

Situación y las Oportunidades en Polonia, Chequia y Eslovaquia

Michał Chabasiewicz
Director Oficina ACCIÓ Varsovia

15 de Junio 2021



ACCIÓ
Catalonia
Trade & Investment



Generalitat de Catalunya
Gobierno de Cataluña

Impulsando hoy la **empresa** del mañana
accio.gencat.cat

Polonia, Chequia y Eslovaquia - Introducción



POLONIA

Capital: Varsovia

Población:

38,6 millones

Idioma: Polaco



CHEQUIA

Capital: Praga

Población:

10,65 millones

Idioma: Checo

ESLOVAQUIA

Capital: Bratislava

Población:

5,45 millones

Idioma: Eslovaco

- Oficina en Varsovia
 - **Mercados que cubrimos: Polonia, Chequia y Eslovaquia**
 - Más de 25 años de experiencia
 - **Promoción de las exportaciones, productos y servicios de Catalunya**
-
- Ayudamos a iniciar o incrementar ventas
 - Buscamos socios comerciales
 - Preparamos agendas de entrevistas
 - Acompañamos a las reuniones con empresas
 - Seguimiento después de las entrevistas
 - Ayuda en las negociaciones
 - Presentación de la documentación y soporte en los trámites burocráticos
 - Informes del mercado
 - Otras formas de apoyo para la empresa catalana en su actividad

ACCIÓ Varsovia

Michał Chabasiewicz

Director

mchabasiewicz@catalonia.com

Magdalena Walerysiak-Castillo

Project Manager

mwalerysiak@catalonia.com

ACCIÓ Barcelona

Barbara Canavese

European Offices Coordinator

bcanavese@gencat.cat

Impacto de COVID

1. Viajes: posibles en los 3 casos pero como la situación es dinámica, recomendamos seguir los comunicados actuales p.e en la página: <http://www.exteriores.gob.es>
2. Impacto en el comportamiento de las empresas:
 - Cancelación o limitación de ferias. Eventos online. Reactivación de contactos prevista para el otoño.
 - Reuniones online. Limitación seria de reuniones presenciales.
 - Limitaciones en el funcionamiento de los comercios en 2020/21 y la situación actual
 - Cambio de pedidos - enfoque en los productos de más ventas. Prioridad: Venta de stocks actuales. Se posponen decisiones.
 - Cambios en la selección de socios: Enfoque en el tiempo de entrega y en la seguridad de la logística. Selección cautelosa de nuevos proveedores.
3. Impacto en el comportamiento de los consumidores:
 - Reducción de gastos
 - Más compras online
 - Más entregas al domicilio y mejora del sistema de devoluciones y entregas (popularidad de sistema de recepción de mercancía llamada *paczkomaty* en Polonia y otras soluciones)

Perfil del cliente

- “Consumidor dual”: Por un lado, el cliente busca productos típicos por precios reducidos para cubrir su demanda de alimentación. Por otro, compra p.e. productos gourmet para probar cosas nuevas.
- Consumidores exigentes, tienen grandes expectativas sobre la calidad del producto, pero al mismo tiempo esperan el precio más bajo posible. Productos de mediana calidad con precio bajo se venden mucho mejor que los productos de muy alta calidad, pero con precio alto.
- Después de la pandemia, el cliente está todavía más acostumbrado a las ventas online.
(sistema de pagos fácil y cómodo, sistema de devolución y entrega rápida)
- Frecuentemente comprueba el producto en la tienda física para luego buscar este productos online y comprar a un precio más bajo

Canales de distribución e Productos Delicatessen en Polonia, Chequia y Eslovaquia

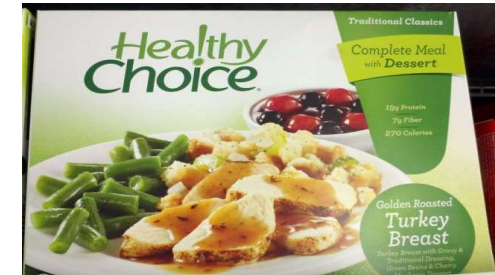
- Popularidad de **centros comerciales**:
- Las redes más importantes son:
 - POLONIA: Biedronka, Eurocash, Lidl, Lewiatan, Auchan, Kaufland, Carrefour, Żabka, Makro y Dino.
 - CHEQUIA: Billa, Albert, Tesco, Kaufland, Globus, Lidl, Penny Market, Norma, Makro, Coop,
 - ESLOVAQUIA: Tesco, Kaufland, Lidl, Billa, CBA, Coop Jednota, Delia, Fresh, Kraj, Lidl, Moj Obchod (Metro Cash & Carry)
- Popularidad creciente de **ventas online**
- **Importancia de tiendas presenciales en algunos sectores**

Formas de colaboración con partners locales en los 3 mercados

- Venta al Cliente final
- La figura del agente comercial multicartera es muy poco habitual.
- Colaboración con el **Importador**:
 - idioma: inglés es el segundo idioma más hablado (en función del sector o de la zona del país puede variar)
 - muy selectivo a la hora de escoger producto. Necesidad de información detallada sobre la oferta.
 - muy enfocado en el precio (negociaciones largas)
 - espera colaboración en la promoción del producto (folletos, muestras)
 - rol del importador en la explicación del producto al cliente (explicación del producto o en algunos casos de la cultura y costumbres mediterráneos)
- Colaboración directa con las redes de **tiendas de gran superficie**:
 - Requerimientos altos en cuanto al precio y tiempo de entrega
 - Frecuente rotación de personas responsables
 - Participación en los costes de promoción
 - Recomendable una persona para cuidar la exposición adecuada de los productos
 - Promoción durante Semanas o Jornadas Temáticas

Alimentación

- Comida gourmet
- Comida ecológica y sin gluten
- Comida y snacks sanos
- Dulces innovadores
- Yogures y postres novedosos
- Alimentos funcionales
- Comida para las personas que sufren de intolerancias y alergias
- Comida para las personas que sufren de celiaquía y diabetes
- Comida vegana y vegetariana
- Comida congelada/preparada saludable



Próximas tendencias

- **Se buscarán:**
- **Sustitutos de harina en la producción de alimentación** – procesos impulsados por los consumidores que está buscando comida sin gluten
- **Fuentes alternativas de proteínas y fibras:** se está probando almendras, nueces, coco, harina de coliflor o plátanos o juncia avellanada (planta de chufas)
- **Sustitutos de carne alternativas a soja** (p.e. judías mungo, semillas de cannabis, calabaza, aguacate, semillas de sandía o algas)
- **Alternativas a mantequilla de cacahuete que no contengan aceite de palma** (p.e. mantequillas y cremas para untar al pan de semillas de sandía, calabaza, macadamia)
- **Nuevos tipos de endulzantes:** jarabes y jugos de frutas y otros endulzantes parecidas a néctar de agave o estevia,
- **Mezclas de carnes y verduras hasta ahora no conocidas en Polonia**

Vino

- El crecimiento constante del consumo (11,3% al año) pero no llega a los volúmenes de otros países con más tradición de consumo vinícola (4,5 litros/año)
- Producción local muy escasa. La demanda se cubre con importaciones.
- **España ocupa IV lugar en las importaciones**
- Segmento con mucho futuro pero de un **crecimiento más lento** por el nivel del poder adquisitivo.
- Los polacos optan sobre todo por los vinos monovariantales: **primitivo, tempranillo, monastrell, syrah, malbec.**
- Vinos secos constituyen el **52% del sector.**
- Factor importante es el **precio**
- Vinos secos constituyen el **52% del sector.**
- Tipos de vinos en demanda.



Smart City

- **Más de 60% de los 38.6 mil millones de habitantes polacos viven en las ciudades.**
- En Polonia hay **923** ciudades, entre cuales 87 tienen más de 50 mil habitantes y 39 más de 100 mil.
- Proyectos *Smart City* realizan tanto las ciudades más grandes (Varsovia, Wrocław, Cracovia, Gdańsk, Katowice), como las medianas y pequeñas
2 ciudades polacas (Varsovia y Wroclaw) entraron a TOP 100 del informe IESE Cities
- Las soluciones más populares y ya implementadas en muchas ciudades son:
 - regulación inteligente del alumbrado
 - sistemas de control del uso de la electricidad y del tráfico
 - cámaras de seguridad de alta tecnología
 - sistemas de pago en los medios de transporte público.

En general son proyectos que corresponden a las necesidades más urgentes de los habitantes.

Smart City

- **Fondos UE después del 2020:**

- Polonia ha sido el mayor receptor de los fondos UE:
- a)(2007-2013 68 MM €EUR) y (2014-2020) 82,5MM €
- Fondos 2021-2027: Poland podrá recibir más de 157.65 MM € del presupuesto de la UE

- **Working smart city projects:**

- La mayoría de los proyectos de Smart City Projects se realizan por concursos públicos. El concurso está anunciado por una entidad pública que les invita a los proveedores a presentar ofertas.
- Identificación de oportunidades en <https://bzp.uzp.gov.pl/> o mediante newsletters



Smart City en Polonia, Chequia y Eslovaquia – Retos

- Problemas pospandémicos
- Contaminación del aire
- Reciclaje y gestión de residuos
- Transporte: *Connectivity gaps*

Sector químico

- La industria química es la 2a industria más grande de Polònia después de la de alimentación.
- Representa casi un 12 % de la producción industrial del país. Polonia tiene un dèficit comercial de productos químicos y busca corregir esta situación facilitando la entrada a inversores o empresas que quieran producir en el país.

Energía

- **Energía convencional:** oportunidades relacionadas con los centrales de ciclo combinado, gas y energía nuclear.
- El Ministerio de Energía de Polonia presentó el 11.2018 el borrador del documento Política Energética de Polonia 2040, que prevé una reducción de las emisiones de CO2 del 30% en 2030 (respecto al nivel de 1990), con una participación del carbón en el mix energético de un 60% y de las renovables en un 21%.
- **Energías renovables:** Se contempla la potenciación de la energía solar y la eólica offshore (desde 2026)
- Se contempla la construcción de la primera central nuclear, que empezaría a producir energía en 2033.
- Se apostará por las soluciones de la eficiencia energética

Proyectos infraestructurales

- **Sector ferroviario:**
- PKP Intercity perteneciente al administrador de infraestructuras ferroviarias PKP-PLK y encargado de transporte de pasajeros de larga distancia invertirá en:
 - nuevo material rodante
 - compra de 185 nuevos trenes y modernización de 700 (algunas de las velocidades de 200 km/h)
 - modernización y construcción de casi 200 estaciones de trenes.
- **Sector marítimo:** Ampliación de puertos: Szczecin, Gdansk
- **Carreteras:** construcción de 3.300 nuevos km de carreteras nacionales (252 kilómetros en autopistas, 2,641 kilómetros de autovías y 369 kilómetros de circunvalaciones). El objetivo es integrar la red de carreteras de Polonia dentro de la red europea, así como también aumentar la competitividad del país.
- Construcción del Puerto Central de Comunicaciones 'Solidaridad' (CPK) todavía en fase de proyecto, en la localidad de Baranów, a 40 km de Varsovia

Salud y equipamiento médico

- Se nota demanda por soluciones telemédicas para mejorar la calidad de tele consultas y seguimiento de enfermos (Biosensores y *trackers*)
- Crece interés por wearables y por una creciente duración de vida (80 años aprox. en 2030) hay demanda por las soluciones médicas para el segmento de *silver economy*.
- Se necesitan soluciones contra las enfermedades cardiovasculares y diabetes, y las que permitan detección temprana del cáncer.
- Son interesantes las ofertas de la Impresión 3D que permitan personalización de prótesis.
- Se buscan soluciones de la Inteligencia artificial que se puedan usar en prevención y tratamiento.
- Interesa el uso de la Realidad Virtual p.e.: en el tratamiento de enfermedades mentales, educación o cirugía.

Packaging y sustitutos del plástico

- Destacan varias tendencias nuevas en el packaging:
 - protección de mercancías enviadas,
 - estética de paquetes,
 - envases ecológicos,
 - optimización de costos y de espacio en almacenes.
- La tendencia de un estilo de vida ecológico y de cero desechos es cada vez más fuerte.
- Recientemente ganan popularidad de envases de reciclaje o de materiales biológicos.
- Creciente popularidad de platos desechables y cubiertos ecológicos – también comestibles



Biotecnología

- **MEDICINA** (colaboración con multinacionales y polacas, checas o eslovacas)
- **COMIDA FUNCIONAL**
- **MERCADO DE PRUEBAS CLÍNICAS** (población grande, muy buena reputación de la calidad de pruebas clínicas, reclutación de personas para los tests relativamente fácil y los procedimientos que cumplen con los estándares internacionales)
- **EQUIPAMIENTO DE LABORATORIOS**

Moltes gràcies!
Dziękuję!
!Muchas gracias!
Thank You!

**Servicio de Orientación
Empresarial**

934 767 206

info.accio@gencat.cat



@accio_cat

Alt Penedès, Garraf i Maresme

Tel. 934 767 251

altpenedesgarrafmaresme.accio@gencat.cat

Catalunya Central

Tel. 936 930 209

manresa.accio@gencat.cat

Lleida

Tel. 973 243 355

lleida.accio@gencat.cat

Terres de l'Ebre

Tel. 977 495 400

terresebre.accio@gencat.cat

Alt Pirineu i Aran

Tel. 973 355 552

altpirineuaran.accio@gencat.cat

Girona

Tel. 872 975 991

girona.accio@gencat.cat

Tarragona

Tel. 977 251 717

tarragona.accio@gencat.cat

ACCIÓ en el mundo

Accra / Amsterdam / Austin / Berlín / Bogotá / Bombai / Brussel·les / Buenos Aires / Casablanca / Ciutat de Mèxic / Copenhaguen / Dubai / Hong Kong / Istanbul / Johannesburg / Lima / Londres / Miami / Milà / Montreal / Moscou / Nairobi / Nova Delhi / Nova York / Panamà / París / Pequín / Santiago de Xile / Sao Paulo / Seül / Silicon Valley / Singapur / Sydney / Stuttgart / Tel Aviv / Tòquio / Varsòvia / Washington DC / Xangai / Zagreb

