

PERFIL DE MERCADO CIRUELAS SECAS- FINLANDIA

ProChile Estocolmo, Septiembre 2008

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0813.2000

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Ciruelas secas

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: 0813.2000

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: 9,60 %

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0 %

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

OTROS IMPUESTOS

Moms (IVA) productos alimenticios: 17%

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

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Normativa de comercialización

- Las importaciones de productos destinados al consumo humano deben responder a los criterios fijados por la Comisión Europea. Para las ciruelas secas, deben cumplir con el Reglamento de Base 0979/02 publicado en el Diario Oficial de la CE No. L352 página 0001 del 30/12/2002.
- Además las importaciones a Finlandia deben cumplir con los requisitos del país fijados por Elintarviketurvallisuusvirasto, controlador finlandés, en cuanto a control y marcación del producto. Consultar en la página web www.evira.fi.
- Los productos serán sometidos a control agrícola en las estaciones de control en la frontera de ingreso a la Unión Europea. En Finlandia, a cargo de Ministerio de Agricultura – Mattalousministerio -, especialmente en lo relacionado al contenido de pesticidas.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

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

Código: 08132000

Año 2007

País de Expedición	Cantidad (100 KG)	Monto (EUR)	Participación en el Mercado en el (%) (cantidad)
USA	6 208	1 500 997	40,69
Chile	3 926	424 173	25,74
Francia	2 949	972 701	19,33
Holanda	1 663	477 899	10,90
Alemania	314	126 857	2,06
Lituania	97	26 222	0,64
Otros	98	89775	0,64
Total Importado	15 255	3 618 624	100

Año 2006

País de Expedición	Cantidad (100 KG)	Monto (EUR)	Participación en el Mercado en el (%) (cantidad)
USA	7 195	1 985 678	38,04
Chile	5 658	1 011 960	29,92
Francia	3 329	1 103 548	17,60
Holanda	2 199	632 736	11,63
Alemania	416	138 636	2,20
Italia	81	84 838	0,43
Otros	35	14 604	0,19
Total Importado	18 913	4 972 000	100

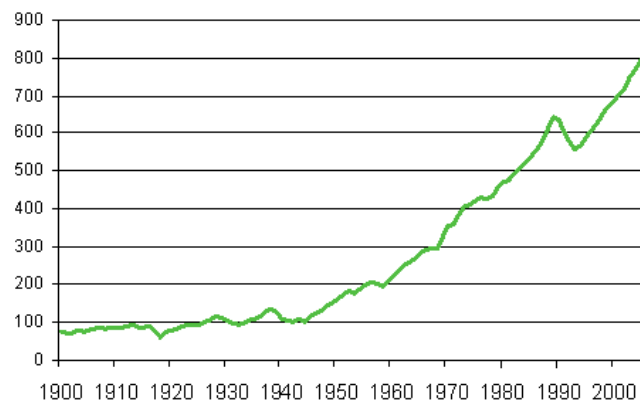
Año 2005

País de Expedición	Cantidad (100 KG)	Monto (EUR)	Participación en el Mercado en el (%) (cantidad)
USA	6 430	1 658 191	34,26
Chile	4 343	786 468	23,14
Francia	3 467	1 010 882	18,47
Holanda	2 441	739 900	13,01
Dinamarca	565	96 089	3,01
Turquía	374	26 145	1,99
Otros	1 147	269 413	6,11
Total Importado	18 767	4 587 088	100

HÁBITOS DE CONSUMO Y TENDENCIAS DEL MERCADO

Hábitos generales de consumo en Finlandia, 1900 hasta el presente

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



Consumo por habitante (por volumen; 1926 = 100)

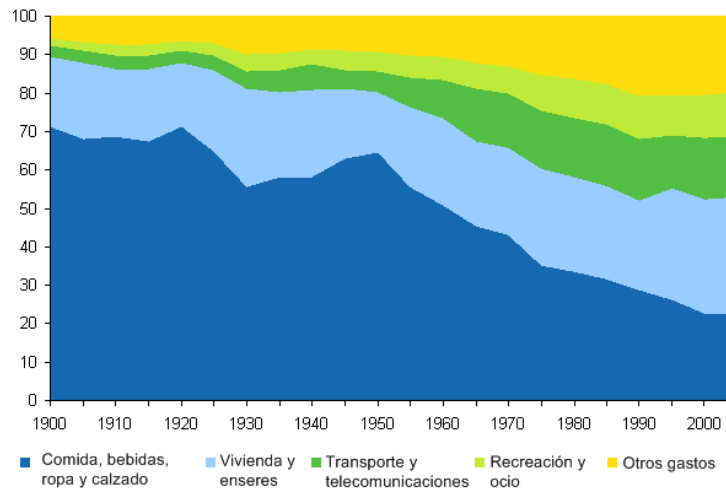
En las décadas siguientes, el crecimiento tuvo un sostenido aumento, hasta la década de los 90, en que Finlandia se vió envuelta en una nueva depresión. El desempleo llegó a 16,3% en 1993; en ese año, el gasto en consumo bajó en un 14% en relación a 1989. No fue hasta 1998 que se recuperaron los niveles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

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

Composición del gasto privado por hogares en Finlandia, 1900-2005

Fuente: Statistics Finland :

http://www.tilastokeskus.fi/tup/suomi90/heinakuu_en.html



CONSUMO DE CIRUELAS SECAS EN FINLANDIA

En Finlandia prácticamente no existe producción de ciruelas secas, lo que significa que casi el 100% del producto consumidos en el país sea importado. Su consumo es más bien constante durante el año, aumentando en la época de navidad y fin de año (Invierno Europeo), en que las tradiciones culinarias de la época incluyen a la ciruela seca.

Su consumo se efectúa preferentemente en las siguientes áreas:

- Pastelería y dulcería.
- Industria elaboradora de alimentos (mermeladas y alimentos preparados).
- Consumidor final de ciruelas secas naturales comercializadas en supermercados y comercio detallista.
- Consumidores de productos naturales y alimentos dietéticos (macrobióticos) expedidos en tiendas de alimentos naturales (health food shops).

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Finlandia, al igual que otros países del norte de Europa tiene una gran conciencia ecológica que se refleja en la atención preferencial que el consumidor pone en la elaboración y tratamiento de los productos alimenticios. Al mismo tiempo el consumo de alimentos naturales (macrobióticos) aumenta en forma constante.

De acuerdo con las estadísticas, las ciruelas secas importadas desde Chile ocupan el segundo lugar de participación en el mercado en los últimos tres años después de Estados Unidos, lo que indica que su consumo está establecido, con un gran nivel de aceptación. Estas condiciones posibilitan aumentar su exportación a Finlandia, poniendo énfasis en su calidad, métodos de producción y almacenamiento, así como sus bondades como producto natural (macrobiótico).

PRECIOS DE REFERENCIA

El valor observado de ciruelas secas en supermercados es el siguiente:

Precios consumidor final – Finlandia – junio 2007			
Lugar de compra (nombre del supermercado)	Origen	Envase/Tamaño	Precio en EUR
HEINO	Tailandia	200 grms.	2.15
	Desconocido	1 kilo	10.75
PRI SMA	Desconocido	200 grms.	1.75
	Desconocido	500 grms.	5.55

FACTORES QUE PUEDEN AFECTAR EL PRECIO Y CONSUMO DE CIRUELAS SECAS

Condiciones Sanitarias. Este es un factor relevante que puede afectar el consumo y el precio de las ciruelas secas. El uso de pesticidas en la producción de la ciruela así como el uso de agentes químicos en su proceso de deshidratación y almacenamiento pueden afectar negativamente su consumo y por consecuencia su comercialización.

Cambio Monetario. Es un aspecto que se debe tener en cuenta. Finlandia está en la esfera del Euro, moneda que se ha mantenido fuerte en relación principalmente al dólar americano.

Las fluctuaciones del cambio pueden tener incidencia en los precios.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

La forma de venta en establecimientos al consumidor final de ciruelas secas se realiza en forma creciente bajo la marca propia de los distintos supermercados y en muchos casos sin especificar el país de origen del producto. En este sentido, cabe destacar que algunos supermercados mantienen su central de compras en otros países, como por ejemplo, Kesko Oy-Suecia.

No se observa campañas promocionales de ciruelas secas por país de origen.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Importación

La importación de ciruelas secas en Finlandia está dominada por el producto proveniente de Estados Unidos que tiene ca. del 40% del mercado. Después está Chile con aproximadamente 25% y le siguen países europeos como Francia, Holanda y Alemania. En el año 2007 se registra importaciones desde Lituania, vecino a Finlandia, que ha aumentado su participación en el mercado ocupando un sexto lugar, transformándose en un competidor potencial de la ciruela seca chilena.

La ciruela seca se importa en forma natural. También se importa ciruela seca en forma de puré, trituradas o molidas (prune purée). Esta última en empaques de 250 Kg. y más, que son destinados directamente a la industria de alimentos.

Distribución

La importación de ciruelas secas a Finlandia se destina principalmente a la venta retail, industria de alimentos procesados (producción de mermeladas, jugos) y pastelería.

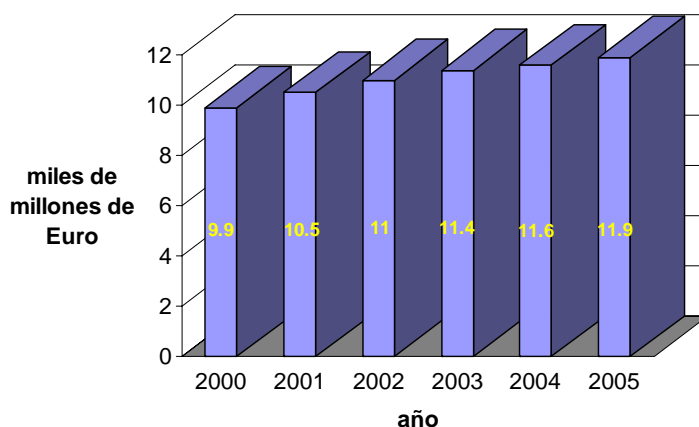
Venta retail se efectúa principalmente a través de las grandes cadenas de supermercados. Algunas cadenas tienen sus propias centrales de compras que efectúan las importaciones y abastecen a sus tiendas y establecimientos.

La venta en negocios de alimentos naturales (health food shop) ha experimentado un crecimiento y algunos importadores orientan parte considerable de su distribución a este tipo de tiendas.

Industria de alimentos procesados. Los importadores distribuyen gran parte del producto a este sector para la confección de mermeladas, jugos y alimentos preparados, ya sea ciruela seca natural o puré de ciruela (prune purée).

Pastelería y dulcería. Para la confección de dulces, pasteles y postres.

Desde la entrada de Finlandia a la Unión Europea en 1995, el sector minorista ha logrado fortalecer su presencia en el mercado. Un factor que ha contribuido a esta tendencia es la competencia entre los productos importados a Finlandia – casi inexistentes antes de 1995 – y la producción local. Las ventas del sector retail en Finlandia en los últimos años ha sido la siguiente:

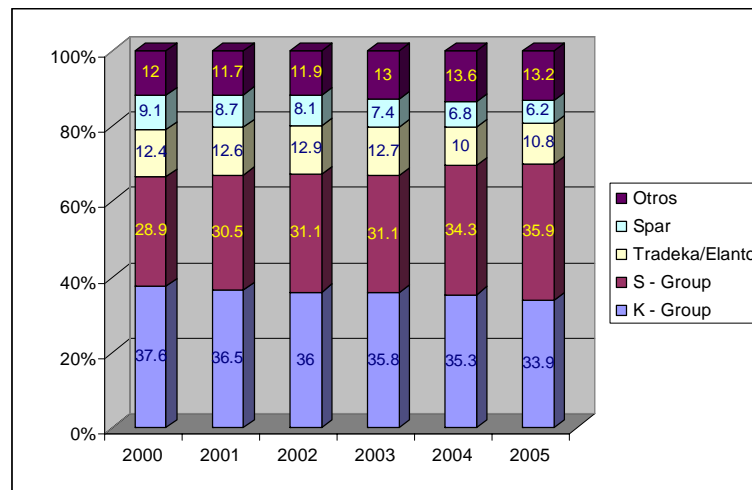


Hay cuatro tendencias en el sector minorista finlandés que afectan a las oportunidades de mercado para los productos importados: (a) concentración; (b) creación de cadenas; (c) tiendas de descuento; y (d) marcas propias.

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

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

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



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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

En forma creciente, la venta en supermercados y tiendas que proveen al consumidor final de ciruelas secas, se realiza bajo marca propia. Especialmente las cadenas de supermercados que hacen la importación a través de sus centrales de compras. Los empaques son de 100gr, 150 gr, 250 gr. hasta 1 kg y en algunos no se indica el país de origen del producto.

La distribución a la industria de alimentos no exige empaque especial.

No se observa campañas promocionales por país de origen.

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DE LA OFICINA COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA EL DESARROLLAR EL MERCADO PARA EL PRODUCTO CHILENO

Se sugiere las siguiente actividades:

- Fomentar los contactos con los importadores finlandeses en base a ofertas concretas que sean competitivas y favorables a los compradores.
- Extender a Finlandia los eventos de Sabores de Chile y otros similares vinculados a las frambuesas, ciruelas secas y productos similares que se realicen en Europa;
- El consumo de productos naturistas (macrobióticos) aumenta en forma creciente y en dichas tiendas se vende la ciruela seca. Una campaña orientada a dichos consumidores, resaltando las bondades y calidad de la ciruela chilena, podría conducir a un aumento de la exportación a Finlandia.
- Participar en ferias y degustaciones a fin promocionar la ciruela seca mostrando la calidad del producto y su aceptación entre los consumidores.

Es aconsejable asegurar que los envases de ciruelas chilenas indiquen el país de origen.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

FERIAS Y EVENTOS LOCALES CON RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

GASTRO – Feria comercial para, restaurantes, hoteles y catering

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

Lugar: Helsinki Fair Centre, Helsinki

Expositores 2008: 210 expositores

Visitantes 2008: 13.600 visitantes

Superficie total: 8.500 m²

Fono: +358 9 150 91

Fax: ++358 9 142 358

Web: www.finnexpo.fi

Persona de contacto: Sra. Ritva Becker

E-mail: ritva.becker@finnexpo.fi

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

Lugar: Helsinki Fair Centre, Helsinki

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

Expositores 2007: 87 expositores

Visitantes 2007: 58.239 visitantes

Superficie 2007: 1.341 m²

Fono: +358 9 150 91
Fax: +358 9 142 358
Web: www.finnexpo.fi / www.viiniexpo.fi
Persona de contacto: Ms Sari Viljanen
E-mail: sari.viljanen@viinilehti.fi

ELMA, Helsinki Food and Agriculture Show

Fecha: Preliminar cada dos años ((07-11-2008 – 09-11-2008)
Lugar: Helsinki Fair Centre, Helsinki
Expositores 2007: 527 expositores
Visitantes 2007: 37.029 visitantes
Superficie total: 5 120 m²
Fono: +358 9 150 91
Fax: ++358 9 142 358
Web: www.finnexpo.fi / <http://www.finnexpo.fi/elma/>
Persona de contacto: Ms Kirsi Tolvanen
E-mail: kirsi.tolvanen@finnexpo.fi

FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET

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

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

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

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

<http://www.taric.es>

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

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

www.stati.fi

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

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

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

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

www.tulli.fi

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

www.etl.fi

Asociación de fabricantes de alimentos.

www.evira.fi

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

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

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