

PERFIL DE MERCADO ACEITE DE OLIVA Y ACEITE DE PALTA - SUECIA

ProChile Estocolmo Suecia, abril 2008

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

1509.1000

1515.9090

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Aceite de Oliva, Aceite de Palta (los demás)

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

1509 10 90 – Aceite de oliva, virgen

1515 90 99 99 – Los demás, aceite vegetal, refinado

1515 90 59 90 – Los demás, aceite vegetal, en bruto

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

1509 10 90

ARANCEL GENERAL: 124,50 EUR / 100 kg

Restricciones

Puesta en libre circulación (vigilancia previa) (erga omnes)

Modificación No. 2204/99 publicado el 28/10/1999 en el Diario Oficial L278 página 0001

1515 90 99 99

ARANCEL GENERAL: 9,60 %

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0 %

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

1515 90 59 90

ARANCEL GENERAL: 6,40 %

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0 %

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

OTROS IMPUESTOS

Moms (IVA) productos alimenticios: 12%

Ver página web <http://taric.tullverket.se>

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 el aceite de oliva, deben cumplir con modificación No. 2204/99 publicado el 28/10/1999 en el Diario Oficial L278 página 0001 y para el aceite de palta 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 Suecia deben cumplir con los requisitos del país fijados por Livsmedelsverket, organismo controlador sueco, en cuanto a control y marcación del producto. Consultar en la página web www.slv.se (Svenska Livsmedelsverket).
- Los productos serán sometidos a control agrícola en las estaciones de control en la frontera de ingreso a la Unión Europea. En Suecia, a cargo de Jordbruksverket, especialmente en lo relacionado al contenido de pesticidas y puede hacerse incluso en los lugares de venta al consumidor.

ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIONES (CIF) DE SUECIA

Fuente: Statistika Centralbyrån, (Oficina Central de Estadísticas de Suecia) www.scb.se
El monto es en coronas suecas (SEK) convertidas a US\$. El cambio de moneda es correspondiente al tipo de cambio medio del año respectivo. Consultar www.oanda.com

Código: 1509

Año 2007: Tipo de cambio medio: 6,76 SEK Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Italia	5083	25 319 000	69,70
España	889	3 913 000	12,19
Grecia	669	3 644 000	9,17
Bélgica	281	1 142 000	3,85
Holanda	144	814 000	1,97
Chile	18	0	0,25
Otros	209	1 385 000	2,87
Total Importado	7 293	36 217 000	100

Año 2006: Tipo de cambio medio: 7,38 SEK Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Italia	3 018	18 034 000	54,27
Holanda	971	5 110 000	17,46
Grecia	659	3 450 000	11,85
España	625	3 162 000	11,24
Bélgica	162	840 000	2,91
Otros	126	794 000	2,27
Total Importado	5 561	31 390 000	100

Año 2005: Tipo de cambio medio: 6,89 SEK Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Italia	3 458	18 050 000	61,06
Holanda	838	3 471 000	14,80
Grecia	611	2 520 000	10,79
España	535	2 214 000	9,45
Bélgica	78	282 000	1,38
Chile	0	2 000	0,00
Otros	143	830 000	2,53
Total Importado	5 663	27 370 000	100

Código: 1515 90 99

Año 2007: Tipo de cambio medio: 6,76 SEK Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Dinamarca	1 961	2 122 000	84,64
Bélgica	269	341 000	11,61
India	46	89 000	1,99
Nueva Zelanda	2	24 000	0,09
Otros	39	227 000	1,68
Total Importado	2 317	2 804 000	100

Año 2006: Tipo de cambio medio: 7,38 SEK Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Dinamarca	2 475	6 861 000	87,36
Bélgica	228	256 000	8,05
India	65	115 000	2,29
Nueva Zelanda	3	33 000	0,11
Otros	62	275 000	2,19
Total Importado	2 833	7 539 000	100

Año 2005: Tipo de cambio medio: 6,89 SEK Por US\$1

País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Dinamarca	1 778	5 284 000	85,98
Bélgica	144	173 000	6,96
India	105	214 000	5,08
Nueva Zelanda	2	16 000	0,10
Otros	39	160 000	1,89
Total Importado	2 068	5 848 000	100

HÁBITOS DE CONSUMO Y TENDENCIAS DEL MERCADO

Importación

Italia es conocido como la fuente más tradicional de importación de aceite de oliva a Suecia, tanto por haber sido el primero en el mercado, como por la nutrida presencia de marcas italianas en los supermercados de este país. Entre los restantes grandes importadores destacan Grecia y España – productores tradicionales.

Los productores europeos tradicionales han defendido las barreras arancelarias al aceite de oliva que impone la Unión Europea. En una sesión del Consejo de Agricultura y Pesca de la Unión Europea de fecha 22 de mayo de 2006, Suecia presentó una solicitud relativa a los aranceles aplicados al aceite de oliva, que fue apoyada por el Reino Unido, Repúblicas Checa y Eslovaca, Polonia y Lituania. Suecia hizo notar el alto nivel de precio y bajas existencias de aceite de oliva en la UE. Dado que los precios habían superado en un 40% el umbral exigido para que se puedan tomar medidas que garanticen niveles de oferta adecuados en la UE, la delegación sueca solicitó a la Comisión tomar medidas en el asunto, rebajando los niveles arancelarios o estableciendo una cuota autónoma de importaciones, cuando los precios estuvieran por sobre el umbral por más de tres meses.

Las delegaciones de España, Portugal, Grecia, Chipre, Francia, Italia y Malta estuvieron por rechazar la solicitud, notando que los pronósticos positivos sobre la siguiente cosecha ya habían resultado en una baja del precio (-23% en España). Estas delegaciones indicaron

que preferían que las distorsiones en los precios se resolvieran por mecanismos de mercado y no por regulación. También notaron que hay limitaciones derivadas del hecho que la UE produce el 80% del aceite de oliva en el mundo. La Comisionada Fischer Boel indicó que el Comité de Administración del aceite de oliva y aceites de mesa había discutido el asunto y no había recomendado medidas específicas¹.

Consumo

El consumo alimenticio sueco está constituido en un 90% por alimentos procesados, lo que constituye un porcentaje alto en comparación con otros países. A ello contribuyen la falta de condiciones climáticas para producir alimentos frescos en el país, con el consiguiente impacto en los precios de esos alimentos.

La siguiente tabla muestra el consumo per cápita de distintos tipos de alimentos en Suecia, desde 2000 a 2004:

Grupo de productos	Consumo per cápita					Variación 00-04
	2000	2001	2002	2003	2004	
Frutas y verduras:	217	217	218	219	227	10
- Fruta fresca	60	55	56	55	57	-3
- Vegetales frescos	48	49	26	47	53	5
- Papas frescas	45	44	42	43	46	1
- Congelados, procesados y secos	64	69	72	74	71	7
Lácteos y huevos	175	176	177	176	176	1
Cereales y pastelería	98	97	103	104	104	6
Carnes y derivados	72	72	80	79	81	9
Agua mineral/bebidas	91	100	101	100	97	6
Bebidas alcohólicas	76	77	79	79	74	-2
Pescados y mariscos	17*	-	-	-	-	-
Grasas y aceites comestibles	16	16	13	13	13	- 3
Café, te, cacao	10	10	10	10	10	0
Otros (chocolates, azúcar, helados, miel, salsas y otros)	50	50	52	53	52	2

Fuente: Swedish Chambers, Market Brief: Food Products, enero de 2007

* No hay datos desde 1999

La categoría "grasas y aceites comestibles" incluye al aceite de oliva y palta y muestra una leve tendencia a la baja en el periodo estudiado.

De acuerdo a los importadores y distribuidores entrevistados, el mercado de aceite de oliva no ha mostrado un dinamismo importante en los últimos años. Las ventas se han estancado y no han logrado salir de la categoría de productos de lujo, en envases relativamente pequeños. El aceite de oliva no es de uso frecuente en la cocina sueca y su uso parece

¹

http://66.102.9.104/search?q=cache:Vx8dFk8_y1gJ:www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/agricult/89691.pdf+sweden+%22olive+oil%22+may+2006+tariff+proposal+European&hl=en&ct=clnk&cd=2&client=firefox-a#16

limitarse a la preparación de ensaladas. El aceite de palta, por su parte, es casi desconocido, aún cuando puede encontrarse en supermercados y tiendas orientados a productos gourmet o de lujo.

Consideraciones de salud

La sociedad sueca ha reaccionado de distintas formas frente a los posibles efectos del aceite de oliva en la salud: por una parte, ha manifestado su preocupación por algunos de los componentes del aceite y, por otra, ha reconocido sus efectos benéficos sobre algunas enfermedades.

En el año 2001, la Autoridad Nacional de Alimentos de Suecia (Livsmedelsverket) condujo pruebas sobre algunos aceites usados al cocinar, incluyendo el aceite de oliva virgen. Algunos de estos mostraron índices de Hidrocarbonetos aromáticos policíclicos (PAH, por sus siglas en inglés), marginalmente sobre los niveles máximos permitidos. Cuatro aceites de cocina fueron retirados del mercado². Aún cuando diversos estudios han mostrado que el nivel de PAH en el aceite de oliva es relativamente bajo³, cualquier nuevo caso de este tipo podría producir alarma en los consumidores suecos.

En contrapartida, un estudio científico realizado en Suecia en 2002 concluyó que “el consumo durante toda la vida de pescado, aceite de oliva y vegetales cocidos puede tener un efecto protector en contra del desarrollo o la severidad de la artritis reumática”⁴.

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Los importadores y distribuidores consultados se mostraron pesimistas sobre las perspectivas de estos productos a corto y mediano plazo, ya que no se ha producido un cambio de hábitos en los consumidores suecos, que no están acostumbrados a los productos de la llamada “dieta mediterránea”. Aún cuando los jóvenes se han abierto a nuevos sabores . por ejemplo la palta, alimento casi desconocido hace veinte años aún persisten muchas tendencias alimentarias tradicionales, incluyendo un consumo relativamente alto de carnes y productos lácteos. La corta temporada veraniega y el alto precio de las verduras también puede tender a disminuir el uso de estos aceites como aderezo de ensaladas.

Sin embargo, a medida que se vaya adquiriendo mayor conciencia de la necesidad de una dieta sana, los aceites de oliva y de palta pueden jugar un papel importante en el mercado.

PRESENTACIÓN Y PRECIOS DE RETAIL

En los supermercados se puede encontrar una amplia gama aceites y vinagres. Dentro de los aceites de oliva existen distintas marcas, variedades y tamaños.

² Fuente: http://www.konsumentssamverkan.se/english/becel_pah.htm

³ Ver, por ejemplo: <http://quiro.uab.es/tox/WPUB/PAHacte.pdf>, página 48.

⁴ Fuente: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/picrender.fcgi?artid=1754463&blobtype=pdf>



Como producto novedoso se importan aceites de oliva con ajo, albahaca y limón. Su tamaño de presentación más frecuente es de 250 cc. El producto se puede apreciar en la foto de abajo.



En las góndolas no se distingue un acento sobre el país de origen. Sin embargo algunos aceites italianos destacan su origen, lo que es menos perceptible en los aceites españoles o de otro origen. Esta diferencia entre país de origen también se observa en los precios, donde en promedio los aceites italianos son más caros que los españoles.

En la siguiente tabla se pueden apreciar los precios según país de origen, tamaño y variedad.

Producto	Precio (SEK)	Tamaño (CC)	Precio por lt, en US\$	País
Aceite de oliva extra virgen	109	750	24,26	España
Aceite de oliva extra virgen	209	500	69,70	Italia
Aceite de oliva, sabores ajo, limón y albahaca	54.9	250	36,66	España
	44.9	250	30	Italia
Aceite de Palta	99	250	66,11	Nueva Zelanda

Tipo de cambio de referencia al 20 de marzo, 2008: US\$1 = 5.99 SEK

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADOS POR LA COMPETENCIA

Las marcas italianas de aceite de oliva hacen sentir su presencia a través de publicidad en los puntos de venta y en algunos medios de prensa. Otros países de exportación, y particularmente Grecia y España, si bien tienen presencia comercial, son menos conocidos y de menores ventas que las marcas italianas.

CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION⁵

Importación

Existen dos canales principales de importación de aceites de oliva y palta a Suecia: por una parte, las grandes cadenas de supermercados, como ICA Ahold, Coop Norden y Axfood importan directamente, muchas veces para embotellar y vender aceite bajo sus marcas propias. Por otra parte, otros importadores traen aceite de oliva y – en menor medida – palta, para la venta a supermercados pequeños, tiendas gourmet u otros compradores, como restaurantes.

Distribución

Los aceites de palta y oliva llegan a los consumidores finales a través de diversos medios, siendo uno de los principales los supermercados.

Los principales grupos de supermercados son los siguientes:

- ICA Ahold:** es el mayor minorista de comida de Suecia, con más de 1.500 tiendas;
- Axfood:** tiene aproximadamente 500 tiendas, bajo los nombres Hemköp y Willy's;
- Coop Norden:** de propiedad conjunta de cooperativas de consumidores de Suecia, Noruega y Dinamarca, tiene aproximadamente 500 tiendas;
- Bergendahls:** es un grupo regional con una fuerte presencia en la zona sur del país, concentra unas 200 tiendas.

Todos estos grupos tienen lazos comerciales con otros grupos de venta minorista, ya sea en la zona nórdica o en la Unión Europea.

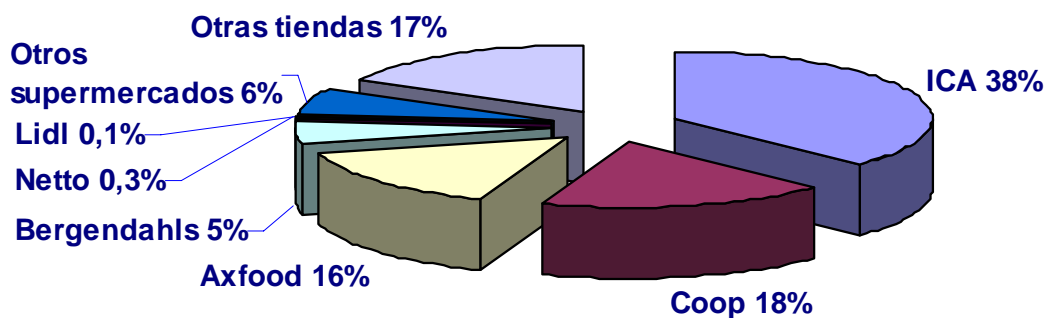
Durante los años recientes, cadenas con ventas a menor precio han ingresado al mercado, y han adquirido paulatinamente mayor participación de mercado. La principal es **Lidl** (Alemania).

Otros minoristas, como las llamadas “convenience stores” (por ejemplo, la cadena norteamericana “7 Eleven”) y las tiendas de estaciones de servicios, junto a las pequeñas tiendas independientes locales y kioscos, son abastecidas principalmente por los departamentos de ventas mayoristas de los cuatro grandes grupos de supermercados o a través de mayoristas especializados. Uno de los mayoristas más importantes es Martin Olsson, cadena dedicada principalmente al abastecimiento de restaurantes y empresas.

En total, en Suecia existen unos 2.000 supermercados y unas 6.100 tiendas minoristas, como “convenience stores” y tiendas locales.

⁵ Fuente: Swedish Chambers Market Briefs: Edible Nuts (junio 2006)

Participación en el mercado de los supermercados⁶



Ventas en millones de coronas suecas (SEK)⁷

Supermercado	SEK Millones		US\$ Millones	
	Ventas totales	Ventas comida	Ventas totales	Ventas comida
ICA	80.100	74.900	11.125	10.402
Coop	48.900	36.700	6.791	5.097
Axfood	32.400	31.300	4.500	4.347
Bergendahls	12.200	10.600	1.695	1.472
Netto	-	700	-	97
Lidl	-	300	-	42
Otros supermercados	-	12.200	-	1.695
Otras tiendas	-	34.000	-	4.722
Ventas totales	-	200.600	-	27.861

Nota: otras tiendas incluyen kioscos, tiendas de tabacco, tiendas de fruta y dulces, panaderías, carnicerías y rotiserías, mercados y otros.

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

Dada la baja penetración del producto en Suecia, se recomienda orientar la exportación, si es posible, a productos novedosos o de alto valor agregado, como aceites con sabor, o en envases novedosos.

Se recomienda mantener contacto permanente con uno o más importadores del mercado para monitorear la situación de precios y aprovechar la existencia circunstancial de demanda insatisfecha entre los importadores suecos.

Igualmente, se recomienda extender a los países nórdicos eventos de "sabores de Chile" que incluyan a los aceites de palta y oliva, para establecer contacto con importadores, distribuidores, minoristas y el sector de la industria procesadora de alimentos.

⁶ Idem.

⁷ Idem.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

A. FERIAS Y EVENTOS LOCALES CON RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

Gastronord – Productos para cocinas industriales, hoteles y restaurantes

Fecha: Abril de cada dos años (21-04-2008 – 25-04-2008)

Lugar: Estocolmo

Expositores 2006: 450 expositores

Visitantes 2006: 26.644 visitantes

Superficie total: 14.293 m²

Fono: +46 8 749 41 00

Fax: +46 8 749 41 00

Web: www.stofair.se

E-mail: goran.ekberg@stofair.se

Stockholm Food & Beverage Show – Alimentos y bebidas

Fecha: Noviembre de cada año (07-11-2008 - 9-11-2008)

Lugar: Estocolmo

Expositores 2007: 150 expositores

Visitantes 2007: 24.693 visitantes

Superficie total: 2.990 m²

Fono: +46 8 749 41 00

Fax: +46 8 99 20 44

Web: www.stofair.se

E-mail: goran.ekberg@stofair.se

Interfood – comida, productores, agente, minoristas

Lugar: Gotemburgo

Fecha: Cada dos años, con nuevos temas cada vez, (17-05-2009 – 19-05-2009)

Expositores 2007: 332 stands

Visitantes 2007: 8 362

Superficie 2007: 6.555 m²

Fono: +46 31 708 80 00

Fax: +46 31 708 86 45

FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET

www.slv.se

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

<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.

www.scb.se

Central de Estadísticas de Suecia. Entrega estadísticas entre otras, de importaciones y exportaciones suecas por productos, cantidad y montos en coronas suecas.

<http://www.taric.es>

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_es.htm

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

<http://taric.tullverket.se>

Taric página web para Suecia. Informa sobre códigos Internacionales de productos, disposiciones arancelarias, disposiciones legales y otros pagos al momento de la importación en Suecia.

www.sjv.se Página web de Jordbruksverket, que realiza controles sanitarios agrícolas en frontera.