compra de forma online alcanza el 23% en 2016, frente al 17% registrado en 2013.

Las tiendas electrónicas más populares son Amazon, eBay, e-shop, Plaisio, Public y Skrutz. En cuanto a las principales categorías de compras e-commerce, la siguiente tabla muestra el volumen de ventas online de cada una de ellas.

VENTAS ONLINE POR CATEGORÍAS

En valor, millones de euros.

Categoría	2013	2014	2015	2016	2016/2012%
Ropa y calzado	269,5	307,8	331,8	356	50,08
Aparatos electrónicos	175,8	207,2	219,2	204,2	21,69
Muebles y accesorios hogar	99,2	128,1	153,8	190,3	154,75
Cuidado del hogar y jardín	49,7	84,3	114,7	162	309,09
Productos multimedia	73,7	97,6	123,3	158,1	145,88
Joyería y bisutería	25,7	36,5	50,2	65,5	381,62
Juegos y juguetes	14,7	21,7	30	37,5	298,94
Videojuegos	14,2	17,7	20,1	22,8	94,87
Electrodomésticos	15,5	19,4	20,7	21,1	47,55
Cuidado personal y cosméticos	17,6	18,9	19,6	20,4	26,71
Salud	9,9	13,2	16,8	20,2	137,65
Comida y bebida	2,2	4,1	5,7	7,3	421,43
Cuidado mascotas	0,4	0,6	0,7	0,8	166,67
Otros	163,3	237,9	255,6	327,6	559,15
Total	931,3	1.194,9	1.362,2	1.593,8	124,95

Fuente: Euromonitor.



Como se observa, la alimentación y la bebida ocupan la decimosegunda posición entre las categorías más significativas, con un total de 7,3 millones de euros vendidos en el año 2016, lo que supone en torno a 5 veces más de lo registrado en el año 2012.

Por su parte, las previsiones para los próximos años son positivas, teniendo en cuenta la mayor sensibilidad ante el precio del consumidor griego. Se espera que el comercio electrónico a medio plazo crezca incluso más rápido, a medida que se desvanecen los efectos de la recesión económica.

Dentro de los supermercados online de mayor popularidad para la adquisición de productos alimentarios destaca e-Fresh (<https://www.e-fresh.gr/>). E-Fresh comenzó a vender en junio de 2016 y cuenta con un catálogo de 10.000 productos de unos 300 proveedores. Actualmente solo realiza entregas a la región de Ática. El pedido mínimo son 25 euros y, a partir de 55 euros, los gastos de envío son gratuitos.

La cadena de supermercados AB Vasilopoulos, posiblemente la más modernizada de Grecia, también ofrece la posibilidad de realizar compras online desde su web, www.ab.gr. El sistema permite acumular puntos al igual que en los supermercados físicos y el pedido se abona al transportista cuando lo entrega en casa. También dispone de aplicación para móvil en griego y en inglés para hacer la compra a distancia. Entre sus funciones destacan:

- El escaneo de códigos de barras en casa para añadir un producto al carro virtual.
- Notificaciones de ofertas especiales para usuarios de la aplicación.
- Seguimiento de los pedidos realizados.

Recientemente, el supermercado de descuento MyMarket ha adquirido una participación minoritaria de www.welovesupermarket.gr con el objetivo de expandir su actividad a la distribución en línea.

Los demás supermercados griegos no ofrecen la compra por Internet. Lidl dispone de páginas web que informan del catálogo de productos y de las ofertas, mientras que Sklavenitis está construyendo su web actualmente.

Conviene destacar además, el papel de la web www.hamlovers.gr, una tienda gourmet online que ofrece jamones españoles y otros productos gourmet como vinos y delicatessen a todo el mundo. Sus proveedores están repartidos por toda España, muchos con marcas de reconocimiento mundial. Cabe resaltar al mismo tiempo que disponen de página web en griego lo cual facilita el acercamiento a los consumidores helenos.

Por su parte, la consultoría de comercio electrónico Convert Group espera que las ventas electrónicas de alimentación alcancen los 383 millones en 2020, de los cuales unos 100 millones corresponderían a productos cárnicos.



Para conocer más detalles sobre la situación de los mercados electrónicos en Grecia, puede consultar el [Informe e-País Grecia 2017](#).

FOOD SERVICE

En los últimos años, este canal, que engloba al HORECA además de entidades como instituciones públicas (hospitales o colegios), se está aprovisionando más a través de *cash & carry*.

INDUSTRIA

La industria helena es uno de los canales más importadores de producto español. La carne obtenida se emplea como materia prima para elaborar otros productos finales, como platos preparados.

Es importante tener en cuenta las **características** necesarias a la hora de elegir un buen distribuidor. Principalmente son:

- Solvencia
- Reputación
- Cobertura territorial



En cuanto a las **infraestructuras de transporte**, que harán posible el transporte del producto hasta el país, conviene destacar la existencia de 76 puertos en Grecia, siendo los más importantes los de Pireo, Salónica, Patras, Volos, Iraklio, Igoumenitsa y Elefsina. En cuanto a los aeropuertos, debe mencionarse la existencia de 15 aeropuertos internacionales a lo largo de todo el país.

Si desea ampliar información sobre la distribución y logística en Grecia puede consultar, tanto el [estudio de mercado de distribución y los supermercados en Grecia](#), como el [estudio de mercado de la logística en Grecia](#) realizado por la Oficina Económica y Comercial de España en Atenas.

8. Acceso al mercado – Barreras

8.1 Principales barreras de acceso al mercado

La introducción de mercancías originarias de otros países comunitarios o comunitarizadas (mercancía con estatuto aduanero de mercancía comunitaria), está exenta del pago de aranceles. Sin embargo, las mercancías procedentes de terceros países, quedan sometidas a los derechos del Arancel Comunitario.

En la última reforma de los tipos del IVA, cuya entrada en vigor comenzó el pasado 1 de junio de 2016, se establecieron tres tramos diferentes. El tipo reducido del 6%, aplicado a medicamentos, libros y teatro. El tipo intermedio del 13%, aplicado a alimentos frescos, hoteles, factura de la luz y agua. Por último, el tipo superior del 24% para el resto, donde se incluyen los despojos y las preparaciones cárnicas.

8.2 Legislación, homologación y certificación

Código nacional para productos alimenticios y bebidas: compendio de legislaciones del sector alimentario, disponible (en griego) en: http://www.gcsf.gr/index.asp?a_id=354

Laboratorios Nacionales de Referencia de la GCSL [Reg. (CE) n° 882/2004]:

- Laboratorios de Referencia de la UE: el Reglamento sobre controles oficiales establecido para garantizar la verificación del cumplimiento de la legislación sobre piensos y alimentos, salud y bienestar de los animales, prevé la designación de laboratorios de Referencia de la Unión Europea, cuyo objetivo es garantizar una elevada calidad y uniformidad en los resultados analíticos.
- Laboratorios Nacionales de Referencia: colaboran con el laboratorio de Referencia coordinando las actividades de los laboratorios oficiales, organizando ensayos, etc.

Para la homologación de productos alimentarios y bebidas, existe el **Laboratorio General Químico del Estado** (www.gcsf.gr).

A nivel general, los productos que cumplen las previsiones del Código Alimenticio no necesitan obtener una autorización para ser importados en Grecia, con la excepción de las semillas, carne, productos avícolas, frutos secos y productos lácteos. La importación de productos cárnicos y avícolas (y sus derivados), así como los productos lácteos procedentes de terceros países, han de proceder de plantas autorizadas por la UE.



El nuevo Decreto Sanitario publicado en el BOE 2718, ejemplar B (8/10/2012) referido a los establecimientos de interés sanitario recoge numerosos e importantes cambios en cuanto a los requisitos necesarios para el funcionamiento de los establecimientos en comparación con la normativa anterior. Esta nueva situación puede ayudar a las futuras generaciones de carniceros o a los existentes, que hasta la fecha no podían añadir nuevas actividades en sus establecimientos.

8.3 Financiación e inversión

En cuanto a los instrumentos que provee España para el apoyo financiero a la internacionalización, destacan diversas líneas públicas de financiación, siendo de gran utilidad para el exportador español las de ICEX, COFIDES, CERSA/SGR, ICO, CESCE y ENISA, además de la ofrecida por el FIEM (Fondo para la Internacionalización de la Empresa). Para más información sobre las diferentes opciones de financiación, visite nuestra página web.

Además, Grecia ofrece diferentes incentivos financieros a la inversión (desgravaciones fiscales, subvenciones o créditos blandos) contemplados en la legislación. En los últimos años, el país ha promulgado diferentes leyes con el objetivo de fomentar las inversiones directas al país. La más reciente, la Ley 4399/2016 de junio de 2016 "Creación de un marco institucional para el establecimiento de esquemas de inversión privados para el desarrollo regional y económico del país", aplicable en el periodo 2016-2020 y que sustituye a la Ley 4146/2013 de abril de 2013, tiene como objetivo garantizar un desarrollo equilibrado respecto a los recursos naturales y las áreas más desfavorecidas del país, el aumento del empleo, mejora de la cooperación y aumento del tamaño medio de las empresas, lograr avance tecnológico de calidad, incrementar la competitividad a través de sectores de alto valor añadido, transformar la creación de valor en la cadena productiva hacia productos más complejos, atraer inversión extranjera directa y asegurar el posicionamiento del país en el mercado internacional del trabajo.

Para obtener una mayor información puede consultarse la Guía de incentivos a la implantación en Grecia, publicado en la página web de la [Oficina Económica y Comercial de España en Atenas](#).

9. Perspectivas y oportunidades del sector

El gasto de los consumidores griegos en carne se ha reducido en los últimos años, al pasar de 501 euros en 2010 a 419,7 euros en 2015. Durante el 2017 el consumo de carne se contrajo en un 2% en valor, un desempeño mejor que en el periodo analizado 2013-2016, en el cual la disminución anual se situaba en torno al 4%. Pese a estos datos, se espera una relativa mejora del sector en los próximos años en términos de volumen. Así pues, cabe esperar que el consumidor griego opte más por producto congelado y por cocinar en casa mientras perdure el elevado desempleo y los bajos ingresos disponibles

Dentro de los productos de marca, se espera que las acciones de marketing en los próximos años sigan trabajando conceptos como la innovación, la frescura, la salud y la calidad del producto, con un enfoque de productos más asequibles, ofertas especiales y descuentos. En este sentido, las empresas Creta Farms y Kallimanis G son ejemplos de cárnicas que intentan transmitir estos valores en sus campañas publicitarias y diseño de envases.

Por su parte, hay un nicho que puede resultar de gran interés para el exportador español, los despojos de los corderos para la elaboración de la sopa típica de Semana Santa. Existe una alta estacionalidad en la demanda de la carne y demás productos cárnicos en esas fechas. Asimismo, aunque la producción nacional es abundante, existe importación y es probable que el productor español pueda ser más competitivo que el griego si decide entrar en el mercado.

Por otro lado, puede ser interesante actuar a través de la marca del distribuidor, cada vez más relevante. En un periodo de crisis como el actual, los consumidores griegos optan por obtener productos con precios más asequibles, en detrimento de la fidelidad a la marca. Además, se espera que las tiendas de descuento ganen participación en el mercado heleno. Así pues, la nueva realidad del mercado local puede suponer una buena oportunidad para que el producto español gane cuota de mercado.

10. Información práctica

10.1. Ferias

- EXPOTROF 2018: feria sobre el sector de la alimentación y la bebida
 - Localización: Olympic Fencing Hall in Hellinikon (Atenas)
 - Última edición: 26-29 de enero de 2018
 - Página web: www.trofima-pota.gr
- HORECA Expo: feria sobre el sector de hoteles, restauración y catering.
 - Localización: Metropolitan Expo Exhibition Centre (Atenas)
 - Próxima edición: 9-12 de febrero de 2018.
 - Página web: www.horecaexpo.gr
 - [Informe de feria Horeca 2017](#)
- FOOD EXPO 2018: feria sobre el sector de la alimentación y la bebida
 - Localización: Metropolitan Expo Exhibition Centre (Atenas)
 - Próxima edición: 10-12 de marzo de 2018
 - Página web: www.foodexpo.gr
 - [Informe de feria FOOD EXPO 2017](#)
- DETROP boutique 2018: feria delicatessen
 - Localización: Helexpo
 - Próxima edición: 24-26 de febrero de 2018
 - Página web: detrop.helexpo.gr
- Meat Days 2018: feria sobre el sector cárnico.
 - Localización: Metropolitan Expo Exhibition Centre (Atenas)
 - Próxima edición: 10-12 de noviembre de 2018
 - Página web: www.meatdays.gr

10.2. Publicaciones del sector

- Meat Place: www.meatplace.gr
- Meat Trade News: www.meattradenewsdaily.co.uk
- Meat News: www.meatnews.gr

10.3. Asociaciones

- Federación de asociaciones de productores de cerdo: www.pigfarmer.gr
- Organización nacional de profesionales de la carne: www.edokhellas.com
- Asociación griega de Ganado
- Asociación de industrias griegas de procesamiento de carne
- Sindicato de carne de Atenas
- Sindicato de carne y ganadería de Macedonia- Tracia- Tesalia
- Asociación para la protección y el desarrollo de la carne en el norte de Grecia
- Unión de representantes comerciales de carne

10.4. Recomendaciones para el exportador

Es conveniente que la empresa esté preparada para aportar soluciones de transporte en grupaje ya que la mayoría de las empresas griegas no está en condiciones de importar cargas completas. Ello podría representar un obstáculo significativo en la importación de productos cárnicos españoles. Debido a esta circunstancia, podría ser recomendable considerar la opción de un colaborador local que, actuando como agente o representante, pueda consolidar pedidos y coordinar su transporte.

10.5. Realidad económica del país

Grecia continúa sufriendo los efectos de la depresión económica en la que se sumió hace 9 años, que conllevó las tasas de desempleo más altas de Europa, un escenario deflacionista y un importante desequilibrio de la balanza de pagos. A pesar de ello, algunos de estos desequilibrios



se han ido reduciendo debido a las medidas estructurales desarrolladas en el marco de los dos Programas de Ajuste implementados en el país. En julio de 2015 se firmó el tercer Programa de Ayuda Financiera a Grecia, el cual, tras finalizar las revisiones en curso, se espera finalice en agosto de 2018. En el marco de las negociaciones con los acreedores internacionales, las previsiones de las diferentes autoridades económicas y financieras auguran crecimiento de la economía griega para el año 2017. El FMI y la OCDE prevén que la economía crezca un 2,2% y un 1,1%, respectivamente, en 2017. De cara a 2018, la OCDE prevé crecimientos del 2,5% y, el FMI, del 2,7%.

10.6. Importancia del país en la región

Grecia es el tercer país de su área geográfica en términos de población, con un PIB total cercano al 30% del turco y muy similar al rumano. Destaca claramente en PIB per cápita, 1,9 veces superior al país que le sigue, Turquía. Grecia se encuentra en medio de una serie de países que han salido recientemente del comunismo y junto a Turquía, la cual avanza rápidamente hacia la zona de países de desarrollo europeo. Por ello, se ha convertido en un importante inversor en toda su zona de influencia. Esa diferencia de desarrollo con su área próxima también ha impulsado un movimiento de deslocalización de empresas griegas hacia esos países.

10.7. Cultura empresarial

- El idioma extranjero más utilizado es el inglés, aunque en sociedades de cierta significación no es extraño encontrar personas que hablen francés o alemán.
- Para una primera toma de contacto, en general, el griego preferirá el contacto telefónico al escrito (carta o correo electrónico).
- Es muy aconsejable la ayuda de representantes o agentes locales, ya que este es un mercado bastante cerrado en el que la competencia puede ser limitada.
- El cliente griego es especialmente sensible al buen servicio y a la consistencia en la calidad a lo largo del tiempo.
- Es importante elegir con detenimiento el medio de transporte de las mercancías.

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

