

PERFIL DE MERCADO FRAMBUESAS CONGELADAS - FINLANDIA

ProChile Estocolmo, Junio 2008

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0811.2020

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Frambuesas congeladas

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

0811203100 naturales

0811201100 con un contenido de azúcares superior al 13 % en peso

0811201900 los demás

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

08112031

ARANCEL GENERAL: 14,4 %

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 5,4 %

0811201900

ARANCEL GENERAL: 20,80 %

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 7,8 %

Reglamento de base No. 0979/02 publicado el 30/12/2002 en el Diario Oficial L352 página 0001

0811201100

ARANCEL GENERAL: 20,80 % + 8,40 EUR / 100 KG

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 17,3 % + 8,40 EUR / KG

Modificación No. 0979/06 publicado el 22/11/2006 en el Diario Oficial 322 página 0005

OTROS IMPUESTOS

Moms (IVA) productos alimenticios: 17%

Control de importación al azar: 420.- EUR / envío o factura comercial

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Normativa de comercialización

- Las importaciones de productos destinados al consumo humano deben responder a los criterios fijados por la Comisión Europea. Para las frambuesas congeladas, deben cumplir con el Reglamento de Base 0979/02 publicado en el Diario Oficial de la CE No. L352 página 0001 del 30/12/2002.
- Además las importaciones a Finlandia deben cumplir con los requisitos del país fijados por Elintarviketurvallisuusvirasto, controlador finlandés, en cuanto a control y marcación del producto. Consultar en la página web www.evira.fi.

- Los productos serán sometidos a control agrícola en las estaciones de control en la frontera de ingreso a la Unión Europea. En Finlandia, a cargo de Ministerio de Agricultura – Mattalousministerio -, especialmente en lo relacionado al contenido de pesticidas.

ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIONES DE FINLANDIA

Fuente: Eurostat External Trade Database <http://europa.eu/comm/eurostat/>.

Código: 08112031

Año 2007

País de Expedición	Cantidad (100 KG)	Monto (EUR)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Serbia (EU data de 01/06/05 ex CS)	10 593	1 732 625	34,76
Polonia	9 738	1 743 106	31,95
Bélgica (y Luxemburgo> 1998)	2 677	513 560	8,78
Eslovaquia	2 590	446 895	8,50
Holanda	1 332	277 553	4,37
Suecia	1 332	192 098	4,37
Otros	2 214	576 975	7,26
Total Importado	30 476	5 482 812	100

Año 2006

País de Expedición	Cantidad (100 KG)	Monto (EUR)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Serbia (EU data de 01/06/05 ex CS)	8 269	987 274	33,66
Polonia	5 661	722 729	23,05
Hungría	4 370	858 858	17,79
Suecia	2 374	260 942	9,66
Bélgica (y Luxemburgo> 1998)	1 582	212 019	6,44
Holanda	1 102	210 885	4,49
Otros	1 206	185 517	4,91
Total Importado	24 564	3 438 224	100

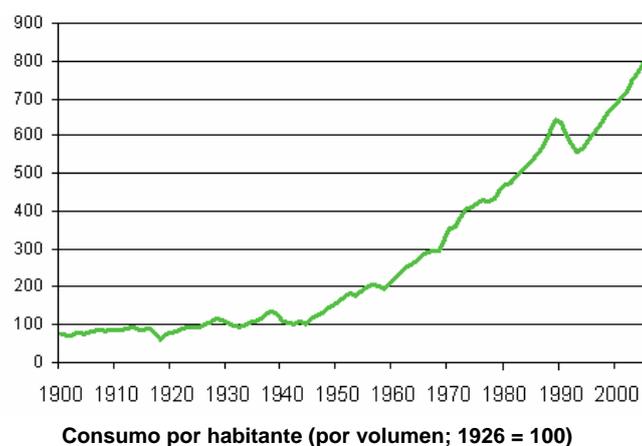
Año 2005

País de Expedición	Cantidad (100 KG)	Monto (EUR)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Hungría	4 384	873 831	27,80
Serbia (EU data de 01/06/05 ex CS)	2 640	320 229	16,74
Serbia y Montenegro (EU data de 01/01/04 a 31/05/05)	2 528	360 674	16,03
Bélgica (y Luxemburgo> 1998)	2 159	331 646	13,69
Suecia	1 618	182 727	10,26
Chile	795	125 020	5,04
Otros	1 648	260 199	10,45
Total Importado	15 772	2 454 326	100

HABITOS DE CONSUMO Y TENDENCIAS DEL MERCADO

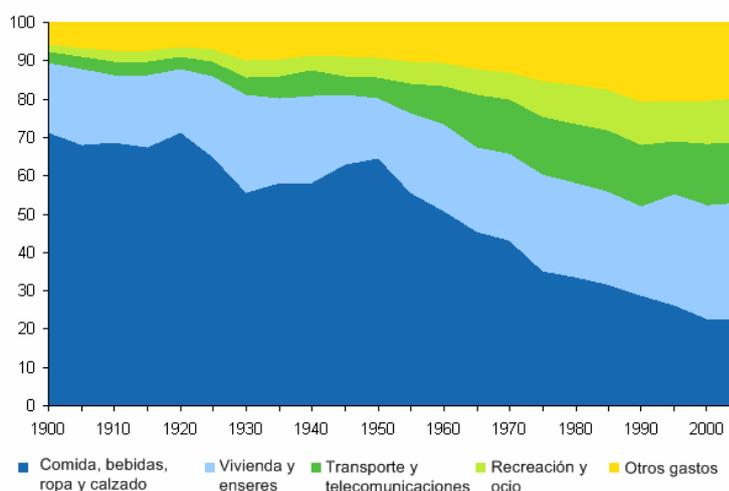
Hábitos generales de consumo en Finlandia, 1900 hasta el presente

Hasta el siglo XIX y durante las primeras décadas del siglo XX, Finlandia tuvo una sociedad preeminentemente agrícola, en que los alimentos, la ropa y los enseres domésticos eran generalmente hechos en casa. Una paulatina tendencia al aumento del consumo a principios del siglo XX fue interrumpida dos veces, por la Primera Guerra Mundial y luego la Gran Depresión. Esta última tuvo un profundo impacto sobre la economía finlandesa, gracias a la caída de los precios del trigo. En los años siguientes se vivió un proceso de rápida recuperación económica acelerado, que vio crecer al consumo por persona en casi un 45%. Posteriormente, la Segunda Guerra Mundial trajo una nueva contracción del consumo, acompañado del racionamiento de la mayoría de los alimentos.



En las décadas siguientes, el crecimiento tuvo un sostenido aumento, hasta la década de los 90, en que Finlandia se vió envuelta en una nueva depresión. El desempleo llegó a 16,3% en 1993; en ese año, el gasto en consumo bajó en un 14% en relación a 1989. No fue hasta 1998 que se recuperaron los niveles de consumo de los años 80. Desde la recuperación económica y la integración a la Unión Europea, los niveles de consumo en Finlandia se han recuperado fuertemente. Actualmente, la economía finlandesa muestra altos niveles de ingreso per cápita, llegando a US\$46.602 (nominales), lo que la ubica en la novena posición en el mundo.

Este aumento económico ha significado que la población finlandesa puede gastar menores porcentajes de sus ingresos en las necesidades básicas – particularmente comida y vivienda – y más en otros gastos, como transporte y recreación, como muestra el siguiente cuadro:



Composición del gasto privado por hogares en Finlandia, 1900-2005
Fuente: Statistics Finland : http://www.tilastokeskus.fi/tup/suomi90/heinakuu_en.html

Consumo de berries en Finlandia

Los berries son los frutos silvestres más comunes en Finlandia. Se estima que la cosecha anual de berries silvestres supera los 50 millones de kilos al año, unos 10 kilos por persona. De las 50 especies de berries silvestres, unas 20 son comestibles. Hay frambuesas y arándanos azules y rojos en casi todo el territorio habitado de Finlandia y es común que los finlandeses las recojan directamente de los bosques. Es común que las frambueas recogidas en verano sean congeladas para ser consumidas en sopas y guisos durante el invierno.

Las frambueas crecen principalmente entre los 60° y 64° de latitud norte, aunque hay granjas hasta en el Círculo Polar Ártico. Hay aproximadamente 100 há. de frambueas plantadas en Finlandia. La cosecha está altamente automatizada. Los rendimientos anuales varían significativamente de un año al otro.

Frambueas orgánicas

La producción de fruta orgánica en Finlandia tuvo un especial auge durante la década de 1990, ayudada por aportes estatales para la conversión de predios. La siguiente tabla muestra la evolución de las hectáreas plantadas durante los 90 en los distintos berries y frutas:

	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Berries y frutas, area total	0	256	299	415	501	567	662	707
Frutillas	0	143	151	208	232	256	279	267
Grosella	0	73	113	143	197	210	274	297
Frambueas	0	9	13	17	20	25	27	30
Manzanas	0	7	8	13	18	22	27	29
Otras berries y frutas	0	22	14	34	34	54	55	84

En años recientes, la tendencia ha sido una reducción del número de productores y área cultivada con productos orgánicos en Finlandia. El total de hectáreas completa o

parcialmente convertidas a producción orgánica en 2005 era 147.587, una reducción de 9% respecto a 2004. Al mismo tiempo, el número de importadores de productos orgánicos subió a 21, un incremento de 50% desde el año 2004.

POTENCIAL DEL PRODUCTO

La gran cantidad de frambuesas que crecen en forma silvestre en Finlandia limita su potencial durante los meses de verano, particularmente para el mercado retail. Sin embargo, el mercado de alimentos procesados y pastelerías tiene demanda de frambuesas congeladas durante todo el año, y las fluctuaciones de la producción interna finlandesa muchas veces genera demanda insatisfecha que puede ser ocupada por exportaciones chilenas.

Hasta el momento, la principal fuente de frambueas congeladas al mercado finlandés es Eruopa Oriental, particularmente Serbia y Polonia. Sin embargo, la preocupación por la presencia de pesticidas y/o virus en algunos embarques de la zona podría abrir una ventana de oportunidad a los exportadores chilenos. Siguiendo el ejemplo del mercado sueco, algunos importadores – particularmente supermercados – valoran la seguridad sanitaria de las frambueas congeladas y están dispuestos a pagar por ella.

PRECIOS DE REFERENCIA

El valor observado de frambueas congeladas en supermercados es el siguiente:

Precios consumidor final – Finlandia – junio 2007		
Lugar de compra (nombre del supermercado)	Envase/ Tamaño	Precio en EUR
HEINO	200 grms.	0.90
	1 kilo	3.88
	2,5 kilos	9.71
PRISMA	200 grms.	1.20

FACTORES QUE PUEDEN AFECTAR EL PRECIO Y CONSUMO DE FRAMBUESAS CONGELADAS

Consideraciones sanitarias

El 6 de abril de 1998, el Centro Ambiental de Helsinki fue informado de un grupo de casos de gastroenteritis entre los trabajadores de una gran empresa en Helsinki, la mayoría de los cuales había almorzado en el casino de la empresa. La cocina central de la empresa entregaba entre 1.200 y 1.300 raciones diarias de almuerzo a 50 locales de la empresa dentro del área de Helsinki. Seis de los empleados de la cocina también se habían enfermado.

El estudio epidemiológico descartó la mayoría de los alimentos sospechosos salvo uno: una salsa hecha con frambuesas congeladas. Se diagnosticó gastroenteritis por calcivirus. Las frambuesas congeladas provenían, de acuerdo a la organización Eurosurveillance, de diversos países de Europa oriental, aunque no se pudo determinar con certeza el lote de proveniencia. La contaminación pudo provenir del agua de riego, ya que se ha detectado calcivirus en varios ríos europeos; alternatively, se pudo usar agua contaminada para limpiar la fruta antes del congelado¹.

Otra fuente de preocupación es el alto nivel de pesticidas aplicado a las frambuesas cosechadas en Finlandia. En 2005, la autoridad local encontró altos niveles de endosulfano en frambuesas que habían estado en una bodega desinfectada con ese agente. También se había usado dimetoato sobre algunas partidas de frambuesas, siguiendo directrices antiguas².

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCION UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En forma creciente, la venta en establecimientos de retail al consumidor final de frambuesas congeladas se realiza bajo la marca propia de los distintos supermercados, en muchos casos sin indicar el origen de los productos. No se observan campañas promocionales por país de origen.

CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION

Importación

Las importaciones de frambuesas congeladas a Finlandia están dominadas por exportadores de Europa oriental, particularmente Serbia. Desde su ingreso a la UE, Polonia ha aumentado su participación en el mercado.

Distribución

La importación de frambuesas congeladas a Finlandia se destina principalmente a tres usos: alimentos procesados (mermeladas, jugos, etc); pastelería y venta retail.

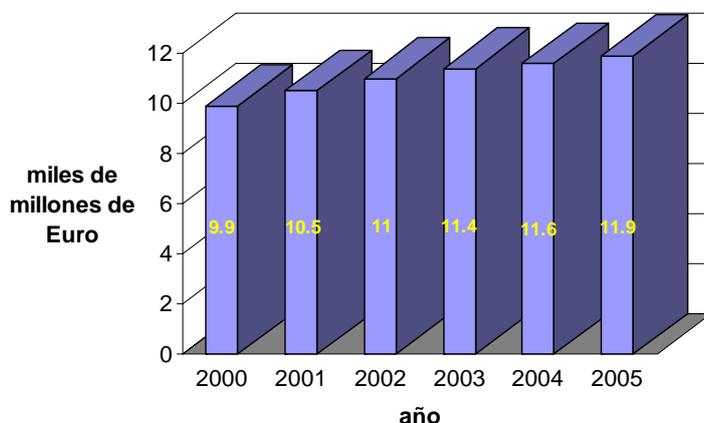
La gran mayoría de las frambuesas congeladas son vendidas al público en Finlandia a través de las grandes cadenas de supermercados.

Desde la entrada de Finlandia a la Unión Europea en 1995, el sector minorista ha logrado fortalecer su presencia en el mercado. Un factor que ha contribuido a esta tendencia es la

¹ Fuente: <http://www.eurosurveillance.org/em/v04n06/0406-222.asp>

² Fuente: <http://www.foodproductiondaily.com/news/ng.asp?id=64257-finland-pesticides-contamination>

competencia entre los productos importados a Finlandia – casi inexistentes ante de 1995 – y la producción local. Las ventas del sector retail en Finlandia en los últimos años ha sido la siguiente:

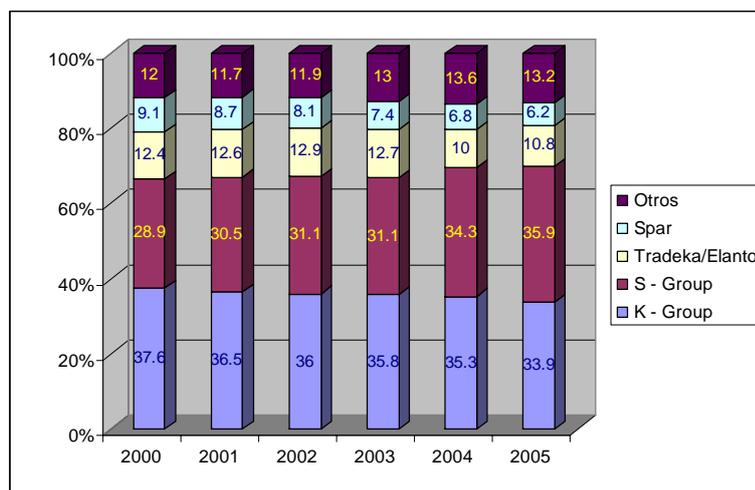


Hay cuatro tendencias en el sector minorista finlandés que afectan a las oportunidades de mercado para los productos importados: (a) concentración; (b) creación de cadenas; (c) tiendas de descuento; y (d) marcas propias.

La concentración se ha manifestado en un rápido descenso de locales de venta y un fuerte aumento de la participación en el mercado de las principales cadenas. Desde 1995, la participación de los hipermercados ha subido desde un 15 a un 23%; los grandes supermercados han subido desde un 20 a un 32%. En 2004, había un total de 4.200 locales de venta, con la mitad las ventas concentrada en las 396 tiendas de mayor tamaño. Las principales cadenas de supermercados en Finlandia son:

- K-Kauppa (K Group), incluye los supermercados Cassa, K Extra, K Pikcolo, K Market, K Supermarket y K Citymarket, parte de Kesko Oyj
- S-Group - Prisma, S-Market, Alepa, Sale
- Tradeka - Siwa, Valintatalo, Euromarket
- SPAR
- Lidl
- Wihuri - Ruokavarasto, Sesto, Tarmo
- Tokmanni - Tokmanni, Maxi-Makasiini, Säästötalo Robin Hood, Tarjoustalo, Vapaa Valinta

La participación en el mercado de las cadenas de supermercado ha sido la siguiente:



Las principales importadoras y distribuidoras de comida se han convertido en cadenas, con el efecto de concentrar sus compras. Hoy en día el 80% de los comestibles se compra a través de los grandes proveedores y se distribuye por cadenas nacionales; sólo el 20% se compra en forma local.

Cadenas de descuento como Lidl, aún cuando todavía son actores menores, han ido conquistando de a poco posiciones. En 2003, Lidl tenía un 1,8% del mercado; en 2004 esta cifra subió a 2,3% y en 2005 a 3,7%.

Las marcas propias de los supermercados han crecido en los últimos años en Finlandia, reflejando la tendencia en toda Europa. En 2004, estas marcas tenían un 10% del mercado local, y crecieron en un 16% durante el mismo año.

CARACTERISTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Las frambuesas congeladas se venden preferentemente en bolsas de entre 200 y 500 gramos. En forma creciente, las bolsas llevan la marca propia del supermercado que las distribuye.



SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA EL DESARROLLAR EL MERCADO PARA EL PRODUCTO CHILENO

Las frambuesas congeladas chilenas ya tienen una importante participación en el mercado y esta podría aumentar.

Se sugiere las siguientes actividades:

- Fomentar los contactos con los compradores finlandeses en base a ofertas concretas de productos, particularmente cuando el precio de venta sea igual o inferior a los competidores en países de Europa Oriental;
- Extender a Finlandia los eventos de Sabores de Chile y otros similares vinculados a las frambuesas o productos orgánicos que se realicen en Europa;
- Difundir las condiciones de salubridad de las frambuesas chilenas, a través de contactos con importadores/mayoristas, periodistas especializados y grupos de consumidores;

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

FERIAS Y EVENTOS LOCALES CON RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

GASTRO – Feria comercial para, restaurantes, hoteles y catering

Fecha: Preliminar cada dos años (la próxima en Marzo 2010)

Lugar: Helsinki Fair Centre, Helsinki

Expositores 2008: 210 expositores

Visitantes 2008: 13.600 visitantes

Superficie total: 8.500 m²

Fono: +358 9 150 91

Fax: ++358 9 142 358

Web: www.finnexpo.fi

Persona de contacto: Sra. Ritva Becker

E-mail: ritva.becker@finnexpo.fi

Wine, Food and Good Living, feria de gastronomía y vino dirigida al consumidor final

Lugar: Helsinki Fair Centre, Helsinki

Fecha: Se celebra cada año, (23-10-2008 – 26-10-2008)

Expositores 2007: 87 expositores

Visitantes 2007: 58.239 visitantes

Superficie 2007: 1.341 m²

Fono: +358 9 150 91

Fax: +358 9 142 358

Web: www.finnexpo.fi / www.viiniexpo.fi

Persona de contacto: Ms Sari Viljanen

E-mail: sari.viljanen@viinilehti.fi

ELMA, Helsinki Food and Agriculture Show

Fecha: Preliminar cada dos años ((07-11-2008 – 09-11-2008)

Lugar: Helsinki Fair Centre, Helsinki

Expositores 2007: 527 expositores

Visitantes 2007: 37.029 visitantes

Superficie total: 5 120 m²

Fono: +358 9 150 91

Fax: ++358 9 142 358

Web: www.finnexpo.fi / <http://www.finnexpo.fi/elma/>

Persona de contacto: Ms Kirsi Tolvanen

E-mail: kirsi.tolvanen@finnexpo.fi

FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET

<http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>

Sitio oficial de la CE. informa sobre la legislación de la Comisión Europea.

http://europa.eu.int/comm/agriculture/index_es.htm

Sitio oficial. Informa sobre la política agraria y agrícola comunitaria. Contiene: legislación agrícola, reglamentos de la CE, publicaciones, estadísticas.

<http://www.taric.es>

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=ES

Taric página web. Informa sobre códigos internacionales de productos, disposiciones arancelarias, disposiciones legales.

www.stati.fi

Central de Estadísticas de Finlandia. Entrega estadísticas entre otras, de importaciones y exportaciones finlandesas por productos, cantidad y montos en Euro.

<http://europa.eu/comm/eurostat/>

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,45323734&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=welcomeref&open=/&product=EU_external_trade&depth=4

Eurostat External Trade Database. Entrega estadísticas entre otras, de importaciones y exportaciones finlandesas por productos, cantidad y montos en Euro

www.tulli.fi

Página web Servicio de Aduana Finlandesa. Informa sobre códigos Internacionales de productos, disposiciones arancelarias, disposiciones legales y otros pagos al momento de la importación en Suecia.

www.etl.fi

Asociación de fabricantes de alimentos.

www.evira.fi

Página web que informa sobre las disposiciones y controles para la importación de productos alimenticios a Finlandia.

www.mmm.fi / <http://www.mmm.fi/en/index/frontpage.html>

Página web del Ministerio de Agricultura, que realiza controles sanitarios agrícolas en frontera

