

---

# Estudio de Mercado Berries Congelados en Suecia

Diciembre 2011

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Estocolmo

pro|CHILE

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	7
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	7
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	7
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	7
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	7
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	10
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	10
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	11
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	12
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	14
<b>1. Potencial del producto.</b> .....	14
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	15

<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....</b>	<b>15</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>16</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>17</i>
<i>VIII. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>20</i>
<i>IX. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>21</i>
<i>X. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>22</i>
<i>XI. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>22</i>

# I. PRODUCTO:

## 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0811: Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

0811 10 0000 Frutillas congeladas

0811 20 1000 Moras congeladas

0811 20 2000 Frambuesas congeladas

0811 20 9000 Las demás zarzamoras, grosellas y moras-frambuesas congeladas

081190 1000 Arándanos congelados

## 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

0811 Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

08111011 Frutillas y fresas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso

08111019 Frutillas y fresas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso <= 13% en peso

08111090 Frutillas y fresas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

08112011 Frambuesas, Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa y Grosellas congeladas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso

08112019 Frambuesas, Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa Y Grosellas congeladas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante <= 13% en peso

08112031 Frambuesas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

08112039 Grosellas negras, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

08112051 Grosellas, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

08112059 Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante

08112090 Otras grosellas (otras que negras o rojas), sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

08119050 Arándanos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

08119070 Arándanos Vaccinium myrtilloides' y 'Vaccinium angustifolium', sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

## II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

14,4%

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):

0%

08112011 Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas congeladas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso. Arancel Preferencial Producto Chileno: 17,3% + 74,85 SEK/ 100Kg

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

**081110 11 Frutillas y fresas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso**

- Albania: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Moldavia: 0%
- Bosnia-Herzegovina: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Montenegro: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Croacia: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- México: 0%
- Egipto: 0%
- Papúa Nueva Guinea: 0%
- Israel: 0%
- Turquía: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Islandia: 0%
- Kosovo: 0%
- Jordania: 0%
- Serbia: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Líbano: 0%

→ Sudáfrica: 0%

**08112011 Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas congeladas sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados con adición de azúcar u otro edulcorante > 13% en peso**

- Albania: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Moldavia: 0%
- Bosnia-Herzegovina: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Montenegro: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Croacia: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- México: 0%
- Egipto: 0%
- Papua Nueva Guinea
- Israel: 0%
- Turquía: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Islandia: 0%
- Kosovo
- Jordania: 0%
- Serbia: 0% + 74,85 SEK / 100 kg
- Líbano: 0%
- Sudáfrica: 0%

**Países con ventajas arancelarias de 0% (Para los códigos: 081120 31, 081120 39, 081120 51, 081120 59, 081190 50 y 08119070)**

- Albania
- Bosnia-Herzegovina
- Croacia
- Egipto
- Israel
- Islandia
- Kosovo
- Jordania
- Líbano
- Moldavia
- Montenegro
- México
- Papúa Nueva Guinea
- Turquía
- Serbia
- Sudáfrica

(Fuente: [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu))

**4. OTROS IMPUESTOS:**

MOMS (IVA) productos alimenticios: 12%

Control de importación al azar: 2,70 SEK/ 100kg.

## III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Las importaciones de productos para consumo humano están sujetos a los reglamentos LIVSFS 2003:15, EU nr 1635/2006, EU nr 669/2009 para terceros países, es decir, no pertenecientes a la Unión Europea.

Fuente: <http://www.slv.se> (Livsmedelsverket-Instituto sueco de alimentos).

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. Referencias en la página web [www.slv.se](http://www.slv.se) (Svenska Livsmedelsverket – Instituto Sueco de Alimentos).

Los productos son sometidos a un control agrícola en la frontera de ingreso a la Unión Europea. En Suecia, la entidad responsable del control se llama Jordbruksverket (homologo al SAG de Chile). Los controles no sólo se remiten al momento de ingreso al país sino además, existen controles periódicos en los distintos puntos de ventas. Las importaciones de productos de origen orgánico se adhieren al reglamento EG nr 834/2007 y al EG nr 1235/2008. El reglamento permite a productores de terceros países exportar productos ecológicos hacia la unión europea bajo este reglamento y de esta manera, evitar los reglamentos locales de cada país de la Comunidad Europea. Lo indispensable para adherirse a este “Direct Access” se basa en que el organismo certificador de la producción orgánica sea reconocido por la Unión Europea.

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

<http://www.slv.se> (Livsmedelsverket-Instituto sueco de alimentos).

[www.jordbruksverket.se](http://www.jordbruksverket.se) (Jordbruksverket- homologo al SAG de Chile) ve etiquetado de productos y control de estos.

[www.tullverket.se](http://www.tullverket.se) (Aduana sueca- temas de arancel, registro de productos, etc.)

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)







# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2010

081110- Frutillas congeladas

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Polonia	2702	4679	35,4
Belgica	1870	3583	24,5
Holanda	909	1635	11,9
China	802	901	10,5
Turquia	302	602	3,9
Chile	0	0	0
Subtotal	6585	11400	86,2
Total	7627	13850	100

081120- Frambuesas, Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa y Grosellas congeladas

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Polonia	2890	10269	32,8
Serbia	1702	6766	19,3
Bosnia-Hercegovina	1036	3731	11,7
Hungria	776	4130	8,8
Belgica	514	1652	5,8
Chile	238	880	2,7
Subtotal	7156	27428	81,3
Total	8799	31910	100

081190- Arándanos congelados

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Polonia	2717	16904	21,4
Hungria	1296	6794	10,2
Ucrania	1237	4976	9,7
China	1175	3107	9,2

Finlandia	1127	3306	8,8
Chile	0	0	0
Subtotal	7552	35087	59,5
Total	12679	51219	100

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

### 081110- Frutillas Congeladas

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Belgica	2053	4688	30,1
Polonia	1825	4085	26,7
Holanda	905	1715	13,2
China	733	758	10,7
Dinamarca	372	884	5,4
Chile	0	0	0
Subtotal	5888	12130	86,3
Total	6815	14952	100

### 081120- Frambuesas, Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa y Grosellas congeladas

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Serbia	2318	9972	31
Polonia	2245	11340	30
Hungria	716	3962	9,5
Alemania	399	1490	5,3
Belgica	327	1310	4,3
Chile	68	279	0,9
Subtotal	6073	28353	81,3
Total	7464	33515	100

### 081190- Arándanos congelados

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Rusia	2461	7828	16,6
China	2134	3724	14,4
Polonia	2071	13525	13,9
Hungria	1257	7660	8,4

Lituania	1235	3925	8,3
Chile	0	0	0
Subtotal	9158	36662	61,8
Total	14811	54495	100

### 3. ESTADÍSTICAS 2008

#### 081110- Frutillas Congeladas

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Belgica	2011	4979	29,3
Polonia	1495	4750	21,8
Holanda	1273	2990	18,5
China	1107	1393	16,1
Noruega	360	1412	5,2
Chile	0	0	0
Subtotal	6246	15524	91
Total	6857	16934	100

#### 081120- Frambuesas, Zarzamoras, Moras, Moras-Frambuesa y Grosellas congeladas

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Serbia	2042	8139	29,4
Polonia	2017	9246	29
Holanda	580	2243	8,3
Bosnia-Herzegovina	547	1801	7,8
Alemania	405	1703	5,8
Chile	209	537	3
Subtotal	5800	23669	83,5
Total	6938	27398	100

#### 081190-Arándanos congelados

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
China	2877	4278	20,7
Rusia	2379	9508	17,1
Polonia	1583	12082	11,3
Lituania	1567	5757	11,2

Finlandia	1207	3770	8,6
Chile	24	29	0,1
Subtotal	9637	35424	69,3
Total	13894	48858	100

Fuente: [www.scb.se](http://www.scb.se) (Statistiska Centralbyrån- Centro de Estadísticas suecas)

# V • CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Los berries congelados se consumen en toda época, siendo utilizados en smoothies, tortas-decoración, yogurt con cereales, postres, mermeladas, helados o simplemente solos.

Consumo de berries congelados en Suecia (frutillas, frambuesas, grosellas, arándanos azules, arándanos rojos y otros) per cápita en kilo y año.

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
0,4	0,5	0,7	0,7	0,8	0,8	1,1

Fuente: Livsmedelsverket ([www.livsmedelsverket.se](http://www.livsmedelsverket.se))

El consumo total de berries congelados para el año 2009 fue de 10.000 toneladas, con un crecimiento notable desde 2008 donde el consumo fue de 7.800 toneladas.

### Potencial para berries orgánicos en Suecia

Existe un importante mercado para berries congelados orgánicos utilizados por la industria alimenticia para la fabricación de mermeladas y jugos, de los cuales una parte sustancial es importada (alrededor de 20.000 toneladas al año). La gama de frutas orgánicas congeladas por el momento es bastante limitada, consiste principalmente de berries producidos localmente.

El consumo total de fruta preparada (mermeladas, confituras y salsas de manzana) es alrededor de 60.000 toneladas, de los cuales las importaciones representan alrededor de 15% del total. Para la mermelada la participación en las importaciones es sustancialmente mayor.

Actualmente en supermercados existe una marca de berries congelados orgánicos (Polarica).

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

La diferencia en precio entre alimentos ordinarios y orgánicos es sustancial, en promedio del 20 al 40%. Pero los consumidores están dispuestos a pagar dicha diferencia dada las características y bondades de los productos orgánicos.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

En Suecia el consumo de berries se ha estructurado fundamentalmente como ingrediente para postres, consumo directo en los desayunos y en las mermeladas,, así como también en smoothies y helados. Debido a la importancia de la salud en el mercado sueco y nórdico en general, se consume bastante frutas y verduras, y más aún si éstas son orgánicas.

### 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Se ha implementado las compras a través de internet (puede ser semanal o mensual), y luego llega a domicilio. Ejemplos: [www.linasmatkasse.se](http://www.linasmatkasse.se), [www.middagsgfrid.se](http://www.middagsgfrid.se), [www.mathem.se](http://www.mathem.se). También se puede comprar directamente a través de la página web de los súper, hipermercados y tiendas especializadas.

### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Existen diversas costumbres y formas de abordar los negocios en los mercados nórdicos. Para el caso de Suecia específicamente, los consejos y recomendaciones que pudimos recabar desde diversos importadores y Grupos de Retail para hacer más grato el trato y generar lazos comerciales perdurables fueron los siguientes:

Como primer factor el precio. Este debe ser lo suficientemente competitivo para generar y captar compradores. Al primer factor se le agrega la calidad. No basta sólo un buen precio, sino que además debe estar acompañado de un producto de calidad que sea percibido por el comprador y finalmente el consumidor.

A la calidad se le añade un tercer factor: La certificación de fábrica y cumplimiento de las normas sanitarias. Esto quiere decir cumplir al 100% la normativa sueca. Por último se exige cordialidad y seriedad en las relaciones comerciales, tanto con el cumplimiento de los envíos pactados, como en la seriedad de las promesas.

También a modo de recomendación se sugiere el cumplimiento del CSR. La responsabilidad social corporativa también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. La gran mayoría de las empresas suecas tienen incorporado este concepto a través de códigos de conducta propios, los que exigen a sus proveedores y a toda la cadena de suministro.

En conclusión, lo importante es poder presentar un producto de alta calidad y con precios competitivos.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

### 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 frutillas congeladas, la mayor parte de la venta en supermercados proviene de importación directa desde Bélgica, Polonia y Holanda;
- ✓ Mayoristas europeos: tanto en Amsterdam como en Hamburgo hay grandes mayoristas de productos alimenticios. Allí se fijan los precios, los que generalmente se expresan en Euro. 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 acumular stock de alimentos envasados, que luego colocan en el mercado sueco. Los agentes pueden ser suecos o extranjeros.

### Distribución

Las frutillas congeladas llegan a los consumidores finales a través de diversos medios, siendo uno de los principales los supermercados. Actualmente, la mayoría de las frutillas 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 Sverige: es el mayor minorista de Suecia, 1.400 tiendas (ICA Nära, ICA Supermarket, ICA Kvantum, Maxi ICA Stormarknad – hipermercados, ICA Express), corresponde a un 38% en participación de mercado.

Coop Sverige: de propiedad de cooperativas de consumidores de Suecia, tiene aproximadamente 720 tiendas (Coop Konsum, Coop Extra, Coop Nära, Coop Forum – hipermercado, DagLivs), 16% participación de mercado.

Axfood: tiene 340 tiendas propias y coopera con 650 tiendas de propiedad de los comerciantes, bajo los nombres Hemköp (80 tiendas propias), Willys (140 tiendas propias), PrisXtra (6 tiendas propias y una tienda para compras a través de internet), Axfood Närlivs (19 tiendas de mayoristas y 3 centrales de distribución), Dagab (2 centrales de distribución y 2 almacenes de productos frescos), 16% participación de mercado.

Bergendahls: es un grupo regional con una fuerte presencia en la zona sur del país, concentra unas 180 tiendas (CityGross, Vi, Matöppet), con un 5% en participación de mercado.



Todos estos grupos tienen también 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 los llamados “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 aproximadamente 3.000 supermercados y 7000 tiendas minoristas, como “convenience stores” y tiendas locales.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

SUPERMERCADO	SEK	USD	FRUTA	PAIS
HEMKÖP	99/Kg	15	Mix	Ucrania, Turquía
ICA	42/Kg	6,5	Frutillas	Ucrania
	83/Kg	13	Mix	Belgica, Chile
COOP	65/Kg	10	Frambuesa	Serbia
	67/Kg	11	Mix berries rojos	Belgica
	29/Kg	4,5	Frutillas	Suecia
	66/Kg	10	Frambuesa	Serbia, Chile
	140/Kg	21,5	Arándanos Orgánicos	Polonia
	111/Kg	17	Frambuesa Orgánica	Polonia

La tabla anterior permite observar los precios de los productos desde los diversos países proveedores, como a su vez sus características de convencional u orgánico. La mayoría de los supermercados que elaboran bajo su propia

marca, compra las frambuesas congeladas desde Chile. El supermercado ICA compra la variedad Heritage desde Chile, principalmente por su gran calidad y precios competitivos.

## VIII. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



Supermercado COOP, berries congelados (para precios ver capítulo de la referencia). Países de origen: Ucrania, Chile, Polonia y Serbia.



Supermercado HEMKÖP, con opción de mezclar los distintos berries, arándanos y mora (orgánicos). Países de origen: Ucrania, Serbia, Polonia.



Supermercado COOP, arándanos grandes, país de origen Bélgica.



Supermercado Hemköp, marca Garant (pertenece a Axfood). Países de origen: Chile (frambuesas) y Serbia.

## IX. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

- Visitar Suecia para explorar las oportunidades “in situ”.
- Fomentar los contactos con los compradores suecos sobre la base de ofertas concretas de productos, particularmente cuando el precio de venta sea igual o inferior a los competidores en países de Europa Oriental.
- Realizar en Suecia un “road show” sobre berries chilenos que visiten los distintos compradores ubicados en las diversas regiones del país. Difundir las condiciones de calidad e inocuidad de las frutillas chilenas, a través de contactos con importadores/mayoristas, periodistas especializados y grupos de consumidores.
- Estimular la producción y exportación de berries orgánicos congelados, de gran demanda y mayor valor. Ello requerirá contar con organismos certificadores debidamente acreditados en Chile, lo que en principio puede realizarse a través de IFOAM, la Federación Internacional de los Movimientos Orgánicos de la Agricultura, u organismos certificadores nacionales con convenios con KRAV (organismo sueco de Productos y procesos orgánicos).

- Establecer contactos con los canales finales de comercialización de berries congelados, en este caso los supermercados, para exportar a granel para su posterior envasado, o enviar producto final para su venta.
- Se recomienda a las empresas tratar de diseñar una marca propia para ingresar al mercado sueco, ya que el producto chileno que actualmente se comercializa se hace bajo la marca del supermercado respectivo, lo que implica su venta a un precio más bajo.
- Mantener la calidad, el trato y cumplimiento de los plazos pactados. A esto puede agregarse el potencial de incluir a los mercados escandinavos y del norte de Europa como lugares de exportación en complemento a Suecia, ya que poseen similitudes en varios aspectos, y dado el continuo crecimiento y desarrollo que han tenido en estos años se recomienda buscar oportunidades e investigar.

## X. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### **Stockholm Food & Beverage Show** – Alimentos y bebidas

Lugar: Estocolmo, Stockholmsmässan (Stockholm international Fair)

Fecha: Noviembre de cada año

Superficie total: 5.958 m<sup>2</sup>

Sr. Richard Dahlin

Teléfono: +46 8 749 41 00

E-mail: [richard.dahlin@stofair.se](mailto:richard.dahlin@stofair.se)

Web: <http://webfair2.stofair.se/detgodakoket/index.asp?menulink=8>

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

### **Gastro Nord y Nordic Bakery** Comida, bebidas no alcohólicas, pastelería y utensilios

Lugar: Estocolmo, Estocolmo, Stockholmsmässan (Stockholm international Fair)

Fecha: Bienal (Abril)

Superficie: 15.627 m<sup>2</sup>

Sr. Göran Ekberg

Teléfono: +46 8 749 43 06

E-mail: [goran.ekberg@stofair.se](mailto:goran.ekberg@stofair.se)

Web: <http://gastronord.stofair.se/10175/index.asp?language=EN>

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

**ANUGA FAIR**, 10 distintos trade shows  
 Lugar: Colonia / Alemania, Koelnmesse  
 Superficie total: 304.000 m2  
 Teléfono: +49 221 821- 3305 (FROZEN FOOD)  
 Web: <http://www.anuga.com>  
 E-mail: [n.edewart@koelnmesse.de](mailto:n.edewart@koelnmesse.de) (FROZEN FOOD)  
 Es la feria principal para los importadores suecos

## XI. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

<http://www.slv.se>

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

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

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

[http://europa.eu.int/comm/agriculture/index\\_es.htm](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.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.

<http://www.sjv.se> Página web de Jordbruksverket, que realiza controles sanitarios agrícolas en frontera.