

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS



**Estudio Especializado:**  
Oportunidades de exportación de  
superfoods peruanos en Finlandia



**CONTENIDO**

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>4</b>
<b>2. ÁMBITO DE ESTUDIO ESPECIALIZADO: SECTOR Y/O LÍNEAS DE PRODUCTO</b>	<b>8</b>
<b>3. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN FINLANDIA</b>	<b>10</b>
3.1 Perspectiva del mercado finlandés	10
3.2 Producción	10
3.3 Exportaciones	11
3.4 Importaciones	11
3.5 Importaciones procedentes del Perú	18
3.6 Análisis de la competencia	19
<b>4. SECTOR DE ANÁLISIS / LÍNEA EN EL MERCADO</b>	<b>21</b>
4.1 Variedades y formas de presentación	21
4.2 Canales de distribución	22
4.3 Rutas de acceso	31
4.4 Aproximados costos logísticos	31
4.5 Agencias líderes de envío	32
4.6 Canales de comercialización	32
4.7 Fijación de los precios	34
<b>5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA</b>	<b>40</b>
5.1 Perfil del consumidor	40
5.2 Análisis de tendencia	40
5.3 Percepción de los productos peruanos	42
<b>6. REQUISITOS DEL ACCESO AL MERCADO</b>	<b>44</b>
6.1 Medidas arancelarias	44
6.2 Regulaciones	44
6.3 Otras regulaciones	47
6.4 Certificaciones	48

<b>7. LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN</b>	<b>50</b>
7.1 Ferias	50
7.2 Exposiciones	50
7.3 Publicaciones especializadas	50
<b>8. CONTACTO DE INTERÉS</b>	<b>52</b>
8.1 Instituciones	52
8.2 Publicidad	52
<b>9. CONCLUSIONES &amp; RECOMENDACIONES</b>	<b>53</b>
<b>10. FUENTES</b>	<b>55</b>

## 1. Resumen ejecutivo

Este estudio de mercado, financiado por Promperú y realizado por Globally Cool, tiene como objetivo contribuir a la mejora de la gestión empresarial, información del mercado y la planificación estratégica de capacidades de los productores y de las organizaciones para la exportación del Perú. Conclusiones basadas en aproximadamente 20 entrevistas y en la investigación de gabinete adicional, se resumen a continuación.

### 1.1 Análisis de la oferta en Finlandia

#### 1.1.1 Importación, exportación y producción local

La única producción significativa de superalimentos en Finlandia es la producción de la quinua. Aunque es bastante pequeña, la producción local es lo suficientemente grande para satisfacer el mercado local. La calidad de la quinua producida localmente se considera mala, lo que se refleja en los precios bajos de venta al por menor.

A parte de la quinua, el mercado finlandés de superalimentos depende completamente de las importaciones. Así que la estructura de las importaciones es un poco diferente de la que se observa en la mayoría de los países de Europa Occidental. La quinua no es el número uno, pero los cuatro productos que dominan las importaciones finlandesas de superalimentos son las nueces de Brasil, cúrcuma, kiwicha y maca.

La importación directa del Perú es bastante pequeña. El único producto importado que mostró visibles tendencias al alza es la maca peruana. Otros productos que se importan en cantidades muy pequeñas directamente desde el Perú son cúrcuma, las nueces de Brasil, chirimoya, algarrobo, maíz morado, maíz gigante, corn nuts, quinua, aceite de sacha inchi y jarabe de yacón. La única exportación de superalimentos se refiere a la quinua (producida en el país), exportada en pequeñas cantidades a Noruega.

#### 1.1.2 Análisis de la competencia

La mayoría de las importaciones de superalimentos son los productos re-exportados de otros países europeos como el RU, los Países Bajos, Alemania y España. Estos productos pueden venir en primer lugar del Perú, pero hay también otros productores en competición con Perú y en mayoría son los países de América del Sur y América Central como Bolivia, México, Colombia y Ecuador.

## 1.2 Sector de análisis

### 1.2.1 Diversidades y segmentación del mercado

Prácticamente, todos los superalimentos son disponibles en Finlandia, excepto el maíz gigante y algarrobo. Una gran parte de los superalimentos importados a Finlandia se procesan como ingredientes para producir productos procesados como bocadillos, harina, mueslis, aceite, pan crujiente, chocolate, etc. Sin embargo, también hay formas de presentación poco comunes como mermelada de physalis, jugo de camu camu, tentempié de maíz morado y polvo de yacón.

Estrictamente hablando, sólo los productos que se utilizan como suplementos a la dieta diaria (generalmente en forma de polvo) se clasifican como superalimentos en Finlandia. El grupo específico de las empresas de superalimentos comercializa estos productos; también este grupo es el grupo objetivo más importante para los exportadores peruanos. Otras categorías de empresas que conforman el panorama empresarial en

Finlandia son: los comerciantes de los productos de granos, los comerciantes de frutos secos y nueces comestibles, los comerciantes de todo tipo de productos orgánicos y los comerciantes de productos frescos.

### 1.2.2 Distribución y los canales de marketing

La distribución de los productos de superalimentos se puede dividir en dos segmentos principales: servicio de alimentos (el 20% de participación) y alimentos al por menor (> 80% de participación). El servicio de alimentos consiste en los mayoristas y distribuidores de servicios de alimentos que se centran en la distribución de los productos de superalimentos al canal de comercialización "fuera de la casa", como restaurantes, comedores e instituciones. El comercio de alimentos al por menor es el segmento más importante y consta de dos canales de comercialización: los principales supermercados (el 40% de participación) y tiendas especializadas (el 60% de participación), como las tiendas de alimentos orgánicos, saludables y tiendas en línea.

### 1.2.3 Logística

El transporte marítimo, aunque lleva 33-35 días en promedio, es el método de transporte más común para la importación directa de superalimentos del Perú. El transporte marítimo desde Callao, Perú hasta Helsinki, Finlandia (contenedor de carga útil de 24t/20 pies) FOB costará alrededor de US\$2600, incluyendo los costos adicionales. Aunque mucho más caro con más de US\$650 para una paleta de 100KG, el transporte aéreo a veces puede ser la solución para conseguir los productos al mercado rápidamente.

### 1.2.4 Fijación de los precios

El precio del superalimento depende de muchos factores, pero en promedio los desarrollos en la cadena finlandesa de suministro siguen las tendencias mundiales de los precios. Esto es bastante contrario a los precios al por menor, que se mantienen relativamente estables y no reflejan las fluctuaciones de los precios de los ingredientes de superalimentos o los superalimentos. En Finlandia, el precio al por menor de los productos de superalimentos importados es al menos el doble del precio FOB. Por ejemplo, el precio al por menor de la quinua es alrededor de 10 € por KG (US\$11), mientras que se importa por menos de 4 dólares por KG.

En general, los precios al por menor de superalimentos en Finlandia son en promedio más altos que en la UE. Esto se debe, por lo menos, a los volúmenes negociados relativamente pequeños y, además, puede ser el resultado de la cadena de suministro que pasa por re-exportadores en otros países europeos, lo que suma costes adicionales.

## 1.3 Análisis de la demanda

### 1.3.1 Perfil del consumidor

Los consumidores finlandeses se pueden dividir en tres grupos: 1) los compradores comunes, que son principalmente las mujeres con un motivo de compra impulsado emocionalmente, 2) los consumidores de alimentos saludables, que consta de compradores tanto mujeres como hombres con un motivo de compra lógicamente impulsado, y 3) buscadores de la cura, que consiste en personas que sufren de cualquier tipo de enfermedad y están buscando una cura.

Los consumidores finlandeses perciben los superalimentos como algo positivo, ya que son considerados como productos saludables. Sin embargo, la disponibilidad de superalimentos es bastante baja, lo que lleva a los precios relativamente altos y un crecimiento limitado del mercado. También, la sobrecarga de publicidad tiene un impacto negativo en los consumidores.

### 1.3.2 Análisis de tendencia

La demanda de superalimentos está aumentando en Finlandia. Los productos que superan el mercado son los que proporcionan efectos sobre la salud como mejor digestión, mejoras en el metabolismo y la pérdida de peso. Hasta cierto punto, estas son también las razones del fuerte aumento de la demanda de quinua, chocolate crudo, semillas de chía, nueces de Brasil y cúrcuma en los últimos años. La maca tiene un potencial fuerte como se considera el ingrediente favorito en los productos finlandeses de comida saludable y suplementos. El yacón, sacha inchi, maíz morado y chirimoya son menos populares debido a una familiaridad relativamente menor.

### 1.3.3 Percepción de los productos peruanos

La percepción de los compradores finlandeses de los productos peruanos es positiva; la calidad entregada es buena y los productos se ofrecen a precios competitivos. Los puntos a mejorar son el conocimiento del idioma inglés, las prácticas de comunicación y la entrega puntual.

## 1.4 Requisitos del acceso al mercado

La mayoría de los productos peruanos de superalimentos pueden entrar libres de impuestos en Finlandia. Esto mejora mucho el acceso al mercado, sin embargo, la Unión Europea tiene estrictas regulaciones en vigor para las importaciones de productos alimenticios. En primer lugar, los superalimentos deben cumplir todos los requisitos de la Ley General de Alimentación de la UE. Para envases de consumo, el envase también debe cumplir los requisitos de etiquetado de la UE. Dos segmentos de mercado en Finlandia (y Europa) son sólo accesibles con una certificación relevante: el orgánico y el mercado de comercio justo.

## 1.5 Las actividades de la promoción

### 1.5.1 Ferias y exposiciones

Hay varias ferias comerciales que un montón de empresas europeas y finlandesas visitan. Por lo tanto, puede ser muy beneficioso para los proveedores peruanos exponer en tales ferias internacionales. Por ejemplo, Productos Naturales en Escandinavia (Suecia), Productos Naturales y Orgánicos Europa (Reino Unido) y BIOFACH (Alemania). Sería interesante visitar a la exposición como I Love Me y Healthy Living.

### 1.5.2 Publicaciones especializadas

Para promover los superalimentos peruanos, los proveedores peruanos deberían considerar la posibilidad de publicitar sus productos en las revistas relacionadas con la salud y la vida. Ruohonjuuri magazine y Kauneus ja terveysterveys pueden ofrecer buenas oportunidades. Además, trabajar con bloggers de superalimentos como Jaakko Halmetoja y Olli Posti también puede ofrecer beneficios interesantes.

## 1.6 Conclusiones y recomendaciones

La importación directa de los productos seleccionados del Perú a Finlandia es muy pequeña en comparación con las exportaciones peruanas a grandes países importadores, como los Países Bajos, RU o Alemania. La razón principal es que los importadores por lo general necesitan las cantidades más pequeñas, así que para ellos es menos complicado importar desde comerciantes europeos.

- Esta situación puede ser resuelta por la exportación de lotes combinados. En otras palabras, varios productos pueden ser exportados a la vez en un FCL. Algunos de los importadores finlandeses están dispuestos a considerar la organización del transporte de esta manera.
- Otro camino para la solución de este problema es el uso de las agencias de envío como DHL o UPS. Son capaces de transportar pequeñas cantidades.
- La tercera forma es el desarrollo del interés por el lado de los importadores de Finlandia a través del marketing más fuerte, las visitas directas y la organización de eventos bilaterales de búsqueda de socios comerciales.

El superalimento es un producto bastante caro en la vista de los consumidores. Por lo tanto, las ofertas peruanas tienen que estar en línea con los precios de mercado en el mercado finlandés. Los compradores finlandeses están dispuestos a importar directamente del Perú si ven la diferencia del precio real en comparación con las importaciones procedentes de re-exportadores europeos.

## 2. Ámbito de estudio especializado: Sector y/o líneas de producto

El estudio proporciona la información del mercado finlandés para 15 productos alimenticios: Aguaymanto (physallis, bayas de Inca, bayas de oro, Peruvian groundcherry), Algarrobo (algarroba peruana), Camu Camu, las nueces de Brasil, Chirimoya (Cherimoya), Cúrcuma, Kiwicha (amaranto peruano), Lúcumá, Maca, Maíz Cancha (Corn nut), Maíz gigante del Cusco (Giant corn), Maíz Morado (Purple corn), Quinua, Sacha Inchi e Yacón.

La mayoría de los productos del estudio pertenecen al segmento del mercado llamado alimentos saludables. Recientemente, los productores y comerciantes han clasificado este tipo de productos en la categoría llamada „superalimentos“. En la percepción de los compradores europeos y finlandeses, superalimentos, incluyendo los productos mencionados, proporcionan beneficios para la salud por su inusual alto contenido de los nutrientes específicos. La única excepción de la categoría de superalimentos son los productos del maíz de la lista. En los canales comerciales el Maíz Cancha es clasificado más como producto de aperitivo que como alimento saludable. Hasta cierto punto, el Maíz gigante pertenece también a los productos comunes y está usado en la producción de Corn nuts. Sin embargo, el Maíz Morado se considera todavía más como superalimento que producto común por su alto nivel de anthocyanins.

El comercio y disposición de los productos peruanos en el mercado finlandés aparecen en formas diferentes, ver la Tabla siguiente:

Tabla 2.1: Descripción de los productos.

Nombre del producto	Forma del comercio	Código arancelario-Perú	Código arancelario-Finlandia
<b>Aguaymanto</b>	Fruta fresca	08109050 – fresh	08109075 – fresco
	Entera fruta seca	08134000 - dried	08134095 – seco
	Ingrediente empacado		
<b>Algarrobo (mesquite, carob)</b>	Polvo	1212920000	12129200
	Ingrediente empacado	1212999010	12129995
<b>Nueces de Brasil</b>	Nuez entero seco	0801220000	08012100 -con cáscara
			08012200 –sin cáscara
<b>Camu camu</b>	Polvo	1106309000	11063090
<b>Chirimoya (cherimoya)</b>	Fruta fresca	0810902000	08109020
			08109075
<b>Cúrcuma (turmeric)</b>	Polvo	0910300000	09103000
<b>Kiwicha (amaranto)</b>	Grano	1008902000	10089000
<b>Lúcumá</b>	Polvo	1106302000	11063090
<b>Maca</b>	Polvo	1106201000	11062090
			11062010
<b>Maíz cancha (corn nut)</b>	Maíz frito (empacado)	1005909000	10059000
<b>Maíz gigante (giant Corn)</b>	Maíz frito	1005903000	10059000
<b>Maíz morado (purple corn)</b>	Harina	1005904000	10059000
<b>Quinua</b>	Grano	1008509000	10085000



<b>Sacha Inchi</b>	Polvo	1102909000	11029090
	Aceite		
<b>Yacón</b>	Polvo	2106907100	21069098

### 3. Análisis de la oferta en Finlandia

#### 3.1 Perspectiva del mercado finlandés

Tabla 3.1 muestra los indicadores clave de Finlandia y el mercado finlandés de alimentos. Para poder poner los datos en perspectiva, también se han presentado las cifras correspondientes al país vecino Suecia y al Reino Unido, uno de los mercados más grandes de Europa para los superalimentos peruanos.

Tabla 3.1: Indicadores clave del mercado finlandés

	Reino Unido	Finlandia	Suecia
<b>PIB</b>			
Total, 2015, miles de millones de dólares	2,849	<b>230</b>	493
Crecimiento, promedio '15-'16	2.1%	<b>0.3%</b>	3.6%
Crecimiento, promedio '17-'20	2.0%	<b>1.3%</b>	2.7%
<b>Población</b>			
Total, 2015, millones	65.1	<b>5.5</b>	9.8
<b>Comercio de alimentos</b>			
Valor de las importaciones, '15, miles de millones de dólares	58.2	<b>4.7</b>	14.6
Valor de las exportaciones, '15, miles de millones de dólares	26.9	<b>1.5</b>	8.5
<b>Importaciones de superalimentos desde Perú</b>			
Valor total, '15, US\$ 1,000	16,715	<b>86</b>	760
Valor del crecimiento, promedio, '11-'15	38%	<b>39%</b>	28%
Volumen total, '15, toneladas	5,736	<b>3</b>	189
Volumen del crecimiento, promedio, '11-'15	52%	<b>32%</b>	33%
<b>Producción de alimentos</b>			
Valor promedio, 2011-2013, Miles de millones de dólares	16.6	<b>1.9</b>	2.7
Valor promedio, 2011-2013, dólares per cápita	255	<b>343</b>	278

Fuente: Departamento de estadísticas de Globally Cool

#### 3.2 Producción

Finlandia es el país productor de cereales más septentrional del mundo con la producción de cuatro cultivos de cereales a gran escala: la cebada, la avena, el trigo y el centeno. La producción anual media de cereales es bastante estable en cuatro millones de toneladas. 500.000 toneladas de esa producción se exporta cada año, principalmente el trigo, la cebada y la avena. Aunque el rendimiento de los cereales de Finlandia es bastante pequeño a escala mundial, el país es uno de los mayores productores y exportadores de avena del mundo. Los cereales son productos importantes para la producción de alimentos en Finlandia, ya que los superalimentos se utilizan a menudo junto con los cereales para producir productos alimenticios como muelles y cereales para el desayuno.

Teniendo en cuenta las condiciones climáticas, la única producción presente en Finlandia es la producción de quinua. Los primeros experimentos de la plantación de quinua en Finlandia empezaron hace más de 2 décadas por el MTT Agrifood Research Finland. Hoy, la producción de quinua es baja, pero suficiente para la demanda en el nivel local. La quinua está creciendo en el área de aproximadamente 50 ha en el municipio de Lieto en el sur de Finlandia. El único productor significativo, [Rainigon Luomutila](#) (Raininko Brothers Organic), vende los productos orgánicos de quinua empaquetado al por menor en la cadena de K-group supermercados.

Esta quinua doméstica tiene el volumen de venta de 60 toneladas e importación es 30 toneladas por año, lo que significa que la quinua doméstica ocupa 2/3 del mercado. Los consumidores consideran esta quinua de la cualidad inferior, lo que se refleja en el precio más bajo por el 20-30% en los mercados minoristas.

### 3.3 Exportaciones

Las principales exportaciones finlandesas de alimentos son la mantequilla, la avena y el trigo. Como que realmente no hay la producción local, todas las cantidades exportadas representan re-exportación. Se puede decir que la exportación de todos los superalimentos es insignificante. Sólo por quinua hay una exportación pequeña, de las cantidades de 3-4 toneladas por año, mayormente en Noruega.

### 3.4 Importaciones<sup>1</sup>

Las mayores importaciones de los productos alimenticios se encuentran en la categoría de frutas frescas (bananas y cítricos) y pan y pastelería (las preparaciones de cereales). La importación de superalimentos es relativamente pequeña.

La mayoría de los productos escogidos no tienen definidos los códigos individuales del Sistema Armonizado y por eso no es posible recopilar precisamente las estadísticas del comercio de las fuentes oficiales. Pero la quinua, las nueces del Brasil, la cúrcuma y hasta cierto punto la maca son definidos en el nivel de 6 dígitos, así que se puede informar más. Los volúmenes importados de otros productos son estimados.

#### 3.4.1 Quinua

En 2015, la importación finlandesa de quinua alcanzó 34 toneladas (US \$ 198.000). Las siguientes figuras muestran que hasta 2015, Dinamarca fue principal proveedor de quinua a Finlandia (el 35% de importación), seguido del Perú (el 26% de importación) y Bolivia (el 21%). Pero, debido a un crecimiento muy elevado recientemente, el Perú se ha convertido en el proveedor principal en 2016.

Tabla 3.2: Volúmenes importados por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de quinua

Países proveedores	2012	2013	2014	2015	Growth '14-'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>37</b>	<b>20</b>	<b>34</b>	<b>+70%</b>		<b>+16%</b>	
Denmark	0	4	12	12	0%	35%	-	25%
Peru	0	0	1	9	+800%	26%	-	9%
Bolivia	22	28	6	7	+17%	21%	-32%	56%
Netherlands	0	1	1	3	+200%	9%	-	4%
Estonia	0	0	0	1	-	3%	-	1%
France	0	0	0	1	-	3%	-	1%

Fuente: Trademap

\* Las estadísticas comerciales de la quinua no están disponibles para 2011, ya que el código SA se introdujo en 2012.

- Finlandia es el importador pequeño de quinua, con sólo el 0.06% de las importaciones del mundo en valor. El ranking de Finlandia en las importaciones mundiales es 51/54 (valor/volumen).

<sup>1</sup> Todas las estadísticas de este capítulo proceden del Trademap (Centro de Comercio Internacional, CCI).

- En promedio, la importación iba creciendo por año (Tasa Anual de Crecimiento Compuesto o CAGR) por el 16/23% (valor/volumen), alcanzando 34 toneladas y US\$ 198 miles en 2015. En primer trimestre de 2016, la importación ya alcanzó 26 toneladas, 17 toneladas más que en 2015.
- La importación mensual promedio de quinua a Finlandia varió entre 2 y 7 toneladas, que significa que la quinua es raramente importada como FCL (Contenedor a carga completa). Por lo general, se mezcla con otras mercancías que se importen de los países de ultramar. O en el caso de la importación procedente del país vecino Dinamarca las cantidades fueron reducidas en muy pocas paletas cargadas. El primer FCL de quinua es importado en febrero de 2016 del Perú.
- Basado en cálculos de indirectos flujos de comercio a Finlandia, se puede decir que el 60-70% de la importación procede del Perú y el 30-40% procede de Bolivia.

### 3.4.2 Nueces de Brasil

En 2015, la importación finlandesa de nueces de Brasil ascendió a 142 toneladas (US \$ 1,6 millones). Las siguientes figuras muestran que el 50% se importa de los principales países productores (Bolivia, Brasil y Perú) y la segunda mitad se importa de los países re-exportadores, particularmente Alemania.

Tabla 3.3: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de las nueces de Brasil

Países proveedores	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>91</b>	<b>103</b>	<b>122</b>	<b>142</b>	<b>+16%</b>	<b>100%</b>	<b>+19%</b>	<b>100%</b>
Germany	47	55	19	46	58	+26%	41%	+5%	43%
Bolivia	1	21	33	45	48	+7%	34%	+163%	28%
Netherlands	6	0	16	6	14	+133%	10%	+24%	8%
Brazil	1	10	8	9	13	+44%	9%	+90%	8%
Estonia	3	0	0	7	5	-29%	4%	+14%	3%

Fuente: Trademap

- Con su participación del 0.5% en las importaciones mundiales, la importación de Finlandia de las nueces de Brasil sin cáscara ocupa el 22 lugar del mundo. Importación de las nueces de Brasil con cáscara es insignificante (por primera vez en 2015; <1 tonelada de Los Países Bajos).
- La importación de las nueces de Brasil está aumentando constantemente, creciendo el 19% en cantidad y el 15% en valor por año, para llegar a 142 toneladas y US\$ 1.5 millones en 2015.
- La importación mensual promedio es 10 toneladas, igual al 0.5 FCL.
- Bolivia es el exportador del más rápido crecimiento de la quinua a Finlandia. Duplicó su exportación desde 2011, alcanzando 48 toneladas en 2015.
- Los cálculos muestran que el 60-70% de la importación procede de Bolivia, el 20-25% de Brasil y el 5% del Perú.

### 3.4.3 Cúrcuma

En 2015, la importación final de cúrcuma ascendió a 69 toneladas (US \$ 277.000). Las siguientes figuras muestran que el 70% de la importación directa procede de la India. Pero, el Perú está creciendo rápidamente, con una oferta creciente de 1 tonelada en 2014 a 13 toneladas en 2015.

Tabla 3.4: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de cúrcuma

Países proveedores	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>34</b>	<b>54</b>	<b>43</b>	<b>69</b>	<b>+60%</b>	<b>100%</b>	<b>+22%</b>	<b>100%</b>
India	0	25	33	26	46	+77%	67%	-	56%
Peru	0	0	0	1	13	+1200%	19%	-	6%
Netherlands	19	7	14	13	5	-62%	7%	-28%	25%
Sweden	4	1	2	2	2	0%	3%	-16%	5%
Germany	5	0	0	0	1	-	1%	-33%	2%
UK	1	1	0	1	1	0%	1%	0%	0%
Belgium	0	0	0	0	0	-	0%	-	0%

Fuente: Trademap

- Con su participación del 0.14% en las importaciones mundiales, la importación de Finlandia de cúrcuma ocupa el 68 lugar del mundo.
- CAGR es considerable (el 20%) y las importaciones alcanzan 69 toneladas y US\$ 277 miles en 2015. Primer trimestre (Q1) en 2016 muestra volúmenes significativamente más altos que en Q1 en 2015. El aumento de las importaciones entre 2014-2015 fue de + 60%, lo que es considerablemente mayor del aumento mundial de las importaciones de cúrcuma de + 9,5%.
- Volúmenes de la importación mensual oscilan entre 2 y 5 toneladas, pero en algunas ocasiones alcanzan 20 toneladas.
- Los cálculos muestran que el 85% de la importación procede de la India y cerca del 5% del Perú.

### 3.4.4 Maca

La importación de la maca se puede estimar a través de la re-exportación de los principales países importadores. Este análisis del flujo comercial puede hacer más difícil en los próximos años, a medida que China podría comenzar la exportación de maca en polvo también. Esto se debe a que hace 3 años, los productores chinos compraron tubérculos de maca de los productores peruanas y empezaron su propia producción. En 2015, la importación final de polvo de maca y otros polvos de raíces y tubérculos ascendió a 18 toneladas (US \$ 245.000). La Tabla 3.5 muestra más detalles.

Tabla 3.5: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de maca

Países proveedores	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>+175%</b>	<b>100%</b>	<b>+12%</b>	<b>100%</b>
China	0	0	0	0	4	-	36%	-	13%
Peru	1	3	3	3	4	+33%	36%	+41%	47%
Netherlands	5	1	1	0	2	-	18%	-20%	30%
Bolivia	0	0	0	0	1	-	9%	-	3%

Fuente: Trademap

- Con su participación del 0.16% en las importaciones mundiales, la importación de Finlandia de maca ocupa el 28 lugar del mundo.
- Q1-2016 muestra volúmenes significativamente más altos que en Q1-2015.
- Volúmenes de la importación mensual oscilan entre 1 y 2 toneladas.
- Casi el 20% de las importaciones de harina de maca finlandesa vienen a través de los Países Bajos (re-exportación). Los cálculos muestran que hasta el año 2015 prácticamente todas importaciones procedían del Perú, con Bolivia que tenía un papel menor.
- Las importaciones directas procedentes del Perú representan el 36% de las importaciones y muestran una tendencia al alza. Venía de 1 tonelada en 2011, alcanzó su punto máximo en 2014 (5,5 toneladas), para llegar a cerca de 3 toneladas en 2015.

### 3.4.5 Frutas exóticas frescas (incluyendo chirimoya y physallis)

- Finlandia es el pequeño importador de chirimoya fresca y physallis fresca. No hay un oficial código estadístico en la UE del control de la importación de los productos mencionados, pero es probable que la importación de ambos productos representa solamente el 3-4% del valor de importación de fruta de la pasión. Esto significa que Finlandia importa alrededor de 20 toneladas de ambos productos.
- Las importaciones de frutas exóticas de Finlandia son pequeñas (el 0,1% del valor de las importaciones mundiales) y decrecientes (CAGR del -4% en el período 2012-2015).
- Prácticamente, todos los physallis frescos entran a Finlandia a través de los países de la re-exportación, principalmente Alemania y Los Países Bajos. Algunas cantidades entran en Finlandia directamente desde España, donde se cultiva la chirimoya.
- No existe la exportación directa de chirimoya y physallis fresca del Perú y también de otros países de América del Sur a Finlandia. Las razones principales de esto son los limitados volúmenes implicados y la función de Los Países Bajos como un país re-exportadora o 'mayorista'.

### 3.4.6 Algarrobo

El común nombre comercial europeo para los productos de algarrobo en Europa es carob. Sin embargo, el tipo botánico de la planta cultivada en el Perú (*Prosopis pallida* L) es diferente de la planta cultivada y consumida en Europa y Finlandia (*Ceratonia siliqua* L). La estructura de las vainas de algarrobo del Perú muestra mejor características/valores nutricionales que algarrobo europeo (carob), en primer lugar por su menor contenido polifenólico y una mayor digestibilidad de la proteína. Oficialmente, polvo de algarrobo se considera todavía como nuevo alimento y no se permite importar a Finlandia. Sin embargo, se puede encontrar de vez en cuando en algunas tiendas.

A medida que el volumen de las exportaciones de Algarrobo desde el Perú a Europa es insignificante (alrededor de 3-4 toneladas) y la exportación del Perú a Finlandia está a menos de 100 kg, el grupo de productos bajo el nombre de carob con el código arancelario 12129200 y 12129995 se analizará. Esto le dará una visión general de los tipos de productos de carob y el volumen de su importación. Tenga en cuenta que el código 12129995 puede incluir algunos otros productos como las almendras de frutos, los raíces de achicoria, etc. En el análisis, algunos países que no son exportadores de carob, sino de otros productos, están excluidos. Ambos códigos se introducen en 2012.

Tabla 3.6: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de carob.

Países proveedores	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>64</b>	<b>42</b>	<b>67</b>	<b>+60%</b>		<b>+18%</b>	
UK	10	18	11	24	+118%	36%	+34%	29%
Estonia	0	0	0	21	-	31%	-	10%
Denmark	22	34	27	17	-37%	25%	-8%	47%

Fuente: Trademap

- Finlandia es el pequeño importador de carob con el 40-70 toneladas por año. Se trata sólo del tipo mediterráneo de carob, debido a que la importación del algarrobo peruano no está permitido.
- El RU, Dinamarca y Estonia son los principales proveedores. Pero todo esto es re-exportación desde el país de mayor producción del tipo mediterráneo de carob, España.

### 3.4.7 Kiwicha

En Europa y Finlandia, el kiwicha tipo de alimento se conoce como el amaranto. Junto al tipo peruana de granos de amaranto, *Amaranthus caudatus*, hay también otros varios tipos similares, que se pueden encontrar en Finlandia. Como que no existe un específico código arancelario de la UE para el amaranto, es posible que algunos otros cereales de nicho se incluyan, tales como el teff o arroz salvaje. Sin embargo, es probable que la más alta proporción sea de amaranto.

Tabla 3.7: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de kiwicha.

Países proveedores	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>48</b>	<b>+380%</b>	<b>100%</b>	<b>+47%</b>	<b>100%</b>
Belgium	0	0	0	15	-	31%	-	21%
France	13	0	10	13	+30%	27%	0%	49%
UK	2	0	0	7	-	15%	+52%	12%
Italy	0	0	0	5	-	10%	-	7%
Netherlands	0	0	0	5	-	10%	-	7%
Sweden	0	0	0	3	-	6%	-	4%

Fuente: Trademap

- Finlandia es el pequeño importador del amaranto y los granos similares, pero en 2013-2015 la importación crecía cada año, hasta que alcanzó cerca de 48 toneladas en 2015.
- En 2015 obtuvo la primera importación directa de Perú (500 kg).

### 3.4.8 Lúcumá

Teniendo en cuenta que SA código de lúcumá incluye muchos otros productos, así el potencial de la importación de lúcumá sólo puede ser estimado. Pero, como el Perú es el único proveedor de lúcumá, el análisis del comercio entre el Perú y la UE posibilita una buena estimación.

Tabla 3.8: Volúmenes europeos de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de lúcumá.

Países importadores	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>25</b>	<b>38</b>	<b>61</b>	<b>88</b>	<b>+43%</b>	<b>100%</b>	<b>+62%</b>	<b>100%</b>
UK	6	18	28	32	47	+45%	53%	+66%	58%
Germany	3	4	0	8	14	+85%	16%	+43%	13%
Portugal	0	0	2	5	12	+138%	14%	-	8%
Belgium	0	0	1	5	4	-27%	5%	-	5%
Netherlands	1	2	2	6	4	-39%	4%	+29%	7%

Fuente: Trademap

- En comparación con la importación europea entera de 88 toneladas, Finlandia es el muy pequeño importador de lúcumas del Perú con 350 kg en 2015. Sin embargo, esto fue más que la importación de Suecia desde el Perú en 2015.
- Mayoría de las cantidades importadas de lúcumas a Finlandia son de Suecia, pero desgraciadamente este flujo comercial no puede hacerse visible en las estadísticas.

### 3.4.9 Camu camu

Teniendo en cuenta que SA código de camu camu incluye muchos otros productos, el potencial de la importación de camu camu sólo puede ser estimado. Pero, como el Perú es el único proveedor de camu camu, el análisis del comercio entre el Perú y la UE posibilita una buena estimación.

A parte del camu camu en polvo, pequeñas cantidades de camu camu fresco son exportadas a otros países europeos (no a Finlandia).

Tabla 3.9: Volúmenes europeos de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de camu camu

Países importadores	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>+36%</b>	<b>100%</b>	<b>+67%</b>	<b>100%</b>
UK	1	2	2	7	7	+8%	40%	+78%	43%
Netherlands	0	0	0	1	3	+160%	14%	+74%	10%
Spain	0	1	2	2	2	+36%	11%	-	13%
Germany	0	0	0	1	2	+41%	10%	+42%	9%
Belgium	0	0	0	0	1	+226%	6%	+105%	4%
France	0	0	1	1	1	+31%	6%	+38%	7%

Fuente: Trademap

- Finlandia es el pequeño importador directo de camu camu en polvo y representa una parte muy pequeña de las enteras importaciones de 18 toneladas en 2015.
- El RU, Los Países Bajos y España son los principales proveedores. Esto implica re-exportaciones de camu camu importada originalmente del Perú.



### 3.4.10 Maíz gigante y maíz cancha (corn nut)

Teniendo en cuenta que SA código de maíz gigante incluye muchos otros productos, el potencial de la importación del maíz gigante sólo puede ser estimado. Pero, como el Perú domina el suministro de maíz gigante a la UE, el análisis del comercio entre el Perú y la UE da una buena estimación.

No hay unos SA códigos disponibles para corn nuts también. El principal proveedor europeo de corn nuts es España, tal como se explica a continuación.

Tabla 3.10: Volúmenes europeos de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de maíz gigante y maíz cancha.

Países importadores	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
<b>Total</b>	<b>3610</b>	<b>4531</b>	<b>4337</b>	<b>4426</b>	<b>4027</b>	<b>-9%</b>	<b>100%</b>	<b>4%</b>	<b>100%</b>
Spain	3595	4504	4310	4381	4012	-8%	100%	4%	99%

Fuente: Trademap

- La importación de maíz gigante a Finlandia casi no existe, sea directamente del Perú o vía los países de tránsito.
- Prácticamente, toda la importación europea del maíz gigante se realiza por España. Total de las importaciones españolas del maíz gigante fue 4.011 toneladas en 2015.
- Maíces gigantes importados por España se utilizan principalmente para la producción de corn nuts en España. Muy raramente se venden en las tiendas. Generalmente, el maíz gigante se transforma en España y después se exporta a Finlandia como un tentempié.

### 3.4.11 Maíz morado

Teniendo en cuenta que SA código de maíz morado incluye muchos otros productos de granos, el potencial de la importación de maíz morado sólo puede ser estimado. Pero, como el Perú domina el suministro de maíz morado a la UE, el análisis comercial entre el Perú y la UE da una buena estimación.

Tabla 3.11: Volúmenes europeos de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de maíz morado

Países importadores	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>44</b>	<b>58</b>	<b>72</b>	<b>67</b>	<b>-8%</b>	<b>100%</b>	<b>+21%</b>	<b>100%</b>
Spain	24	32	39	37	53	+42%	79%	+21%	68%
Italy	5	7	14	33	7	-79%	11%	+9%	24%
Netherlands	1	3	5	1	4	+168%	6%	+62%	5%
Germany	0	2	0	0	2	-	3%	-	1%
France	1	0	0	0	1	+246%	1%	-9%	1%
UK	0	0	0	0	0	-	0%	-	0%

Fuente: Trademap

- La importación de maíz morado a Finlandia casi no existe, sea directamente o vía los países de tránsito.

- La importación total de la UE fue 67 toneladas en 2015. España representa el 100% de las importaciones totales de UE.

### 3.4.12 Sacha inchi

No hay un SA código de sachi inchi en el Perú o en la UE. La exportación peruana de sachi inchi se considera como pequeña (3 toneladas por año). El sachi inchi disponible en Finlandia es re-exportación principalmente de Alemania y el RU.

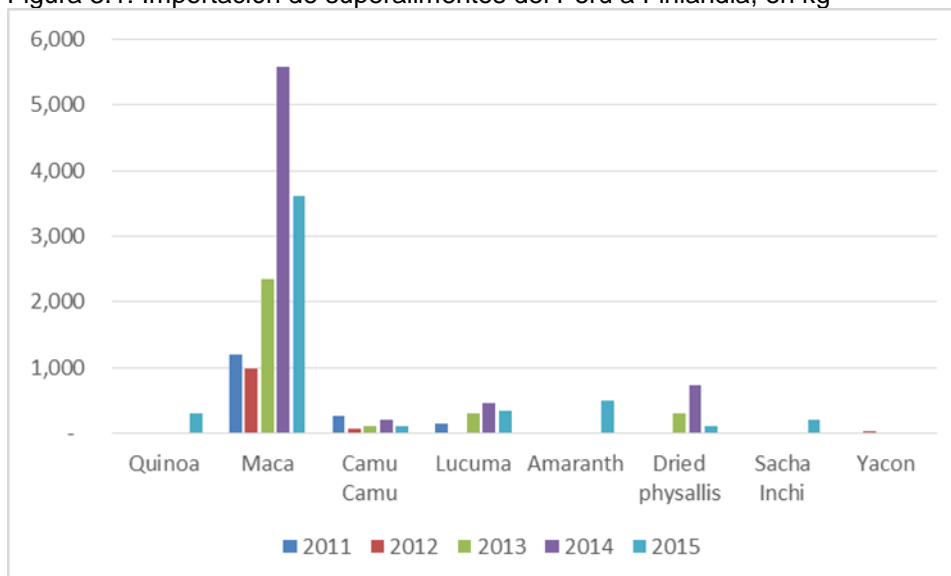
### 3.4.13 Yacón

No hay un código SA de yacón en el Perú o en la UE. La exportación peruana de yacón se considera como pequeña (3 toneladas por año). El yacón disponible en Finlandia es principalmente reexportado del RU. Pero, Finlandia también importó 36 kg en 2012 y 5 kg en 2015 directamente del Perú.

## 3.5 Importaciones procedentes del Perú

La importación directa de superalimentos del Perú a Finlandia es muy pequeña en comparación con la importación de los proveedores europeos. Generalmente, para casi todos los productos, la importación directa es bastante esporádica y no hay una tendencia de crecimiento de importaciones visibles para cualquiera de los productos. La única excepción fue la maca.

Figura 3.1: Importación de superalimentos del Perú a Finlandia, en kg



Fuente: PromPeru

Tabla 3.12: Volúmenes finlandeses de importación de superalimentos del Perú, kilogramos, '11 -'15.

Product	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Average growth '12/'15
Quinoa	-	-	-	-	300	-	-
Maca	1,205	987	2,340	5,580	3,617	-35%	+32%
Camu Camu	270	75	110	200	100	-50%	-22%
Lucuma	150	-	300	450	350	-22%	+24%

Kiwicha	-	-	-	-	500	-	-
Aguaymanto	-	-	300	730	100	-86%	-
Sacha Inchi	-	-	-	-	200	-	-
Yacón	-	36	-	-	5	-	-

Fuente: PromPerú

La importación de maca resultó con un crecimiento significativo hasta 2015. En ese año las importaciones disminuyeron drásticamente debido a los precios muy altos (ver figuras 18 y 19). Por el momento (Q3 2016) importación de maca se está estabilizando.

Otras peculiaridades son:

- La primera importación directa de cúrcuma del Perú empezó en 2015, así que es muy temprano analizar el crecimiento de la importación.
- Los productos no importados directamente del Perú hasta ahora son: las nueces de Brasil, chirimoya, algarrobo, maíz morado, maíz gigante y corn nuts.
- Quinua, aceite de sacha inchi y jarabe del yacón fueron importados por primera vez del Perú en 2015. Los únicos detalles disponibles para los mencionados productos de nicho son del jarabe de yacón: las importaciones finlandesas fueron 5 kg (o 5 litros) en 2015.

### 3.6 Análisis de la competencia

El análisis de la competencia es incluida en el capítulo 3.3. Además, la siguiente tabla incluye un resumen de los principales competidores en el plano nacional y el nivel del producto. Este análisis muestra cuales son los países que suministran los productos, y qué productos pueden ser considerados como productos sustitutos.

Figura 3.13: Competencia para los productos de superalimentos peruanos en el Mercado finlandés.

Producto	Principales proveedores de competencia	Principales productos de competencia
<b>Aguaymanto (Physalis, baya Inca, baya de oro)</b>	Colombia Re-exportadores: Los Países Bajos, Alemania	Fruta fresca de las bayas de producción local como frambuesas, moras y arándanos
<b>Algarrobo (mesquite, carob)</b>	Mexico	Carob
<b>Nueces de Brasil</b>	Bolivia, Brasil Re-exportadores: Alemania, Los Países Bajos	Otros tipos de nueces como anacardos, avellanas, nuez de Castilla, almendras, macadamia nuez o piñones
<b>Camu camu</b>	Brasil, Ecuador, Bolivia Re-exportadores: Francia, República Checa, Alemania	Acerola Amla
<b>Chirimoya (cherimoya)</b>	Ecuador, Venezuela, Bolivia, Chile, Colombia, Los Países Bajos – re-exportadores	Graviola y jugo de graviola
<b>Curcuma en polvo(turmeric)</b>	India, Indonesia, Sri Lanka, Los Países Bajos – re-exportadores	Cúrcuma fresca, jugo de Cúrcuma
<b>Kiwicha (amaranto) Lúcuma</b>	Bolivia, Ecuador	Mijo, cuscús, bulgur, alforfón Stevia, coconut sugar

<b>Maca</b>	China	Ginseng, Ginko Biloba
<b>Maíz cancha (corn nut)</b>	España, México	Corn chips y otros tipos de bocadillos
<b>Maíz gigante (giant Corn)</b>	España	Otros tipos del maíz
<b>Maíz morado (purple corn)</b>	Bolivia, Ecuador, Colombia, China	Plantas ricas de antocianina (como arándanos, moras, cerezas, etc.)
<b>Quinoa</b>	Bolivia Re-exportadores: Dinamarca, Los Países Bajos	Mijo, Teff
<b>Sacha Inchi</b>	Surinam, Venezuela, Bolivia Colombia, Ecuador, Brasil	Aceite de argán
<b>Yacón</b>	Colombia, Ecuador, Bolivia	Jarabe de arce, miel, stevia

## 4. Sector de análisis / Línea en el mercado

### 4.1 Variedades y formas de presentación

Los productos seleccionados de la oferta peruana de 'superalimentos' se presentan en el mercado finlandés en varias formas más comunes. Las formas del producto son más numerosas en el Perú que en Finlandia y los consumidores finlandeses todavía no son conscientes de todo el ámbito de 'superalimentos' del Perú. Las posibles formas actuales de seleccionados 'superalimentos' en el mercado finlandés se enumeran a continuación.

Figura 4.1: Formas de los productos seleccionados en el mercado finlandés.

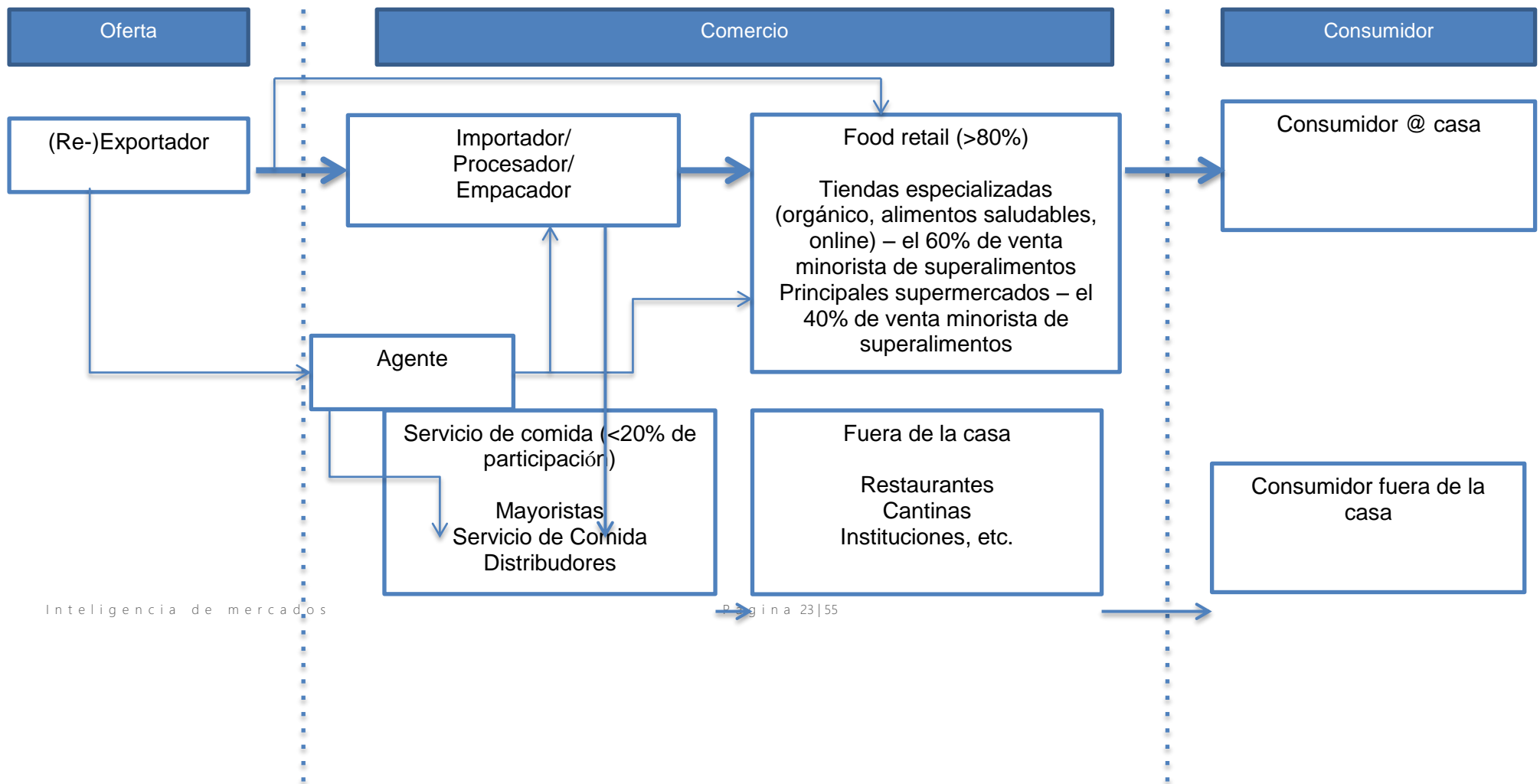
Producto	Formas actuales	Formas infrecuentes
<b>Aguaymanto (Physalis, baya de Inca, baya de oro)</b>	Bayas Inca secas empacadas Fresco physallis Bayas Inca secas en mezclado de rojas frutas secas Chocolate coated dried incan berries	Physallis jam Physallis jugo
<b>Algarrobo (mesquite, carob)</b>	Agarrobo mediterraneo (sólo)	Polvo, Jam, Extracto
<b>Nueces de Brasil</b>	Nueces de Brasil envasados Nueces de Brasil en mezclas con otros frutos secos Nueces de Brasil como ingrediente de muesli Nueces de Brasil con chocolate crudo Brasil mantequilla de frutos secos	Aceite de nueces de Brasil
<b>Camu camu</b>	Polvo Ingrediente en anti-envejecimiento cremas cosméticas	jugo Jam
<b>Chirimoya (cherimoya)</b>	Fresco (raramente)	jugo
<b>Curcuma (turmeric)</b>	Fresco, Polvo, Tabletas, Jugo, y como ingrediente en diferentes productos como: tés, galletas, curry, cosméticos de color de cabello natural, sopas deshidratadas, caramelos de goma	
<b>Kiwicha (amaranto)</b>	Grano, Harina, Crujientes, y ingredientes en: fideos, pan crujiente, barras de dulce	
<b>Lucuma</b>	Polvo y ingrediente en mezcla energética de polvo, barras energéticas y de cacao crudo, barras de chocolate	Juice, Jam, Canned fruit
<b>Maca</b>	Polvo, Tabletas y Ingrediente en mueslis, chocolates, barras de dulce, galletas, sexual comida sana suplementos	Juice Jam
<b>Maíz cancha (corn nut)</b>	Aperitivos salados asados	
<b>Maíz gigante (giant Corn)</b>	No disponible en Finlandia. El aceite de maíz es común, pero no pertenece a categoría de superalimentos.	
<b>Maíz morado (purple corn)</b>	Harina (muy raramente encontrada en Finlandia)	Juice Snack
<b>Quinua</b>	Grano, Harina, Hojuelas y ingrediente en : chips, barras de dulce, chocolates, espagueti, tartas, pan crujiente, comida de bebes, mueslis	Juice
<b>Sacha Inchi</b>	Aceite	Polvo, Semillas
<b>Yacón</b>	Jaraba	Polvo, Jugo, Extractos

Además, existe una creciente competencia de los productos del origen local. Algunas empresas anuncian sus productos como "locales" y mejores que los productos importados. La principal competencia de esta categoría viene de recolectores y procesadores de frutas de bayas silvestres de Finlandia como [Kiantama](#) (propietario de la marca [Biokia](#)).

## 4.2 Canales de distribución

Hay unas varias vías de distribución para la exportación de 'superalimentos' del Perú a Finlandia. La Figura siguiente presenta una visión general, seguida de una explicación detallada.

Figura 4.1: Canal de distribución de superalimentos en Finlandia.



La Figura debe leerse teniendo en cuenta las notas siguientes:

- Poca cantidad de los superalimentos se exporta directamente del Perú a Finlandia. Los primeros receptores más comunes de los productos peruanos son los comerciantes europeos que importan por lo menos un FCL y después lo redistribuyen por Europa, incluyendo Finlandia. Los exportadores europeos que suministran Finlandia con los productos peruanos de superalimentos son posicionados mayormente en Los Países Bajos, Alemania, el RU, Dinamarca y Suecia.
- En la Figura del importador / procesador / empacador parece ser una sola compañía. Este es el caso más común, ya que por lo general los procesadores de superalimentos en Finlandia tienden a importar directamente. Por lo general, las empresas que envasan 'superalimento' importado, también están procesando los productos importados en varias formas. En la mayoría de los casos procesadores utilizan productos 'superalimentos' como uno de los ingredientes para la producción de cacao en bruto / chocolate y similares bares, chocolates y mezclas para batidos.
- En algunos casos los importadores actúan como mayoristas a granel, y podrían suministrar las empresas procesadoras. Aunque algunas empresas tienen planes de comenzar con mayor re-venta de productos importados, este escenario es todavía más a una excepción que una regla.
- El importador puede ser una empresa especializada en los productos orgánicos, o sólo de comercialización de los productos convencionales, o ambas cosas a la vez. Los importadores venden una determinada gama de productos alimenticios comparables (que varía desde muy amplia hasta bastante estrecha), incluyendo varios productos de superalimentos.
- Las grandes cadenas minoristas de alimentos representan alrededor del 60% de las ventas de 'superalimentos', con el otro 40% dejado para las tiendas especializadas. Sin embargo, esta proporción es muy diferente para cada producto individual. En general:
  - Los productos de 'superalimentos' en polvo son mayormente vendidos en las tiendas especializadas,
  - Quinua se vende en la mayoría en los minoristas,
  - Fruta fresca es mayormente vendida en los minoristas, con unas pequeñas cantidades en las tiendas especializadas o en los mercados abiertos (salas de mercado).

El segmento de alimentos al por menor consiste de varios sub-canales. Mientras que los principales supermercados venden ambos superalimentos orgánicos y convencionales, los supermercados y las tiendas de comercio justo y orgánico básicamente venden superalimentos orgánicos y/o de comercio justo. Las tiendas especializadas en su mayoría tienen un enfoque particular, al igual que en la comida sana (superalimentos) o productos andinos. Estas tiendas pueden vender todo tipo de superalimentos, incluyendo orgánicos, de comercio justo y / o convencional.

Las empresas que se ocupan de 'superalimentos' en Finlandia están negociando diferentes productos y por lo tanto pueden tener diferentes acciones y posiciones en el mercado. Ninguna de las empresas importadoras no importa el alcance completo de productos seleccionados del Perú. Por lo tanto, el siguiente análisis dará más detalles acerca de la situación del mercado y de la segmentación.

#### 4.2.1 Segmentos de mercado

La segmentación del mercado de los productos seleccionados se puede hacer de diferentes maneras, pero la forma más práctica es de acuerdo con el tipo de productos y por la gama de productos comercializados por las empresas finlandesas.

En el sentido estricto, sólo los productos que se utilizan como suplementos a la dieta diaria (por lo general en formas de polvo) se clasifican como superalimentos en Finlandia. El grupo específico de empresas de 'superalimentos' comercializa estos productos. Otros segmentos son: los comerciantes de productos de granos, los comerciantes de frutas secas y nueces comestibles, los comerciantes de todo tipo de productos



orgánicos y comerciantes de productos frescos. Por lo tanto, los segmentos de superalimentos en el mercado finlandés son los siguientes:

- Segmento de superalimentos en polvo
- Segmento orgánico y comercio justo
- Segmento de frutas y hortalizas frescas
- Segmento de granos y semillas
- Segmento comestible de nueces y aperitivos

### **Proveedores de superalimentos (importadores/empacadores/procesadores)**

El segmento de mercado de superalimentos ha comenzado a desarrollar en Finlandia desde 2008/2009. Hasta 2013 la mayoría de los productos fueron vendidos en las tiendas especializadas de alimentos orgánicos y saludables. Sin embargo, en 2014 muchos productos de superalimentos entraron en la corriente principal del mercado minorista finlandesa. Hoy este segmento de mercado tiene un valor aproximado de US\$28 millones en Finlandia y las cuatro principales empresas tienen alrededor del 60% de la cuota de este mercado. En el rango de mayor volumen de ventas, las cuatro marcas principales incluyen CocoVi (de Funcfood), Puhdistamo (Realfoods), Foodin (Rawmance) y Voimaruoka (Harmonia Vida). Sus volúmenes de ventas en 2015 pasan de US\$7.2 millones a US\$3.1 millones. El otro 40% es para otras empresas finlandesas y para los productos importados.

Las principales empresas en el segmento de superalimentos usualmente importan, empaquetan y procesan los productos secos y en polvo, especialmente cacao crudo, maca, lúcuma, bayas de Inca y camu camu. Las empresas de superalimentos importan también volúmenes menores de productos de granos y nueces (como la quinua, el amaranto o las nueces de Brasil).

El segmento de rápido crecimiento de superalimento en Finlandia es marcado por la frecuente introducción de nuevos productos. La categoría dominante son los productos en polvo, en primer lugar cacao crudo. Las barras de cacao crudo hechas de una variedad de ingredientes de 'superalimentos' están en alza.

Otras relevantes empresas finlandesas en este segmento son: [Leader Foods](#), [Suomen Luontaistukku](#), [Vianaturale](#), Andesa, [Goodio](#), [Frantsila](#), [Arctic Warriors](#) y [Masajo](#). Importante para la maca, en particular, es [Dealer's choice](#), el mayor proveedor de maca negra. Otra parte importante del segmento de superalimentos representan las marcas importadas, tales como [Biona](#), [Four Sigmatic](#), [Of the Earth](#), [Govinda](#), [Raw Gorilla](#). Tenga en cuenta que muchos productos comercializados en este segmento son productos orgánicos y negociados por los especializados comerciantes de orgánicos, véase para más información a continuación.

Las empresas en el segmento de superalimentos ofrecen las mejores oportunidades para los proveedores peruanos, ya que son las más interesadas en la compra de productos directamente del Perú. Algunas de ellas ya importan productos directamente del Perú, pero aún en volúmenes relativamente bajos.

En el rango de superalimentos, la cúrcuma tiene una posición especial. La cúrcuma en polvo comercializado como superalimento en tiendas especializadas se vende generalmente en envases de consumo de > 100 gramos, mientras que los principales minoristas venden la cúrcuma en envases más pequeños como condimento. La cúrcuma se vende también fresca y como un complemento alimenticio.

Otros detalles de la cúrcuma son:

- Se vende bajo muchas marcas, envases varían de bolsas de papel a los botes de cristal.
- Algunas de las marcas vendidas: German 'Sonnentor', UK 'Suma Organic', French 'Terra Madre'.
- La marca líder de los minoristas principales para las especias de cúrcuma es [Santa Maria](#) (Paulig group). Otras marcas de especias de cúrcuma en Finlandia incluyen [Prima](#), [Meira](#) (parte del grupo italiano) y [MaustePörssi](#).

- Mayoristas de la cúrcuma a granel como ingrediente son [Lihei](#) (parte del grupo Solina) y [Maustepalvelu](#) (parte del grupo Berentz).

### Proveedores de orgánicos y comercio justo (importadores/envasadores/procesadores)

El segmento de alimentos orgánicos en Finlandia comenzó a desarrollarse en 1980. Hoy en día, las ventas de productos orgánicos son alrededor del 1,8% de todas las ventas de alimentos. Las ventas de productos orgánicos aumentaban rápidamente hasta el año 2012. Desde entonces, el crecimiento del mercado orgánico se ha ralentizado debido a la recesión económica, pero las ventas de productos orgánicos siguen aumentando.

En 2015, el mercado de productos orgánicos de Finlandia ascendió a US\$267 millones. Las frutas y hortalizas frescas y la leche tienen una gran proporción de este mercado, y el 55% se compone de alimentos producidos localmente. Los "superalimentos" importados a Finlandia son a menudo orgánicos certificados, y por lo tanto, los proveedores de alimentos orgánicos son un interesante grupo objetivo para los proveedores peruanos. La mayoría de los importados productos orgánicos de superalimentos son los productos secos, granos, semillas y nueces, importados como productos estables en la temperatura de sala que no requieren refrigeradoras para conservarse.

Los proveedores de productos orgánicos y de comercio justo son los importadores y proveedores significantes de las nueces de Brasil y el amaranto. Importan también productos de superalimentos en forma de polvo, pero en volúmenes más pequeños en comparación con el "segmento de superalimentos". Los 4 mayores importadores de alimentos orgánicos en Finlandia son: [Aduki](#) (US\$6.7 millones el volumen de negocios), [Makrobios](#) (US\$5.8 millones), [Organic Health](#) (US\$2.1 millones) y [Ekolo](#). Además, la [ITU](#) es el proveedor importante de los productos orgánicos y biodinámicos.

El Comercio Justo es un mercado muy pequeño para superalimento. Aunque las empresas orgánicas antes mencionadas son al mismo tiempo los proveedores de los productos certificados del Comercio Justo, estos volúmenes son pequeños. Hay otro sub-segmento de las empresas que son especializadas de Comercio Justo, como líder en el mercado [FairMary](#). Se centran en la producción de chocolate, té y café y ofrecen las oportunidades a los proveedores peruanos de cacao de comercio justo. Otras empresas de comercio justo en Finlandia suelen vender las marcas importadas y se pueden encontrar en el sitio web de [Fairtrade Finland](#). Las empresas del sector orgánico tienen un interés moderado en la importación directa de América del Sur y Perú. Por lo general, importan productos orgánicos de los comerciantes europeos; sólo algunos de ellos están interesados en la importación directa del Perú.

### Segmento de frutas y hortalizas frescas

El segmento de las frutas y hortalizas frescas es relevante para la chirimoya y específicamente Physalis fresco. En los últimos 5 años este segmento en Finlandia mostró un crecimiento anual del 9% en los minoristas, a cerca de US\$2 mil millones en 2015. También, los bares de ensaladas y otros conceptos convenientes se han vuelto comunes. Sin embargo, los volúmenes de venta de frutas exóticas y hortalizas (incluidos chirimoya y Physalis) siguen siendo insignificantes en comparación con los grandes productos de volumen como la naranja y el plátano. La mayoría de las frutas y verduras se venden por la distribución comercial minorista.

Las marcas internacionales de importación dominan el mercado finlandés. Los minoristas son suministrados por importadores especializados y empresas mayoristas, de los cuales los más importantes son [Veikko Laine](#) (US\$ 667 millones de ventas anuales) y [Satotukku](#) (US\$83 millones). Veikko Laine es un distribuidor de varias marcas internacionales (como Chiquita, Dole, Del Monte, Jaffa), mientras Sattotukku vende principalmente frutas y verduras sin marca. Por el momento, estas dos empresas y [Vihannesporssi](#) (US\$22 millones) importan physalis frescas y chirimoya. La cuarta empresa en este grupo, Rikainen (US\$11 millones), no comercializa estos dos productos.

Además, hay varias otras empresas incluidas en la cadena de suministro de frutas y hortalizas frescas. Estas empresas hacen las operaciones que consisten en el lavado, pelado, corte y embalaje de frutas y hortalizas frescas y les ofrecen en "listos para comer" paquetes para el consumidor. Como [Apetit Group](#) y [Fresh Servant](#). A pesar de que los principales mayoristas también ofrecen productos orgánicos, algunos pequeños comerciantes están especializados en los frescos productos orgánicos, tales como [Bio-Välitys](#).

Physalis fresca y chirimoya fresca son generalmente importados de los Países Bajos en volúmenes relativamente pequeños. El consumo finlandesa semanal de Physalis fresca es 30-40 cajas, alrededor de 1-2 toneladas por año. La oferta es regular y en bases semanales y estable a lo largo de los años.

Al contrario, el suministro de chirimoya es irregular y esporádico. Chirimoya se importa sólo par de veces al año y las cantidades son por lo general uno o dos paletas por ocasión. La chirimoya es relativamente desconocida entre los consumidores finlandeses. Ellos no están muy familiarizados con el sabor de la chirimoya fresca y prefieren otras frutas exóticas con un sabor mejor.

### Segmento de granos y semillas

El segmento de granos y semillas incluye la quinua y el amaranto (kiwicha), y también las semillas de chía y otros productos procedentes del Perú. Este segmento no está completamente separado de otros segmentos mencionados anteriormente, porque las empresas de 'superalimentos' y de alimentos orgánicos también ofrecen cereales y semillas. Sin embargo, la mayoría de los granos y semillas se venden por la distribución comercial minorista, donde se venden en las categorías separadas. En esta categoría el producto principal es el arroz, pero la quinua y el amaranto son más comparables con los productos como el cuscús, bulgur o mijo, ya que estos productos también requieren poco tiempo de preparación.

Las ventas de quinua en Finlandia han aumentado mucho, por lo que es un producto de corriente en los minoristas. Las marcas líderes de productos importados son: [GoGreen](#) (de Suecia, [Lantmännen Cerealia](#)) seguida por [Urtekram](#) (Dinamarca). Las marcas principales de quinua en Finlandia son: Aduki, CocoVi y Foodin. Entonces, la quinua producida en local se ofrece (empresa [Rainingon](#)) como una marca propia en las tiendas de K-grupo y también como [Sunspelt](#).

Quinua se vende también como ingrediente en varios productos procesados. Sin embargo, estos productos son generalmente importados y no se producen localmente. Los productos de quinua incluyen harina de quinua de 'Foodin', y también marcas importadas, tales como 'BioFair' (orgánico y de comercio justo) y 'Govinda'.

La mayoría de quinua es blanca, pero la quinua de color rojo y mezclado está disponible también (marca francesa 'Primeal'). Las hojuelas de quinua se venden bajo la marca alemana 'Govinda'. El pan de quinua crujiente se vende bajo la marca francesa 'Le Pain des fleurs'. También se vende como un bocadillo crujiente y dulce producido por un pequeño productor finlandés (marca 'luontoherkku'). Hay pequeñas ventas de chocolate con quinua de la marca francesa 'Ethiquable'.

Para el amaranto (kiwicha) la mayoría está orgánico certificado y el proveedor líder de Finlandia es Aduki. Las marcas importadas están disponibles también, tales como marcas alemanas 'Govinda' y 'Rapunzel'. Además, hay un pequeño mercado de amaranto reventado (marca del RU 'Biona' y la marca finlandesa 'Andesa').

### El segmento de las nueces comestibles y aperitivos












El segmento de mercado de las nueces comestibles y aperitivos cubre las nueces de Brasil y corn nuts (maíz cancha).

Corn nuts no se consideran como un producto de 'superalimento', sino como aperitivos salados. El consumo es muy pequeño, en comparación con las patatas fritas o cacahuetes. La marca líder de corn nuts (crujientes de maíz) en el mercado finlandés es la marca sueca [Exotic Snacks](#).







Al contrario, las nueces de Brasil son consideradas como un "alimento sano" y muestran una tendencia al alza en el consumo. La mayoría de las nueces de Brasil son orgánicas certificadas, ya que se obtienen de los bosques salvajes del Amazonas. Se venden a menudo en envases de consumo como una merienda saludable o como uno de los ingredientes de mezclas de tentempié de frutas y nueces secas.









Principales proveedores de las tiendas de comida saludable son [Aduki](#), [Makrobios](#), [Organic Health](#) y [Rawmance](#). Principales proveedores de minoristas son marcas finlandesas como [Salliselta](#), [Eldorado](#), [Green Taste](#), y marcas importadas como Urtekram y [Life Food](#).

Figura 4.2 a/b: Selección de las marcas líderes de superalimentos presentadas en el mercado finlandés.

Marca	Producto/ Ilustración	Marca	Producto/ Ilustración	Producto/ Ilustración	Producto/ Ilustración	Producto/ Ilustración
Jamie Oliver		Urtekram				
	Quinoa meal		Brazil nuts	Quinoa		
GoGreen		Puhdistamo				
	Quinoa white grain		Superfood mixes		Incan berries	
Eldorado		Coco Vi				
	Brazil nuts		Raw chocolates with superfood ingredients	Quinoa	Camu Camu	Lucuma

<p><b>Salliselta</b></p> 	<p><b>Foodin</b></p> 			
<p><b>Voimaruoka</b></p> 	<p><b>BioFair</b></p> 	<p><b>Quinoa flour</b></p>	<p><b>Quinoa flakes</b></p>	
<p><b>Pukka</b></p> 	<p><b>Govinda</b></p> 			
<p><b>Organic Health</b></p> 	<p><b>Bio-Planete</b></p> 			
<p>Brazil nuts</p>	<p>Sacha Inchi oil</p>	<p>Fresh curcuma (non-branded)</p>		

<p><b>Aduki</b></p> 	<p><b>On the Earth</b></p> 
<p>Brazil nuts</p>	<p>Maca</p>
<p><b>Rapunzel</b></p> 	<p><b>Leader</b></p> 
<p>Amaranth</p>	<p>Superfood mixes</p>
<p><b>Andesa</b></p> 	<p><b>Sunspelt</b></p> 
<p>Popped amaranth</p>	<p>Quinoa</p>
<p><b>Primeal</b></p> 	<p><b>Le pain des fleurs'</b></p> 
<p>Red and tricolor quinoa</p>	<p>Crisp quinoa bread</p>
<p><b>Marca</b></p>	<p><b>Marca</b></p>
<p>Producto/ Ilustración</p>	<p>Producto/ Ilustración</p>
<p>Marca</p>	<p>Producto/ Ilustración</p>
<p>Producto/ Ilustración</p>	<p>Marca</p>
<p>Producto/ Ilustración</p>	<p>Producto/ Ilustración</p>

<p><b>Alara</b></p> 	<p><b>Sonnetor</b></p> 	<p><b>Terra Madre</b></p> 
<p>Maca muesli                      Curcuma                      Curcuma</p>		
<p><b>Born to Bio</b></p> 	<p><b>Dealers' Choice</b></p> 	<p><b>Green taste</b></p> 
<p>Sacha Inchi cosmetic oil                      Black maca                      Brazil nuts</p>		
<p><b>Nature's Pride</b></p> 	<p><b>Exotic snacks</b></p> 	
<p>Fresh physalis                      Corn nuts</p>		

### 4.3 Rutas de acceso

El transporte marítimo, aunque lleva 33-35 días en promedio, es el método de transporte más común para la importación directa de los superalimentos del Perú. Como los volúmenes de importación son bastante pequeños para la mayoría de los superalimentos, los Contenedores a Carga Completa (FCLs) no es el servicio de envío más utilizado. En cambio, los importadores utilizarían los Contenedores con Carga Parcial (LCL) para la importación directa del Perú (en vez de usar el transporte aéreo que se considera demasiado caro). Helsinki es el principal puerto marítimo de Finlandia, así que hay frecuentes líneas directas entre Callao-Helsinki.

### 4.4 Aproximados costos logísticos

Las empresas finlandesas que importan directamente del Perú en la mayoría de los casos importan FOB y a veces ExWorks. CIF términos se utilizan raramente, ya que se considera demasiado caro (USD 2,000 más caro que cuando los importadores finlandeses organizan el transporte).

FOB de flete marítimo de Callao, del Perú a Helsinki, Finlandia se reduce alrededor de US\$1800 - 1820 (contenedor de carga útil de 24t/20 pies). Los principales costos adicionales son los siguientes:

- Costos del agente en Finlandia: US\$90
- Guía de carga: US\$65
- VGM pesaje de contenedores (Masa bruta Verificada): US\$50
- Costos del puerto en Finlandia: €545 (US\$606)

Los proveedores peruanos pueden también exportar sus productos de superalimentos a través del transporte aéreo. De Lima, Perú a Helsinki, Finlandia costará alrededor de € 610 (US \$ 678) para una paleta de 100KG.

## 4.5 Agencias líderes de envío

Los importadores finlandeses utilizan diferentes agencias del transporte para las importaciones procedentes de los países de América del Sur. Por lo general, el costo de transporte del Perú es más caro en comparación con los países al este de América del Sur, porque las agencias de envío tienen que pagar una tarifa para viajar a través del Canal Panamá. En general, los importadores finlandeses recomiendan las agencias de los países del Benelux y con los sedes en Suecia y Dinamarca. Las agencias de envío recomendadas por los importadores finlandeses son los siguientes:

- [DHL Global Forwarding](#) - capaz de enviar pequeñas cantidades directamente a la dirección de los compradores finlandeses. Sin embargo, esta es la carga aérea y por lo tanto relativamente cara.
- [DSV Global Transport and Logistic](#) - proveedor de logística de Dinamarca con las operaciones mundiales. DSV incluye transporte marítimo del Perú, pero también un comercio por Europa de productos de superalimentos de puertos como Rotterdam, Hamburgo o Felixstowe.
- [UPS](#) (United Parcel Service) – uno de los proveedores líderes del mundo, como DHL. Especializado en las cantidades pequeñas y por eso caro.
- [Maersk Line](#) – la división global de contenedores del A.P. Moller - Maersk Group, la compañía danesa. Es la mayor empresa de transporte de contenedores del mundo.
- [Sweden Transport & Logistic Shipping AB](#) – compañía que trabaja principalmente como Agentes marítimos y de línea. Ellos trabajan como agentes de Ro-Ro, breakbulk, para varios tamaños y sectores de contenedores, y también en los corredores de buques.
- [DB Schenker](#) – división logística de Deutsche Bahn AG. Aunque Schenker es un gran promotor de la carga del océano, los importadores de superalimentos finlandeses la utilizan con frecuencia para el transporte por carretera de mercancías importadas de los Países Bajos o Alemania.

## 4.6 Canales de comercialización

Hay dos canales dominantes de comercialización: principales cadenas minoristas y tiendas especializadas. En promedio, alrededor del 60 % de las ventas de superalimentos va a través de tiendas especializadas y alrededor del 40 % a través de la corriente principal minorista de alimentos. Otros canales son ventas en línea y los mercados abiertos como la Plaza del Mercado de Helsinki (Kauppatori) y mercados ubicados en los edificios grandes (tales como salas de mercado en [Helsinki](#), [Turku](#), [Tampere](#), [Vaasa](#) o [Kuopio](#)).

### 4.6.1 Principales cadenas minoristas (el 40% cuota del mercado)

El comercio de alimentación de Finlandia se caracteriza por la consolidación en curso. Cadenas (o grupos) se han creado, y la adquisición y logística eran cada vez más centralizadas. En 25 años, el número de las tiendas bajó de casi 10.000 a aproximadamente 3.100. Hoy en día, el 30 % de provisiones más importantes representan el 80 % de todas las ventas de comestibles.



En 2015, el valor de las ventas al por menor de alimentos alcanzó 7,3 mil millones de euros. La principal cadena minorista en Finlandia es [S-group](#) (el 45-50% participación en las ventas) seguida de [K-group](#) (30-35%), [Lidl](#) (7-10%), y [Suomen Lähikauppa](#) (5-7%). Y la consolidación continuará tomando en cuenta que K-group adquirió Suomen Lähikauppa en abril de 2016. Otras cadenas minoristas incluyen [Tokmanni Group](#), [Stockmann](#), [M-Chain](#), [Minimani](#), [R-kioski](#) y [Heino](#).

Las marcas blancas juegan un papel importante en el principal canal minorista. Mientras Kesko Food tiene 2 marcas blancas ('Pirkka' y 'Euro Shopper'), S-Group tiene 3 de ellos: 'Rainbow' y 'Kotimaista' para los productos fabricados en Finlandia y 'X-tra' para los productos comprados en Coop Trading, una nórdica organización de compras. Varios aperitivos de frutas secas y nueces se venden bajo las marcas de 'Rainbow' y 'X-tra', pero no incluyen las nueces de Brasil o bayas de Inca.

Las mayores partes de los productos de superalimentos se venden en las siguientes tiendas:

- S-group
  - S-market – el mayor de las cadenas de supermercados de S Group, con 436 tiendas en 2015. Los productos de superalimentos en polvo se venden en los estantes separados, junto con las proteínas en polvo, barras de cacao crudo y algunos complementos alimenticios. Los más comunes son el cacao crudo, la maca y las semillas de chía. La quinua se vende en los estantes con productos de granos y semillas. El amaranto se puede encontrar sólo en las más grandes tiendas de S-market, lo mismo pasa con physalis frescas, las nueces de Brasil y nueces de maíz. Las nueces de Brasil se encuentran en los estantes de frutos secos y otros frutos comestibles, mientras que las nueces de maíz se encuentran en los productos de aperitivo.
  - Prisma – cadena de hipermercados con cerca de 50 tiendas en Finlandia y los estados de Báltico, en las grandes ciudades. Prisma vende los mismos productos de superalimentos como S-group, pero la oferta total es mucho más grande y los estantes con superalimentos son mucho más largos.
  - Alepa – pequeñas tiendas de comestibles, de las que sólo 93 tiendas operan en la región metropolitana de Helsinki. Alepa está vendiendo solamente la quinua y las barras de cacao crudo.
  - Sale – equivalente de Alepa para todos los áreas fuera de Helsinki. En 2015, 291 tiendas proporcionaron con comestibles todos los días, con una oferta comparable a Alepa.
- K-group
  - K-market es el concepto de tiendas más pequeño en Finlandia. Había 476 tiendas en 2015, en toda Finlandia. Cada tienda ofrece alrededor de 5.000 productos, y de la gama de los productos superalimentos sólo barras de cacao y la quinua.
  - K-supermarkets es el concepto principal de tiendas de K-group. Había 219 K-supermarket tiendas en 2015, cada una vendiendo alrededor de 10.000 productos. La oferta y presentación de superalimentos es similar al S-markets.
  - K-cytime markets es el mayor concepto de K-group. Hay 81 tiendas de K-citymarket en Finlandia, cada una vende alrededor de 18.000 productos. Cuando se trata de superalimentos, K-cytime markets son comparables a las tiendas de Prisma de S-group.
- Lidl es una cadena de tiendas de propiedad alemana que por lo general no vende productos 'superalimentos' en Finlandia.
- Suomen Lähikauppa fue adquirida por Grupo-K en el año 2016.

#### 4.6.2 Tiendas especializadas (el 60% cuota del mercado)

Las tiendas especializadas que venden alimentos orgánicos y funcionales desempeñan un papel clave para los productos de superalimentos. Algunos productos específicos, como el jarabe de yacón, sachá inchi aceite o maíz morado, se venden sólo en este canal de venta. Hay 3 líderes del mercado:

- [Ruohonjuuri](#) - Ruohonjuuri es el líder del mercado (> 16 millones de euros el volumen de negocios) en Finlandia y actualmente opera 9 tiendas (4 en Helsinki, una en Turku, Tampere, Espoo, Raisio y Oulu). Una tienda está ubicada cerca de la sede de la empresa y se considera como la tienda principal para superalimentos en Finlandia entera. Aunque no hay muchas tiendas, Ruohonjuuri tiene las ventas más altas en línea de productos de alimentos orgánicos y saludables en Finlandia. Prácticamente todos los proveedores venden productos a Ruohonjuuri, pero los principales proveedores son Aduki y Makrobios. Todos los productos peruanos mencionados (excluyendo Algarrobo) se pueden encontrar en Ruohonjuuri.



- [Life](#) – Life Finland (> 9 millones de euros el volumen de negocios) es una filial de Life Europe, la mayor cadena de productos de salud en los países nórdicos, con cerca de 450 tiendas. Debido a los problemas financieros, 15 de las 100 tiendas en Finlandia se cerraron en 2015. En Finlandia, Life funciona como una franquicia y locales empresarios finlandeses administran las tiendas. Las de Life ofrecen varios productos en polvo de superalimentos y una serie de suplementos alimenticios.

- [Ekolo](#) – Ekolo (3 millones de euros el volumen de negocios) cuenta con 2 tiendas, pero se centra en las ventas en línea. Ekolo está también mayorista y proveedor de algunas tiendas pequeñas de alimentos saludables en Finlandia.
- [Punnitse ja Säästä](#) (Weigh and Save, (12-14 de millones de euros el volumen de negocios) es un concepto de tienda de comida que crece rápidamente en Finlandia, con más de 70 tiendas. Venden nueces en grano, frutas secas, harina, etc., y también una amplia variedad de productos orgánicos. Además de los productos sin envase, venden también los productos envasados como las galletas y el chocolate, la mayoría son orgánicos y libres de gluten. Son muy relevantes para la venta de nueces de Brasil y también venden algunos de los productos envasados de superalimentos en polvo (tales como las bayas secas en polvo de origen local).

Algunas pequeñas tiendas de alimentos ecológicos, orgánicos y de línea incluyen: [Ceesta](#), [Retuly](#), [P-store](#), [Vegekauppa](#), [Vitaravinne](#), [Superia](#), [Natural Superfoods](#) y [Cucurbita](#).

### 4.7 Fijación de los precios

Los precios de los productos de superalimentos importados directamente a Finlandia son más o menos los mismos que en los otros países de la UE. Sin embargo, la mayoría de los importadores importan los productos peruanos a través de los proveedores europeos en volúmenes relativamente pequeños. Esto añade algunos costes adicionales, por lo que el precio de importación se hace mayor. Esto se refleja en el precio al por menor de productos de superalimentos, que es más alto que en los países europeos que importan directamente de Sudamérica.

#### 4.7.1 Estructura de pago

La mayoría de las empresas finlandesas aceptan pago por adelantado al comenzar a trabajar con los nuevos importadores. Después de unas entregas suelen cambiar a pagar por las mercancías cuando se entregan.

Cuando se establece la confianza, muchas empresas piden retraso en el pago de hasta 30 días. Sin embargo, algunas empresas utilizan siempre la misma estructura de pago del 50% pago por adelantado y el pago del 50% después de la entrega.

#### 4.7.2 Evolución de los precios









Evolución de los precios son diferentes para cada producto. El balance oferta/demanda puede ser un importante motor de esta evolución. En los años en que algunos cultivos son bajos, los precios de cosechados suben. Esto es muy relevante para las nueces y la fruta fresca. Para la mayoría de los productos en polvo o grano precios son relativamente estables, pero hay excepciones. Por ejemplo, los precios mundiales de quinua aumentaron considerablemente en 2012-2014 (de USD 3,2 en 2012, a 6,2 dólares por kg en 2014) y luego cayeron bruscamente en 2015. La situación similar fue con maca; los precios alcanzaron su punto máximo en 2015 (de 7-8 US \$ a más de 40US \$ por kg). Los precios se han estabilizado en 2016, pero se mantienen en un nivel más alto (alrededor de 10 US \$) que antes. Esto sucedió porque los compradores chinos comenzaron a comprar grandes volúmenes de raíces de maca fresca del Perú con la intención de iniciar la producción de maca en China.

La siguiente tabla muestra los precios FOB y los precios al por menor de los superalimentos más importantes del Perú.

Tabla 4.3: FOB y los precios al por menor de superalimentos en Finlandia

Producto	Rango de precio FOB en Finlandia (US\$/kg)	Precios al por menor (US\$ /kg)
<b>Quinua</b>	3 – 4	10-28. Quinua convencional es alrededor de las 11, quinua orgánica es alrededor de 16-18.
<b>Maca</b>	Alrededor de las 10 En 2014 fue 7-8 y en 2015 aumentado cerca de 20	De 22 a 89. Tablets around 178. Maca negra 278.
<b>Camu Camu</b>	40-60	278
<b>Lucuma</b>	14-16	56-67
<b>Amaranth</b>	2-3	7-8
<b>Bayas de Inca</b>	Alrededor de 15	56-67
<b>Yacón syrup</b>		100

Tabla 4.4: Ejemplos de los precios de productos de superalimentos en el mercado finlandés, por canal minorista (especializados y principales) (precios de amaranto, maíz cancha, maíz gigante y yacón no están disponibles).

Product	Specialized	Specialized	Product	Mainstream	Specialized
<b>Aguaymanto</b>			<b>Quinoa</b>		
	Life, 300 grams, US\$ 16,81	Ruohonjuuri, 150 grams, US\$ 13.21		Prisma (S-group), 400 grams, US\$4,04	Ruohonjuuri, 600 grams, US\$ 9,90
<b>Algarrobo</b>			<b>Brazil nuts</b>		
	Ruohonjuuri, 270 grams, US\$7,63	Ruohonjuuri, 500 grams, US\$4,81		Prisma (S-group), 100 grams, US\$4,19	Ruohonjuuri, 150 grams, US\$5,52

## Camu camu



Ruohonjuuri, 100 grams, US\$27,59

## Curcuma



Prisma (S-group), 60 grams, US\$1,33



Life, 100 grams, US\$5,31

## Chirimoya



Ekolo, 250 ml, US\$16,70



Ruohonjuuri, 250 ml, US\$17,64

<b>Lucuma</b>				
	<i>Life, 300 grams, US\$19,68</i>	<i>Ruohonjuuri, 500 grams, US\$17,64</i>		
<b>Maca</b>				
	<i>Ruohonjuuri, 300 grams, US\$18,52</i>	<i>Life, 250 grams, US\$21,12</i>		

**Maiz morado**



*Ruohonjuuri, 200  
grams, US\$5,09*

**Sacha inchi**



*Ekolo, 100 ml,  
US\$16,48*



*Ruohonjuuri, 50 ml, US\$22,67*

## 5. Análisis de la demanda

### 5.1 Perfil del consumidor

Consumidores de los productos de superalimentos en Finlandia se pueden dividir en las 3 categorías principales: compradores comunes, la gente que compra 'comida sana' y los que buscan la cura.

- **'Compradores comunes'** son mayormente las mujeres que empiezan a comprar en el momento que los productos entran la mayorista, como en el caso de **quinua** y **semillas de chia**. Su motivación de compra es más emocional que lógica.
- **'Los consumidores de alimentos saludables'** están muy bien informados, son los consumidores masculinos y femeninos conscientes de la compra. Su motivación de compra es impulsado de manera más **lógica**. Este grupo de consumidores incluyen atletismos, los practicantes de yoga, y los consumidores especiales relacionados con la dieta. Ellos leen cuidadosamente las etiquetas de los productos y son muy curiosos para averiguar la información sobre el origen del producto, contenido de nutrientes y la descripción de la calidad del producto. En esta categoría se compra la mayoría de los productos **superalimentos en polvo** tales como la lúcuma, la maca y camu camu. También son los primeros consumidores a probar nuevos alimentos, como **el jugo de maíz morado, polvo de algarrobo, zumo de chirimoya o polvo de sachu inchi**.
- **'Buscadores de la cura'** son personas que sufren de cualquier tipo de enfermedades. Este grupo es bastante pequeño y no regular. Incluye pacientes de muchas enfermedades degenerativas que siguen dietas especiales con el objetivo de curar a sí mismos. También hay **personas mayores** que utilizan superalimentos como la prevención contra las enfermedades.

Hace unos años, la Universidad de Ciencias Aplicadas de Savonia llevó a cabo una investigación sobre la percepción del consumidor de superalimentos entre la población más joven (estudiantes). El estudio incluyó 623 estudiantes y varias empresas. Los principales resultados son los siguientes:

- La imagen de superalimentos es positiva, se consideran saludables, naturales y altas en nutrientes.
- La publicidad extensiva de los superalimentos se percibe principalmente negativo. Los medios sociales son un principal canal de publicidad, pero la cantidad de información recibida es tan grande que los consumidores no pueden comprobar fácilmente la fiabilidad de la información que reciben. Así que muchos consumidores dudan de si 'de curación especial' y otros efectos de los superalimentos comercializados son ciertos.
- Superalimentos son considerados como caros con poca disponibilidad en el mercado.

La investigación se centró también en los canales de comunicación y llegó a la conclusión de que el uso de Internet y las revistas especializadas son las mejores herramientas de promoción de los superalimentos del Perú.

El último resultado interesante es el tipo de producto de superalimento de que la población más joven era consciente. Las frutas de bayas y los arándanos en su mayoría se percibían como los superalimentos principales. También se mencionaron maca en polvo y el chocolate crudo. Se mostró que las bayas de Goji son mucho más conocidas que las bayas de Inca.

### 5.2 Análisis de tendencia

En general, la demanda de productos de superalimento está aumentando en Finlandia. La importación está aumentando; especialmente dirigido por el aumento de la demanda de quinua, cacao crudo y semillas de chía. Sin embargo, no todos los productos peruanos muestran una tendencia similar. La tendencia de esta



comida comenzó alrededor de 2007 y en un principio los superalimentos más populares eran el cacao, el goji y la maca. Debido a la mala publicidad, la popularidad de goji ha disminuido y todavía es baja.

Por el momento, productos con alta potencial de venta en Finlandia son el cacao crudo en todas las formas posibles (en polvo, plumillas, mantequilla, etc.), las semillas de chía, la maca, Chaga, roseroot, guaraná, extractos de hongos, aceite de coco, agua de coco, polvos verdes (tales como espirulina y chlorella), todos tipos de frutos secos, bebidas de kombucha y muchos productos orgánicos de cosmética. Hay una gran demanda de productos que mejoran la digestión y el metabolismo y por lo tanto contribuyen a perder peso.

Desde el punto de vista de las tendencias, los productos de superalimento se pueden dividir en 4 categorías:

- A – Los productos con demanda creciente con el tiempo y que se espera que la demanda tiene un crecimiento natural sin esfuerzos adicionales de proveedores peruanos.
- B – Los productos con una demanda estable y sin signos de aumento en un futuro próximo, pero con potencial de crecimiento basado en las actividades de marketing y publicidad.
- C – Los productos con la disminución de la demanda. Se necesitan grandes campañas de marketing y publicidad para estabilizar las ventas.
- D – Los productos desconocidos que no se venden en Finlandia.

### 5.2.1 El grupo A de productos

- Las ventas de quinua en Finlandia están aumentando. La quinua apareció hace varios años como un producto especial, mayormente vendido en las tiendas especializadas, pero ahora tiene una amplia disponibilidad en el principal comercio minorista. Los principales proveedores de superalimentos predicen continuo aumento de las importaciones de quinua en Finlandia y piensan que la quinua peruana tiene mejor calidad que la quinua producida en el país. También, hay un interés creciente en la quinua utilizada como el ingrediente, tal como en aperitivos crujientes y productos de panadería sin gluten.
- Las ventas de maca son estables por el momento, es de moda y minoristas están pronosticando el aumento de las ventas. La maca es un producto que tiene un precio muy sujeto a fluctuaciones y en 2015 el consumo de maca disminuyó significativamente debido a los precios muy altos. Los principales proveedores han disminuido tamaños de envase de consumo mientras se ha mantenido el mismo precio. Ver 4.7.2 para obtener más información. Sin embargo, los importadores no creen que la maca de China se convertirá en la competencia, ya que es de mala calidad. La maca es el ingrediente favorito en 'sex productos' y varios productores finlandeses de suplementos alimenticios la utilizan en sus productos. También, la maca ha comenzado a utilizarse como uno de los ingredientes favoritos en muslies orgánicos, las galletas, las barras de chocolate y los batidos mezclados en polvo. La maca negra tiene un potencial de crecimiento muy alto, como la maca gelatinizada.
- Las ventas de nueces de Brasil han obtenido buenos resultados. Esto está en línea con la tendencia de que los frutos secos se convierten en parte de una dieta sana de merienda. Nuevos productos lanzados son las nueces de Brasil recubiertos de chocolate crudo.
- Cúrcuma es el producto más popular, vendido en varias formas. Aunque la oferta de cúrcuma es bastante diversa, la que se vende en Finlandia proviene solamente de la India y Sri Lanka. Los proveedores mayores de cúrcuma en Finlandia son las empresas extranjeras. Además, se prevé que dentro de poco las marcas finlandesas empezarán a desarrollar una amplia oferta de los productos de superalimentos de cúrcuma. Por último, se vende también como la raíz fresca orgánica, el suplemento de comida y como el jugo 100%.

### 5.2.2 El grupo B de productos

- Las ventas de amaranto son pequeñas en comparación con la quinua. Parece que los consumidores finlandeses ya han empezado a usar mijo y/o alforfón. Además, el amaranto como ingrediente en las barras dulces de cereales se ha vuelto muy popular.
- Las bayas de Inca tienen las ventas pequeñas, pero estables. No son tan famosas y populares como las bayas de Goji. Sin embargo, se introducen los productos de lujo, como las bayas secas de Inca con el chocolate crudo orgánico, y las bayas de Inca también forman parte de las mezclas secas de Fruta roja.
- El camu camu tiene ventas pequeñas, pero estables. Sin embargo, en el largo plazo camu camu podría perder cuota de mercado debido a la alta competencia de otros productos de vitamina C, en el primer lugar de Amla, seguido de acerola. Si las propuestas de ventas de camu camu no se centrara sólo en vitamina C, esto podría ofrecer mejores ventas.
- Las ventas de lúcuma son pequeñas, pero estables. La venta podría aumentar mediante la aplicación de los productos del chocolate crudo. Los importadores y procesadores piensan que la lúcuma va bien con el cacao, confirmado por el hecho de que la lúcuma es la parte integral de los productos del chocolate crudo de casa en la producción "hágalo usted mismo".
- Maíz cancha (corn nut) tiene unas ventas estables en aperitivos salados, pero no se percibe como un producto de superalimento.

### 5.2.3 El grupo C de los productos

- El yacón. Las ventas de jarabe de yacón son muy bajas, ya que no se proporcione con regularidad en Finlandia y no es tan fácil de encontrarlo en las tiendas. La competencia de jarabe de arce y de diferentes tipos de mieles orgánicas es muy difícil para el jarabe de yacón. Las formas en polvo de yacón se siguen considerando como nuevo alimento y todavía no se permite la entrada a la UE.
- Las ventas de aceite de Sacha Inchi son pequeñas. Se comercializa como un producto cosmético y no tanto como el aceite comestible. De hecho, sachá inchi no es muy famoso en Finlandia, ya que hay buenas alternativas tales como el aceite de argán. Sachá inchi en polvo todavía se considera como un nuevo alimento y por lo tanto no está permitido todavía en la UE.
- El maíz morado tiene una disponibilidad muy limitada en Finlandia, mientras que el jugo de maíz morado no está disponible en absoluto. El producto no es muy famoso y no está bien anunciado así que los consumidores no saben cómo usarlo y por qué es beneficioso para la salud.
- La chirimoya es un producto desconocido y no se importa con frecuencia.

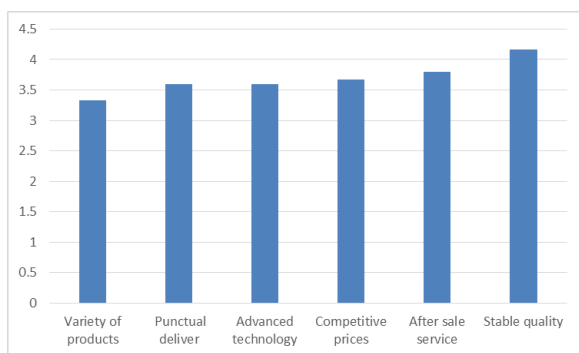
### 5.2.4 El grupo D de productos

Los siguientes productos no están disponibles en Finlandia: el maíz gigante, polvo de Algarrobo (también un nuevo alimento), el jugo de maíz morado, el jugo de chirimoya (raramente está disponibles en forma del jugo de graviola), y polvo de yacón.

## 5.3 Percepción de los productos peruanos

De acuerdo con el comerciante minorista el más relevante de los orgánicos y superalimentos, Ruohonjuuri, la percepción de los productos peruanos es en general positivo. Sin embargo, los consumidores comunes no son típicamente conscientes de los orígenes de los productos. Esto es particularmente cierto para la quinua. Al contrario, la maca es frecuentemente comercializada como "maca peruana" y "las bayas de Inca" que implican el origen por el nombre del producto. Los finlandeses coetáneos en el comercio y en las ventas de los superalimentos tienen una percepción positiva de los productos peruanos que compran (Ver Figura siguiente). Tenga en cuenta que en su mayoría no hay una relación directa con los exportadores peruanos, sino con los comerciantes de otros países europeos.

*Figura 5.1: La clasificación promedio de diferentes criterios relacionados con las importaciones de los productos de Perú.*

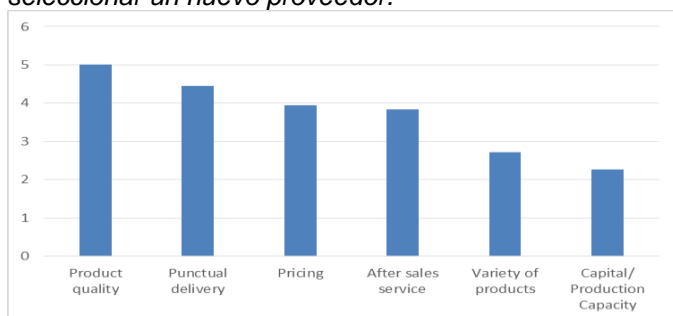


#### Algunos aspectos destacados:

- Un problema de calidad mencionado fue la presencia de residuos de plaguicidas en productos orgánicos.
- A los importadores finlandeses les gustaría importar más productos del Perú. Los productos buscados incluyen productos de valor añadido que están cubiertos por el presente informe, como las hojuelas de quinua y bocanadas, los polvos gelatinizados (lúcuma, quinua), maca negra en polvo y los productos ya empacados en Perú, en colaboración con el importador. Y otros productos como: los productos del cacao crudo (polvo, plumillas, mantequilla), las semillas de chía, polvo de cáñamo, el plátano seco en polvo, el jugo de cactus. También, varios importadores expresaron su deseo de convertirse en el primero en introducir un producto peruano hasta ahora desconocido en el mercado finlandés.
- Entrega puntual y la comunicación en general de los proveedores peruanos son insuficientes. Las entregas son a menudo tardes y lo mismo pasa con la comunicación, incluso en los casos de urgencia. También, carece el conocimiento del inglés.

Cuando las empresas finlandesas están buscando nuevos proveedores, son las más críticas sobre la calidad del producto, seguido de la entrega puntual. Esto confirma que la entrega puntual es uno de los puntos clave para la mejora de los proveedores peruanos. Otros factores importantes y su calificación se muestran en la figura siguiente.

*Figura 5.2: Clasificación media de la importancia de los varios criterios para los importadores finlandeses al seleccionar un nuevo proveedor.*



## 6. Requisitos del acceso al mercado

### 6.1 Medidas arancelarias

La mayoría de los productos de superalimentos pueden entrar libres de impuestos en Finlandia. En junio de 2012 la UE firmó un Acuerdo de Comercio con Colombia y Perú. El acuerdo se aplica provisionalmente con el Perú desde el 1 de marzo de 2013. Con el fin de tener un estatus preferencial para los productos de superalimentos, los exportadores peruanos deben obtener un certificado de origen (EUR 1) como la prueba oficial de que el producto exportado es de origen peruano.

### 6.2 Regulaciones

Para garantizar la seguridad alimentaria y la calidad de los productos alimenticios, la industria de procesamiento de alimentos y los proveedores minoristas deben cumplir con los requisitos legales. Como Finlandia es el miembro de la UE, los requisitos legales están armonizados y de acuerdo con los requisitos legales de la UE.

De acuerdo con el Sistema de Alerta Rápida para Alimentos y Piensos de la UE, en el 2015-2016 ha habido pocos casos en que los productos de superalimentos de origen peruano no cumplieron con los requisitos europeos: la presencia de salmonela en la cúrcuma, el uso de nuevos ingredientes alimentarios no autorizados en la quinua y las semillas de chía, nuevo alimento no autorizado en hojas secas de stevia y la presencia de pesticidas en la maca orgánica. En Finlandia hubo un caso de uso del nuevo alimento no autorizado en la hoja de graviola orgánica en polvo (*Annona muricata*) de la República Checa, con materia prima del Perú.

Los siguientes requisitos se aplican al comercio de los superalimentos en Finlandia:

#### 6.2.1 Seguridad general de alimentos

Todos los (super) productos alimenticios vendidos en Finlandia deben ser seguros. La ley subyacente para el aseguramiento de la inocuidad de los alimentos en Finlandia es la [Legislación alimentaria finlandesa](#) que se ha armonizado con la [Legislación alimentaria general](#) de la UE. Siguiendo la ley, todos los procesadores (incluyendo los empacadores, minoristas y el sector de servicio de alimentos) en Finlandia deben seguir los principios del Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) para garantizar la seguridad de los productos.

La regulación específica que determina más específicamente los requisitos de seguridad alimentaria se basa en la siguiente legislación europea:

- [Higiene de los productos alimenticios](#): define las condiciones de higiene requeridas por todos los actores de la cadena alimentaria.
- [Regulación de contaminantes](#): define el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios.
- [Criterios microbiológicos para los productos alimenticios](#): define el control, toma de muestra y el nivel máximo de contaminantes microbiológicos en los alimentos.
- [Regulación de límite máximo de residuos](#): define el nivel más alto de residuos de plaguicidas que se tolera legalmente dentro o en alimentos o piensos.
- [La legislación de irradiación de alimentos](#)
- [Regulación de la contaminación radiactiva de los niveles máximos permitidos de productos alimenticios y los piensos tras un accidente nuclear o cualquier otro caso de emergencia radiológica.](#)
- [Legislación sobre protección radiológica](#)

### 6.2.2 Las cuestiones prácticas

En la práctica, los importadores finlandeses requerirán resultados de las pruebas de laboratorio de los proveedores peruanos. Los requisitos comunes son las pruebas de contaminantes microbiológicos, el contenido de metales pesados, la prueba de que el producto está libre de OMG y los residuos de plaguicidas (más comunes para los productos orgánicos). Los casos especiales son:

- Periódicamente se requieren las pruebas para la presencia de aflatoxina en las nueces de Brasil.
- Para los productos con declaraciones de los valores nutricionales de sustancias específicas (por ejemplo, el contenido de vitamina C en el camu camu o el contenido de flavonoid en el cacao crudo) se pueden pedir pruebas de nutrientes específicos.

Los laboratorios que emiten resultados de las pruebas para los productores peruanos tienen que ser acreditados según la norma ISO / IEC 17025. El laboratorio más confiable en Finlandia es [Eurofins](#).

Al entrar en Finlandia, los inspectores de Aduanas finlandesas pueden solicitar pruebas adicionales. Esta es una práctica muy frecuente en la importación de los productos orgánicos y en los casos en que algún producto se importa por primera vez por cierto importador. Esas pruebas son pagadas por el importador y no por los exportadores peruanos. Sin embargo, las pruebas adicionales para los productos orgánicos son una de las razones por las que algunos de los importadores finlandeses prefieren importar productos de los proveedores europeos en lugar de hacerlo directamente desde el Perú. Por lo general, las pruebas adicionales de laboratorio ya están hechas por los proveedores europeos y en ese caso las aduanas finlandesas rara vez piden los importadores finlandesas para hacer pruebas de nuevo.

Nota que las pruebas se requieren para los productos finales y no para los ingredientes. Por ejemplo, los productos gelatinizados (maca o lúcuma) deben ser examinados después del proceso de gelatinización y no antes.

Un requisito muy importante de comprador es el nivel de calidad de los productos. Cada envío tiene que estar en conformidad con las especificaciones del producto. Las especificaciones de los productos son diferentes para cada superalimento del Perú, pero comúnmente existen requisitos especiales con respecto a las siguientes cuestiones:

- El nivel de humedad - específica para cada producto (por ejemplo para la quinua menos del 13%, para el amaranto menos del 12%, para las nueces de Brasil menos del 6%, para los productos en polvo por lo general menos del 10%)
- Pureza - por lo general máximo del 0,1% del nivel de impurezas
- Dimensionamiento: pertinente para los productos de granos y frutos secos
- Requisitos organolépticos como color, aroma, sabor
- Porcentaje máximo de granos rotos o nueces o porcentaje de fruta no completamente seca
- Nivel de la rancidez
- Presencia de saponine (usualmente por quinua y amaranto)
- Densidad de aceite de productos de aceite
- Nivel mínimo de las específicas sustancias químicas (por ejemplo, min 95% de curcumina en la cúrcuma en polvo)

### 6.2.3 Etiquetado

La normativa de etiquetado de Finlandia está en línea con la [Legislación de etiquetado de UE](#). La nueva legislación sobre etiquetado prohíbe inducir a error al consumidor. Por otra parte, no se puede poner que algún alimento es para la prevención, el tratamiento o la curación de una enfermedad humana. Otro punto importante es el etiquetado de alérgenos, donde los alérgenos tienen que ser resaltados en la lista de los ingredientes. Lista de alérgenos incluye las nueces de Brasil.

Los productos deben ser reconocibles por los consumidores. Los textos de las etiquetas deben ser claros a los consumidores de qué producto está en cuestión.

Una publicación relevante de los productos de superalimentos es [Guía de suplementos alimenticios](#) que se puede descargar de la página web de Elvira. Hay instrucciones para el etiquetado de los suplementos alimenticios.

El etiquetado debe ser escrito en finés y en sueco.

El etiquetado de un complemento alimenticio también indicará los nutrientes característicos del producto, la dosis recomendada para consumo diario y las siguientes advertencias:

- La dosis diaria recomendada no debe excederse.
- El complemento alimenticio no deberá utilizarse como sustituto de una dieta variada.
- El producto debe almacenarse fuera del alcance de los niños pequeños.

Está prohibido presentar un uso medicinal de los productos. Propiedades relacionadas con la prevención, el tratamiento o la curación de las enfermedades no deben ser presentadas o referidas al etiquetado.

Agencia del Medicamento finlandesa Fimea toma la decisión sobre si una sustancia o un producto es considerado como medicamento o suplemento. En caso de que no está claro si el producto es un medicamento o un suplemento alimenticio, el proveedor puede solicitar una decisión de clasificación de Fimea. Más información sobre la clasificación, así como las decisiones de clasificación de Fimea se puede encontrar en [Fimea's web site](#).

Un producto clasificado como un medicamento no puede comercializarse en tiendas de comestibles en Finlandia.

El proveedor debe asegurar que las declaraciones nutricionales y de salud en los textos de las etiquetas son de acuerdo a la Legislación [Healty Claim](#). Evira no ha prohibido el uso del término superalimento. Sin embargo, Elvira ha llegado a la siguiente conclusión, si este término se utiliza en la comercialización de productos alimenticios, entonces deberá ir acompañado de una declaración de propiedades saludables que especifica el efecto sobre la salud.

Las vitaminas y los minerales y sus formas que se pueden añadir a los complementos alimenticios se enumeran en el anexo I y II de [Regulación europea de vitaminas y minerales](#). No hay regulaciones nacionales finlandesas sobre las cantidades máximas. Sin embargo, el producto debe ser seguro cuando se consume de acuerdo con las instrucciones de uso. La Comisión Europea está preparando actualmente una propuesta de las cantidades máximas de vitaminas y minerales en los complementos alimenticios (y en los productos alimenticios fortificados).

Además, los productos para los que el contenido de vitaminas o minerales es extremadamente alto por dosis diaria se pueden clasificar como medicamentos por parte de la Agencia Finlandesa del Medicamento. Cada producto se clasifica por separado.

No existen disposiciones con respecto a las cantidades mínimas de vitaminas y minerales, pero en opinión de Evira es engañoso para referirse a la comercialización de un complemento alimenticio con vitaminas o minerales, si su contenido por dosis diaria es inferior al 15% del valor de referencia de la UE para la ingesta diaria.

El anexo del Reglamento (EC) 953/2009 de la Comisión enumera los [compuestos permitidos](#) los cuales pueden ser utilizados como fuentes de vitaminas, minerales y otros nutrientes en la producción de productos para la alimentación especial (por ejemplo, los productos dietéticos para deportistas, los productos de control de peso).

#### 6.2.4 Regulación específica de producto

Varios productos de la lista sugerida de productos se utilizan en la forma de polvo concentrado, con lo que se consideran como los suplementos alimenticios en el mercado europeo y finlandés. El proveedor es el responsable de que los productos están de conformidad con las regulaciones de alimentos válidos en Finlandia. La legislación más importante y las condiciones generales de venta de suplementos alimenticios, nutrición deportiva y productos de reducción de peso se pueden encontrar en la página web de la Autoridad de Seguridad Alimentaria de Finlandia Evira.

- [Suplementos alimenticios](#) – En la práctica de importación / exportación teniendo en cuenta todos los requisitos de los complementos alimenticios deben ser cumplidos por las empresas en el mercado finlandés. Esto significa que los exportadores peruanos de productos 'superalimentos' no tendrán directamente a tratar con las autoridades finlandesas, pero se les pedirá proporcionar toda la información necesaria a los importadores. Si un complemento alimenticio es nuevo en el mercado finlandés, la notificación debe ser sometida a Evira. Esta notificación será presentada por el fabricante o el importador o la empresa para la que se ha fabricado el producto.
- [Alimentos para reducción de peso](#) - Productos para la reducción de peso incluyen productos sustitutivos de comida y los productos de la dieta muy bajos en calorías (450 y 800kcal diarias). Más se puede leer en el enlace proporcionado.

### 6.3 Otras regulaciones

La regulación de los alimentos orgánicos y nuevos y los requisitos de comercio ético son específicamente relevantes para los productos que figuran 'superalimentos' del Perú.

#### 6.3.1 Alimentos orgánicos

Para vender superalimentos como orgánicos en la UE, tienen que estar plantados de acuerdo con los métodos de la producción orgánica, definidos en la [Legislación europea](#) y las condiciones e instalaciones de procesamiento deben ser verificados por un certificador acreditado, antes de que los proveedores pueden poner el logotipo ecológico de la UE sobre los productos.

#### 6.3.2 Los alimentos nuevos

Los productos alimenticios nuevos, que no han sido utilizados para el consumo humano en un grado significativo dentro de la UE antes de mayo de 1997 se conocen como nuevos alimentos. La seguridad de los nuevos alimentos se evalúa antes de que se permitiera la introducción a los consumidores. La comercialización de un nuevo alimento está autorizada bajo una decisión común de todos los países de la UE.

Nuevos alimentos autorizados incluyen, por ejemplo, ciertos alimentos con esteroides vegetales añadidos, aceites de krill y aceites de algas que son ricos en ácidos grasos omega, las semillas de chía (Salvia hispánica), así como productos de frutas procesadas por medio del tratamiento de pasteurización a alta presión. La seguridad de estos alimentos ha sido evaluada y varios operadores han emitido autorización de un nuevo alimento para estos alimentos.

Ejemplos de productos alimenticios y de sus ingredientes, los cuales han sido clasificados como nuevos alimentos, pero por falta de autorización puesta en el mercado bajo el Reglamento sobre nuevos alimentos son hojas de la planta Stevia (Stevia rebaudiana) y frambuesa Andino (Rubus glaucus). Sin embargo extracto de stevia y el jarabe de yacón se pueden vender.

No hay listas completas de nuevos alimentos o productos autorizados. La condición de nuevo alimento se determina siempre en cooperación con nuevos expertos en alimentos de la UE sobre la base de los conocimientos y materiales disponibles en la actualidad. Estas interpretaciones de nivel comunitario se han registrado en el público [Catálogo de comida nueva](#) mantenida por la Comisión Europea. Sin embargo, los

proveedores peruanos que quieren introducir nuevos productos en el mercado finlandés se aconsejan consultar a los importadores o directamente Evira.

Un nuevo alimento puede tener acceso al mercado a través de dos procedimientos diferentes. El procedimiento de solicitud se utiliza para nuevos alimentos introducidos por primera vez al mercado de alimentos en la UE. La autorización de comercialización a continuación, se concederá a petición del operador, que deberá contener la clarificación de la seguridad del producto de acuerdo con los criterios aprobados en la Comunidad. El procedimiento de notificación simplificada se puede utilizar para los productos que son sustancialmente equivalentes a alimentos previamente autorizados.

## 6.4 Certificaciones

### 6.4.1 La certificación orgánica

La certificación más común hecha por los importadores finlandeses es la certificación de productos orgánicos. La mayoría de los importadores finlandeses está siguiendo [Esquema europea de logotipo ecológico](#), aunque existe la posibilidad de colocar el logotipo ecológico Nacional de Finlandia. Esta etiqueta orgánica finlandés (Luomu) se proporciona y supervisa por Evira. También los productos importados pueden obtener esta etiqueta, pero en ese caso, estos productos tienen que ser envasados y etiquetados en Finlandia. El 95% de los ingredientes tiene que ser de la producción orgánica. Si el producto orgánico ha sido importado desde otro país de la UE, eso significa que ya está certificado orgánicamente y ya se puede marcar con diferentes certificaciones nacionales europeas.

[Luomuliitto](#) tiene algunas normas adicionales para la emisión de sus propias etiquetas de [Ladybird labels](#) de productos orgánicos de Finlandia y de región. [La Asociación Biodinámica finlandesa](#) administra el uso de la etiqueta Demeter internacional para los productos biodinámicos. La asociación tiene sus propias normas para la producción biodinámica de Finlandia sobre la base de las normas internacionales para la agricultura biodinámica.

### 6.4.2 La certificación de seguridad alimentaria

Los importadores finlandeses prefieren trabajar con los proveedores peruanos que tienen algún tipo de certificación de seguridad alimentaria. Algunos ejemplos de las independientes compañías internacionales de certificación acreditada, recomendadas por los importadores son [SGS](#), [CIS](#), [TÜV](#) o [Bureau Veritas](#). Sin embargo, por lo general los importadores finlandeses no insisten en la certificación de seguridad alimentaria, pero sí de los resultados de pruebas de laboratorio que necesitan ser acompañados con cada envío de mercancías.

La certificación GlobalGap es una necesidad para la exportación de productos frescos a Finlandia.

### 6.4.3 Certificaciones de Comercio justo

La mayoría de los importadores de superalimentos prefieren trabajar con empresas del Perú o en todo el mundo que tienen la prueba de la conducta ética en los negocios. Por lo general, los proveedores no están obligados a ser certificados oficialmente de comercio justo, sino que proporcionar prueba suficiente de la responsabilidad social corporativa. Los principales importadores suelen visitar los productores de los países proveedores con el fin de comprobar si los agricultores son pagados justo o si la empresa o el suministro de una cooperativa invierten en la mejora de la vida en las aldeas locales.



### 6.4.4 Otras certificaciones

FuncFood proveedor tiene el objetivo de desarrollar un sistema de control de calidad de superalimento. Esto se refiere al control de calidad por parte de los consumidores y no se requiere ninguna certificación adicional



de proveedores peruanos. En el reciente futuro, cada cliente puede ir en línea y comprobar cada producto tecleando un código del envase. De esta manera, los clientes recibirán unos verdaderos resultados del laboratorio para los productos específicos que están interesados. Este modelo se encuentra ahora en la fase de pruebas en la lengua finlandesa y estarán disponibles en breve. Será importante mostrar no sólo los resultados de seguridad alimentaria (metales pesados, pesticidas microbiología y residuos), sino también un contenido de producto químico funcional específico que son importantes para los consumidores. La idea final es el desarrollo de una marca de calidad llamado 'CocoVi certificado'.

Para los productos que contienen cacao, la certificación UTZ es cada vez más importante. Algunos importadores finlandeses están planeando de obtener sólo productos certificados de UTZ en un futuro próximo.

## 7. Las actividades de promoción

### 7.1 Ferias

Hay varias ferias comerciales que las empresas finlandesas visitan comúnmente y representan la oportunidad para los contactos directos con los proveedores peruanos. Pero, las ferias más importantes visitadas por los proveedores finlandeses no se organizan en Finlandia, sino en otros países europeos. Las ferias más interesantes para los proveedores peruanos para reuniones con los importadores finlandeses son los siguientes:

- [BIOFACH](#) (Febrero, Alemania) – la comida orgánica, mayor del mundo.
- [Productos orgánicos y naturales de Europa](#) (Abril, el RU) – alimentos naturales, cosmética y estilo de vida saludable.
- [Productos naturales de Scandinavia](#) (Octubre en Malmö, Suecia) – alimentos naturales, vitaminas, minerales, suplementos, alimentos saludables, productos naturales de belleza y alimentos orgánicos. Fuerte enfoque en los países nórdicos.
- [ANUGA](#) (Alemania, años irregulares, octubre) y [SIAL](#) (Francia, de años, octubre) – los dos más grandes e importantes ferias de alimentos y bebidas en Europa y en el mundo.
- [Logística de frutos](#) (Febrero, Alemania) – frutas y hortalizas frescas, el más grandes del mundo. También se incluyen frutas secas y vegetales.

### 7.2 Exposiciones

Hay tres exposiciones locales que pueden ser interesantes para los proveedores peruanos.

- [I Love me](#) exposición es un evento anual de 3 días celebrado en octubre en Helsinki. Este es el evento de la belleza, estilo de vida saludable y natural que tuvo lugar en la Expo de Helsinki y del Centro de convenciones. Aunque se trata de un evento de los consumidores, es un lugar perfecto para conocer todas las principales compañías finlandesas de superalimentos, debido a que todas las empresas relevantes están de visita en este evento y varios importadores de superalimentos que son los expositores. También, esto es muy bueno para vigilar las tendencias del mercado pertinentes para los productos peruanos.
- [Vida saludable](#) es relativamente una nueva exposición (octubre, Helsinki).
- [Gastro](#) (Abril, Helsinki) es la feria líder en Finlandia para el suministro de alimentos para el sector de servicio de alimentos.

### 7.3 Publicaciones especializadas

Hay varias revistas de salud y estilo de vida y varias ediciones en línea. Sin embargo, los blogs en Internet son el espacio clave para la promoción de la publicidad y la comercialización de los superalimentos en Finlandia.

Las siguientes revistas y los blogs pueden ser recomendados para la publicidad de productos de superalimentos del Perú:

- [Ruohonjuuri magazine](#) (Grassroots) – revista publicada por la cadena de tiendas especializadas Ruohonjuuri
- [Voi Hyvin](#) (Be Well) – revista enfocada en el bienestar y estilo de vida saludable, publicada 10 veces al año por la editorial [A - lehdet](#).
- [Kauneus ja terveys](#) (Belleza y Salud) – revista para las mujeres del acerca de la apariencia, la salud, la nutrición y el ejercicio, la vigilancia del peso, publicado por la empresa [A - lehdet](#).
- [Kemikal Coctail](#) – blog de comida sana

Dos bloggers más influyentes de superalimentos en Finlandia que pueden proporcionar los servicios para la promoción de los productos peruanos son [Jaakko Halmetoja](#) y [Olli Posti](#).

La agencia más relevante de relaciones públicas que se centra en las actividades de promoción relacionadas con los productos de estilo de vida éticos y ecológicos es [Sugar Helsinki](#).

Las empresas peruanas o PromPerú deben elegir cuidadosamente el texto de las declaraciones de propiedades saludables cuando hacen publicidad de productos de superalimentos peruanos. A veces las declaraciones de propiedades saludables confunden los clientes más de lo que les ayudan. Los desafíos se pueden resumir de la siguiente manera:

- La comprensión del consumidor de la nutrición es pobre
- Muchos consumidores sólo vigilan el valor nutricional de sus alimentos si están en una dieta o enfermos
- Términos como "carbohidratos", "sodio" y "nitros" no son fáciles de entender
- Los consumidores pueden encontrar etiquetas difíciles de leer, complicados, frustrantes, sin sentido y espurias
- Declaraciones de propiedades saludables más largas con palabras como "puede" no son tan eficaces como las cortas.

## 8. Contacto de interés

### 8.1 Instituciones

- [Cámaras de comercio de Finlandia](#) (Umbrella association of Finnish companies) puede proporcionar información acerca de las empresas finlandesas, incluyendo información financiera. También, hay una red de 21 cámaras regionales.
- [Finnpartnership](#) (organización de apoyo para la promoción de las importaciones procedentes de los países en desarrollo) puede proporcionar algunos datos sobre las exportaciones del Perú a Finlandia, organizar actividades de intermediación y proporcionar servicios de asesoramiento para las exportaciones de los países en desarrollo.
- [Evira](#) (Autoridad Finlandesa de Seguridad Alimentaria) puede comprobar si los productos peruanos están autorizados para la venta en Finlandia. Evira cobra una tarifa de € 2.550 (US\$2,834) para la tramitación de la nueva aplicación de nuevos alimentos. Si se retira la solicitud, Evira puede cargar hasta € 1,275 (US\$1,417) para el procesamiento de la solicitud. La Junta de nuevos alimentos también cobra una tarifa de € 2.700 - 25.000 (US\$3,001- 27,787). En el procedimiento simplificado Evira cobra una tarifa de € 1.020 (US\$1,134) para la opinión sobre la equivalencia sustancial. Si la solicitud de opinión se retira, Evira puede cargar hasta € 510 (US\$567) para el procesamiento de solicitudes. La Junta de nuevos alimentos también cobra una tarifa de € 700 (US\$778) para su opinión sobre la equivalencia sustancial.

### 8.2 Publicidad

- [Luontaistukut](#) (La Asociación de los fabricantes y mayoristas de productos saludables en Finlandia) puede proporcionar contactos de los comerciantes de suplementos alimenticios que pueden estar interesados en el uso de los superalimentos peruanos como ingredientes.

## 9. Conclusiones & Recomendaciones

A nivel estratégico, las conclusiones y recomendaciones sobre cómo ingresar al mercado sueco o finlandés son más o menos las mismas (ver más adelante). Teniendo en cuenta los detalles, hay algunas diferencias entre Suecia y Finlandia:

- Aunque Suecia es completamente dependiente de las importaciones, esto es ligeramente diferente para Finlandia: el mercado finlandés de quinua es suministrado por la producción local. Como resultado, en Finlandia la quinua no es el número uno, pero los cuatro productos las nueces de Brasil, cúrcuma, kiwicha y maca dominan las importaciones finlandesas de superalimentos.
- Las importaciones directas del Perú a Finlandia son menos frecuentes que las de Suecia. Esto puede ser el resultado de autosuficiencia de Finlandia para la quinua. Pero hay una excepción: las importaciones directas de maca de Finlandia son mucho más altas que las importaciones directas de maca de Suecia (3,617 en comparación con 2,047 kilogramos).
- Finlandia no (re)-exporta los productos de superalimentos, mientras que Suecia es el re-exportador pequeño de los productos de superalimentos en primer lugar a los países vecinos, incluido Finlandia.
- Los principales proveedores de superalimentos a Finlandia y Suecia se encuentran en los Países Bajos, Alemania y España. En el caso de Finlandia, el RU desempeña un papel importante, mientras que en el caso de Suecia, también Dinamarca juega un papel.

Hay varias áreas que pueden ser considerados y recomendados para la mejora de las exportaciones peruanas de superalimentos en el mercado finlandés. En este resumen se le dará sugerencias para las formas más efectivas de mejorar las exportaciones directas a Finlandia.

- Importación directa de los productos seleccionados de Perú a Finlandia es muy pequeña en comparación con las exportaciones peruanas a grandes países importadores directos, como los Países Bajos, Reino Unido o Alemania. La razón principal es que los importadores por lo general necesitan cantidades más pequeñas de modo que para ellos es menos complicado para importar desde re-exportadores europeos.
  - Esta situación puede ser resuelta por la exportación de lotes combinados donde varios productos pueden ser exportados a la vez en el contenedor pequeño. Algunos de los importadores finlandeses están dispuestos a considerar la organización del transporte de esta manera.
  - Otro camino para la solución de este problema es el uso de las agencias navieras como DHL o UPS que son capaces de transportar pequeñas cantidades al destino deseado.
  - La tercera forma es el desarrollo del interés por el lado de los importadores de Finlandia a través del marketing más fuerte, visitas directas y organización de eventos bilaterales de búsqueda de socios.
- Muchos de los productos de la oferta peruana no están bien conocidos en el mercado finlandés. Esta toma de conciencia de los productos y por lo tanto aumento en el consumo puede ser incrementado por la comercialización en línea más intensa, por el uso de los famosos bloggers y por las promociones genéricas en el punto de venta. Promociones en el punto de venta se pueden organizar en K-supermercados y en tiendas especializadas. Algunas compañías finlandesas expresaron el interés de participar en esta promoción genérica. Es importante introducir unos beneficios saludables al público en general.
- Varias formas de los productos mencionados deben ser autorizados como nuevos alimentos y todavía no ha permitido venderlos en el mercado finlandés. Esto se puede resolver por la solicitud de autorización de un nuevo alimento mediante el servicio de Agencia Finlandesa de Seguridad Alimentaria Evira.
- Varios productos pueden ser producidos como productos de valor añadido, como en embalajes de consumo, complementos alimenticios, extractos, gelatinizados o alimentos listos para comer. Este enfoque requiere una mayor inversión en tecnología y la cooperación más directa con los

importadores y procesadores finlandeses. Esto puede ser impulsado por la organización de eventos de búsqueda de socios en Finlandia.

- La producción ética es importante para los principales importadores de superalimentos. Por lo tanto, la prueba del comercio ético y la coincidencia directa con los productores y las organizaciones de productores mejorará la forma de abastecimiento directo de Perú.
- Superalimento es un producto bastante caro en la vista de los consumidores finales. Por lo tanto, las ofertas peruanas tienen que estar en línea con los precios del mercado en el mercado finlandés. Los compradores finlandeses están dispuestos a importar directamente de Perú si ven la diferencia del precio real en comparación con las importaciones procedentes de re-exportadores europeos.
- Mejora de la comunicación es de la importancia clave. Los proveedores peruanos rara vez se acercan a las empresas finlandesas. Es más común que los importadores finlandeses encuentran proveedores peruanos que a la inversa. Las empresas peruanas pueden ser entrenadas para mejorar su potencial de venta y para comprender la importancia de las entregas a tiempo y una comunicación frecuente.

## 10. Fuentes

- [AgrodataPeru](#) – Información sobre el comercio y las estadísticas internacionales peruanos.
- [Association of Finnish Chambers of Commerce](#) – La asociación paraguas de negocios de Finlandia. Es posible consultar la lista de ofertas de compra, ofertas de ventas y solicitudes de cooperación empresarial de empresas u organizaciones miembros en las Cámaras de Comercio de Finlandia.
- [CBI](#) – Centro para la promoción de las importaciones de los países en desarrollo a la UE.
- [Contact Finland](#) – Apoyo a las empresas y autoridades extranjeras para encontrar información, contactos y servicios empresariales en Finlandia. El directorio se ha publicado desde 1994, y sus usuarios incluyen muchas embajadas y misiones diplomáticas.
- [Europages](#) – El principal directorio europeo de empresas.
- [FairTrade Finland](#) – La filial finlandesa de la organización internacional FairTrade.
- [Finder](#) - Base de datos de búsqueda de las empresas finlandesas que contiene informes anuales e información financiera de las empresas.
- [FFTAF](#) - La Federación Finlandesa de Agentes de Comercio Exterior.
- [Finnpartnership](#) – Apoyo de alianzas comerciales y servicios consultivos para las empresas de países en desarrollo.
- [FreshPlaza](#) – Portal de publicaciones en línea sobre el mercado europeo de frutas frescas y frutas secas.
- [Kauppa](#) - La Federación de Comercio de Finlandia representa aproximadamente 10.000 empresas comerciales del comercio mayorista y minorista.
- [Luontaistukut](#) - La Asociación de los fabricantes y mayoristas de productos saludables en Finlandia.
- [Natural Products Scandinavia](#) – La principal feria escandinava para la vida natural, salud, nutrición, cuidado personal, belleza, cuidado de la piel y las industrias de alimentos y bebidas.
- [Statistics Finland](#) – Proporciona información agregada sobre las estadísticas de exportación e importación en Finlandia.
- [World Trade Centre Helsinki](#) – Un centro internacional de comercio, servicios e información en el corazón del distrito financiero de Helsinki. El WTC Helsinki ofrece servicios y espacio de oficinas para sus miembros, así como para otras empresas.