

PERFIL DE MERCADO FRAMBUESAS CONGELADAS - SUECIA

ProChile Estocolmo, Noviembre 2007

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0811.2020

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Frambuesas congeladas

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

0811203100 naturales

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

0811201900 los demás

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

08112031

ARANCEL GENERAL: 14,4 %

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 5,4 %

0811201900

ARANCEL GENERAL: 20,80 %

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 7,8 %

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

0811201100

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

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

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

OTROS IMPUESTOS

Moms (IVA) productos alimenticios: 12%

Control de importación al azar: 0,2873 EUR / cada 100 Kg.

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

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Normativa de comercialización

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

- Los productos serán sometidos a control agrícola en las estaciones de control en la frontera de ingreso a la Unión Europea. En Suecia, a cargo de Jordbruksverket, especialmente en lo relacionado al contenido de pesticidas y puede hacerse incluso en los lugares de venta al consumidor.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

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

Código: 0811203100

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

País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Serbia y Montenegro	2 003	3 984	35,08
Polonia	1 450	3 583	25,39
Hungría	623	1 766	10,91
Bosnia-Herzegovina	396	583	6,94
Holanda	394	754	6,90
Alemania	351	568	6,15
Noruega	141	392	2,47
Dinamarca	114	224	2,00
Chile	86	164	1,51
Otros	152	366	2,66
Total Importado	5 710	12 384	100

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

País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Serbia y Montenegro	2 132	4 275	44,00
Polonia	1 000	2 330	20,64
Holanda	559	1 101	11,54
Hungría	506	1 659	10,44
Bosnia-Herzegovina	152	270	3,14
Alemania	134	233	2,77
Noruega	96	348	1,98
Dinamarca	66	235	1,36
Chile	60	118	1,24
Otros	141	379	2,91
Total Importado	4 846	10 948	100

Año 2004: Tipo de cambio medio: 7,35 SEK Por US\$1

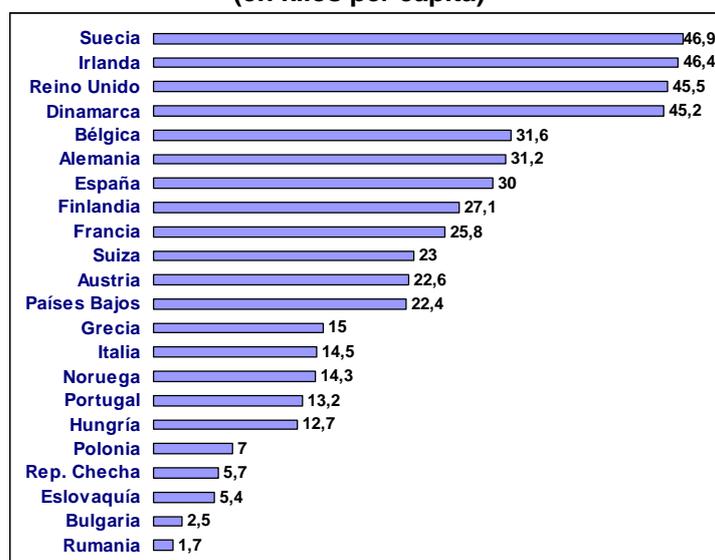
País de Expedición	Cantidad (Ton)	Monto (USD \$)	Participación en el Mercado (% cantidad)
Serbia y Montenegro	1 990	4 119	43,78
Polonia	1 050	2 227	23,10
Hungría	462	1 342	10,17
Chile	293	590	6,45
Holanda	198	491	4,36
Bosnia-Herzegovina	139	240	3,06
Otros	125	1 087	9,09
Total Importado	4 545	10 096	100

HABITOS DE CONSUMO Y TENDENCIAS DEL MERCADO

Consumo de alimentos congelados en Suecia

Suecia muestra una de las mayores tasas de consumo final de alimentos congelados de Europa, como muestra la siguiente tabla:

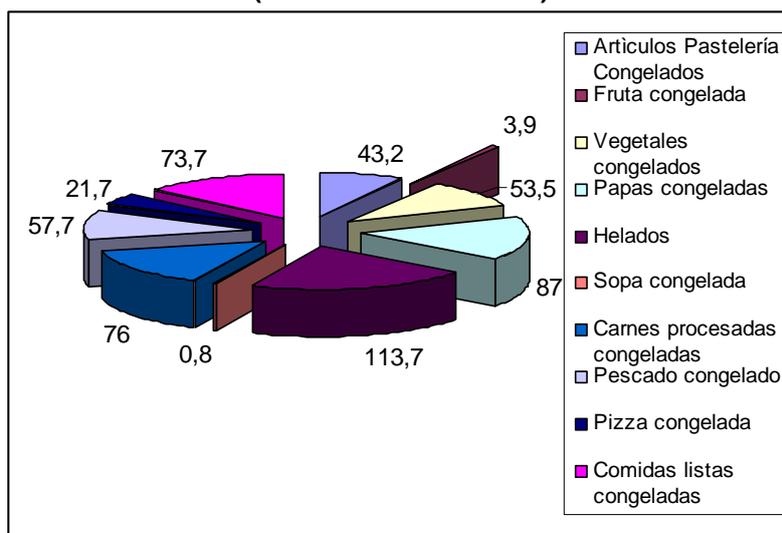
**Consumo final humano no-industrial de alimentos congelados, Europa, 2004
(en kilos per cápita)¹**



El consumo de alimentos congelados en Suecia alcanzó las 417.500 toneladas en el año 2004 y se concentró principalmente en los helados (113.700 toneladas), papas congeladas (87 toneladas) y las comidas listas congeladas (73,7 toneladas). La fruta congelada alcanzó un consumo de solo 3,9 toneladas, o menos de un 1% del total. El siguiente gráfico muestra el consumo total de las distintas categorías de alimentos congelados en Suecia.

¹ Fuente: Quick Frozen Foods Internacional (octubre, 2005)

**Consumo final humano no-industrial de alimentos congelados, Suecia, 2004
(en miles de toneladas)**



La frambuesa es una de las frutas de consumo tradicional en Suecia y es muy frecuente la presencia de arbustos de frambuesa en los jardines locales. Los suecos están acostumbrados a su sabor, por lo que junto a la frutilla es uno de los sabores más utilizados al producir alimentos saborizados, tales como helados, jugos y salsas.

La presencia de fruta fresca de diversos orígenes en el mercado sueco durante todo el año hace que la fruta congelada no se presente como un sustituto de la fresca en temporadas de escasez. Por ello, el uso la frambuesa congelada se orienta aparentemente a ser ingrediente o elemento decorativo en postres y otros alimentos. Varias fuentes entrevistadas señalaron que no conocen estudios sobre el uso final de las frambuesas congeladas en Suecia, que permitieran orientar campañas promocionales.

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Las frambuesas congeladas provenientes de Chile ocupan ya una posición importante en el mercado sueco, pero tiene potencial de ver crecer su participación. En este caso, el potencial de compra es distinto según el mercado objetivo: para el mercado industrial – como la fabricación de yoghurt y mermeladas – se utilizan frambuesas de menor precio. Estas pueden ser de menor calidad y se importan desde mercados de Europa oriental. La competencia por precio en el mercado industrial puede no resultar favorable.

En contraste, las exportaciones chilenas de frambuesas congeladas para la industria minorista tiene gran potencial de crecimiento. Ello se debe a la calidad del producto y a la ausencia de casos de alerta sanitaria (particularmente por norovirus – ver sección “Factores que pueden afectar el precio y consumo de frambuesas congeladas”). Un segmento particularmente interesante en el mercado minorista es el de las frambuesas orgánicas congeladas.

El mercado para las frambuesas orgánicas congeladas

El mercado para la fruta orgánica fresca es de alrededor de 10.000 toneladas anuales, con un valor de SEK 230 millones (US\$ 31.500.000) en el año 2003. En contraste, el mercado de fruta orgánica congelada es muy reducido, y se limita principalmente a berries cosechadas en Suecia².

² Fuente: Swedish Chambers Market Briefs: Organic Food Products (agosto de 2005)

La observación en supermercados muestra que efectivamente las frambuesas orgánicas congeladas están a la venta al público – en este caso, marca Finnrojda en supermercados ICA, a un precio bastante superior al de los productos no orgánicos (SEK 73 el kilo contra SEK 38.80 de la marca más económica observada: Euroshopper).

El mercado de productos orgánicos en Suecia tiene gran potencial de crecimiento. Como observan las Cámaras de Comercio de Suecia, en su informe sobre alimentos orgánicos (agosto de 2005): “la demanda de productos orgánicos ha crecido en años reciente, al punto de que ha sido difícil cubrir la demanda.” El informe agrega que la penetración relativamente baja de los productos orgánicos (1,5% del valor total del mercado) se debe a la falta de proveedores: “de haber habido proveedores, la penetración del mercado hubiera sido sustancialmente mayor”.

La buena aceptación de los productos orgánicos se debería en parte a la alta importancia que dan los consumidores suecos a la salud y al medio ambiente, por lo que se da preferencia a los productos orgánicos por sobre aquellos que han sido tratados con pesticidas y otros químicos.

La certificación orgánica de KRAV

En Suecia, uno de los actores más importantes del mercado de productos orgánicos es KRAV. Esta es una asociación de agricultores, procesadores y distribuidores de alimentos, consumidores y grupos ambientalistas, que crean y certifican estándares para la comida orgánica vendida en Suecia. KRAV es miembro de IFOAM, la Federación Internacional de los Movimientos Orgánicos de la Agricultura³.

Los productos certificados por KRAV pueden usar su logo, que se muestra a la derecha: Para obtener la certificación, los productos deben cumplir con los estándares establecidos en el Reglamento de la organización, cuya última versión fue publicado en enero de 2006 y que puede ser descargada en inglés de su página de Internet⁴.



En relación a los productos importados, la organización explica que:

“KRAV estimula el comercio internacional de productos orgánicos, siempre que un cuerpo de la certificación reconocido por KRAV certifique los productos.

Una producción que no haya sido controlada y certificada originalmente por KRAV puede ser certificada por KRAV, si la producción ha sido controlada y certificada por un organismo de certificación reconocido por KRAV.

Los criterios de reconocimiento de un organismo certificador han sido diseñados para asegurar un alto nivel de seguridad e integridad de los productos certificados por KRAV. Estos criterios están especificados en la política de recertificación de KRAV.”

En América Latina, diversos países cuentan con organismos de certificación reconocidos por KRAV; sin embargo, en Chile no opera actualmente ninguno.

³ Ver: <http://www.ifoam.org/>

⁴ <http://arkiv.krav.se/arkiv/regler/StandardsJanuary2006.pdf>

PRECIOS DE REFERENCIA

El valor observado de frambuesas congeladas en supermercados es el siguiente⁵:

Precios consumidor final – Suecia – octubre 2007					
Lugar de compra (nombre del supermercado)	Origen	Producto/ Marca	Envase/ Tamaño	Precio en SEK	Equivalencia en US\$
ICA	Hungría y Chile*	Marca ICA	Caja 250 g.	67,60 el kilo	US\$ 10,40 el kilo
	Hungría*	Bob	Bolsa 500 g.	47,50 el kilo	US\$ 7,30 el kilo
	Suecia*	Finnerojda/ orgánico	Bolsa 300 g.	73 el kilo	US\$ 11,20 el kilo
	Serbia	Euroshopper	Bolsa 500 g.	39,80 el kilo	US\$ 6,10 el kilo
Coop	Hungría y Chile*	Marca Coop	Bolsa 300 g.	58,33 el kilo	US\$ 9,0 el kilo

* Nota: los envases señalados no contenían información de origen. Esta se conoce solo a partir de las entrevistas con mayoristas y distribuidores.

FACTORES QUE PUEDEN AFECTAR EL PRECIO Y CONSUMO DE FRAMBUESAS CONGELADAS

Consideraciones sanitarias: norovirus

Los norovirus son un grupo de virus altamente contagiosos (anteriormente conocidos como virus similares al Norwalk) que pueden afectar el estómago y los intestinos. Entre junio y septiembre de 2005, se reportaron seis focos de infección por norovirus en Dinamarca, los que fueron vinculados a frambuesas congeladas importadas desde terceros países (no de Chile)⁶. Igualmente, entre junio y agosto de 2006 hubo 4 focos de gastroenteritis por norovirus en Suecia, vinculadas al consumo de frambuesas congeladas. En total, 43 personas desarrollaron la enfermedad después de comer frambuesas importadas de terceros países⁷. No hay información sobre casos reportados desde septiembre de 2006 y hasta septiembre de 2007.

Una fuente entrevistada señaló que las frambuesas congeladas de origen chileno no han estado vinculadas a ningún caso de norovirus, por lo que se utiliza preferentemente – junto a frambuesas congeladas provenientes de Hungría - para la venta directa a consumidores a través de supermercados. La potencial presencia de agentes causantes de norovirus no afectan a la venta de frambuesas congeladas para uso industrial, ya que éstas son sometidas a altas temperaturas antes de su uso final.

⁵ Tasa de cambio referencial al 5 de octubre de 2007: 6,5 coronas suecas por dólar.

⁶ Fuente: Eurosurveillance, comunicado semanal 2005, volumen 10, número 9 <http://www.eurosurveillance.org>

⁷ Fuente: International Water Association Specialist Group: Health related Water Microbiology, http://217.77.141.80/portal/publish/article_505.shtml

La misma fuente señaló que las frambuesas congeladas de terceros países vendidas a través de supermercados tienen precios generalmente más bajos al producto de Hungría y Chile, lo que puede asociarse al menos en parte a consideraciones sanitarias.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCION UTILIZADAS POR LA COMPTENCIA

Dado que en la mayoría de los casos, la venta al consumidor final de frambuesas congeladas se realiza bajo la marca propia de cada supermercado, y en muchos casos sin indicar el origen de los productos, no se observa campañas promocionales por país de origen. Si se observa en forma prominente la indicación de que un producto es orgánico, mediante la certificación de KRAV (ver sección Potencial del Producto).

CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION⁸

Importación

Hay tres canales principales de importación a Suecia:

- Directamente desde el proveedor. El importador en este caso será un mayorista especializado, industria alimenticia o grupo de venta minorista. Estos últimos hacen también las veces de mayoristas, al envasar (o etiquetar) como marca propia la fruta congelada importada por ellos; en el caso de las frambuesas congeladas, la mayor parte de la venta en supermercados proviene de importación directa desde Serbia, Hungría y Chile;
- Mayoristas europeos: tanto en Amsterdam (Países Bajos), como en Hamburgo (Alemania) hay grandes bolsas o mayoristas de productos alimenticios. En ellos se fijan los precios, los que generalmente se expresan en dólares. Hay también varios importadores mayoristas importantes en Escandinavia a los que los mayoristas y grupos minoristas suecos pueden comprar alimentos;
- Agentes que actúan como intermediarios para una empresa: estos ocasionalmente pueden guardar existencias de alimentos envasados, que colocan en el mercado sueco. Los agentes pueden ser suecos o extranjeros.

Distribución

Las frambuesas congeladas llegan a los consumidores finales a través de diversos medios, siendo uno de los principales los supermercados. Actualmente, la mayoría de las frambuesas congeladas que llegan a los supermercados suecos lo hacen en envases con la marca propia de cada supermercado.

Los principales grupos de supermercados son los siguientes:

- ICA Ahold:** es el mayor minorista de comida de Suecia, con más de 1.500 tiendas;
- Axfood:** tiene aproximadamente 500 tiendas, bajo los nombres Hemköp y Willy's;
- Coop Norden:** de propiedad conjunta de cooperativas de consumidores de Suecia, Noruega y Dinamarca, tiene aproximadamente 500 tiendas;

⁸ Idem.

Bergendahls: es un grupo regional con una fuerte presencia en la zona sur del país, concentra unas 200 tiendas.

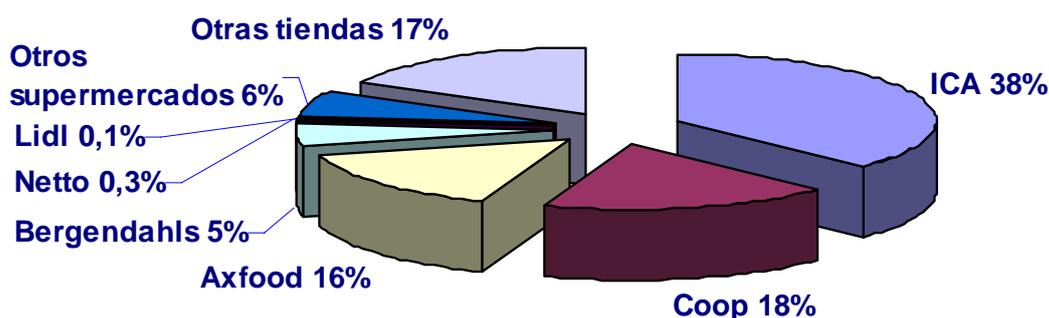
Todos estos grupos tienen lazos comerciales con otros grupos de venta minorista, ya sea en la zona nórdica o en la Unión Europea.

Durante los años recientes, cadenas con ventas a menor precio han ingresado al mercado, y han adquirido paulatinamente mayor participación de mercado. Las principales son **Netto** (Dinamarca) y **Lidl** (Alemania).

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

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

Participación en el mercado de los supermercados⁹



Ventas en millones de coronas suecas (SEK)¹⁰

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

⁹ Fuente: Swedish Chambers Market Briefs: Food Products (septiembre de 2004)

¹⁰ Idem.

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

CARACTERISTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Las frambuesas congeladas se venden preferentemente en bolsas de entre 200 y 500 gramos. En forma creciente, las bolsas llevan la marca propia del supermercado que las distribuye. La presentación en supermercados se muestra en las siguientes fotos, captadas en Supermercados COOP:



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

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

Se sugiere las siguiente actividades:

- Fomentar los contactos con los compradores suecos en base a ofertas concretas de productos, particularmente cuando el precio de venta sea igual o inferior a los competidores en países de Europa Oriental;
- Extender a Suecia los eventos de Sabores de Chile y otros similares vinculados a las frambuesas o productos orgánicos que se realicen en Europa;
- Difundir las condiciones de salubridad de las frambueas chilenas, a través de contactos con importadores/mayoristas, periodistas especializados y grupos de consumidores;
- Estimular la producción y exportación de frambuesas orgánicas congeladas, de gran demanda y mayor valor. Ello requerirá contar con organismos certificadores

debidamente acreditados en Suecia, lo que en principio puede realizarse a través de IFOAM, la Federación Internacional de los Movimientos Orgánicos de la Agricultura¹¹.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

A. FERIAS Y EVENTOS LOCALES CON RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

Stockholm Food & Beverage Show – Alimentos y bebidas

Fecha: Noviembre de cada año

Lugar: Estocolmo

Expositores 2006: 156 expositores

Visitantes 2006: 20.422 visitantes

Superficie total: 11.116 m²

Fono: +46 8 749 41 00

Fax: +46 8 99 20 44

Web: <http://www.stofair.se>

E-mail: staff@stofair.se

Interfood – comida, productores, agente, minoristas

Lugar: Gotemburgo

Fecha: Septiembre de cada dos años, con nuevos temas cada vez, (2009)

Expositores 2006: 300 stands

Visitantes 2006: 18.000

Superficie 2006: 7.500 m²

Fono: +46 31 708 80 00

Fax: +46 31 16 03 30

Web: www.interfood.se

E-mail: infomaster@swefair.se

Nolia Gastro – comida, productores, agentes, minoristas

Lugar: Piteå

Fecha: Septiembre cada año (10-11 de septiembre, 2008)

Expositores 2006: 60

Visitantes 2006: 1.500

Superficie: 2.000 m²

Fono: +46 90 16 34 00

Fax: +46 90 13 83 89

E-mail: ulf.albiin@nolia.se

Web: www.nolia.se

B. FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET

www.slv.se

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

¹¹ Ver: <http://www.ifoam.org/>

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

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

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

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

www.scb.se

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

<http://www.taric.es>

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

<http://taric.tullverket.se>

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

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

