
Estudio de Mercado Frutas Secas y Deshidratadas en Noruega

Diciembre 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Estocolmo

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	6
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	6
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	6
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	6
1. Estadísticas 2010	6
2. Estadísticas 2009	6
3. Estadísticas 2008	6
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	10
1. Potencial del producto	10
1.1. Formas de consumo del producto	11

1.2. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen)..... 12

VI. Canales de Comercialización y Distribución.....12

VII. Precios de referencia – retail y mayorista13

VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia22

IX. Sugerencias y recomendaciones23

X. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....23

XI. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto24

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

08132000: Ciruelas secas

08062000: Pasas

08133000: Manzanas secas

08021100; 08021200: Almendras – con y sin cáscara

08023100; 08023200: Nueces Nogal – con y sin cáscara

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Ciruelas secas

Pasas

Manzanas secas

Almendras – con y sin cáscara

Nueces Nogal – con y sin cáscara

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

08132000: Ciruelas secas

08062000: Pasas

08133000: Manzanas secas

08021100; 08021200: Almendras – con y sin cáscara

08023100; 08023200: Nueces Nogal – con y sin cáscara



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

08132000: Ciruelas secas: 0%

08062000: Pasas : 0%

08133000: Manzanas secas: 1.5%

08021100; 08021200: Almendras – con y sin cáscara: 0%

08023100; 08023200: Nueces Nogal – con y sin cáscara: 0%

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

0% todos los productos.

3. OTROS IMPUESTOS:

IVA productos alimenticios: 14%



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Las importaciones de productos destinados al consumo humano deben responder a los criterios fijados por la Comisión Europea. En el caso de productos deshidratados, 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 en Noruega deben cumplir con los requisitos del país fijados por Statens Landbruksforvaltning (Slf), organismo controlador noruego, en cuanto a control y marcación del producto.

Los productos son sometidos a un control agrícola en la frontera de ingreso a la Unión Europea. En Noruega, la entidad responsable del control es Mattilsynet (Equivalente al SAG de Chile). Los controles no solo se remiten al ingreso al país sino además, existen controles periódicos en los distintos puntos de venta.

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

www.slf.dep.no Statens Landbruksforvaltning (Slf)

www.mattilsynet.no Mattilsynet

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

IV.1 ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIONES (CIF) DE CIRUELAS SECAS, 081320000 Referencia anual tipo de Cambio Corona Noruega (NOK) /USD

2008: 5,6361

2009: 6,2816

2010: 6,0453

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (Kilos)	Monto (NOK)	% Participación de Mercado
EEUU	596702	14500162	61 %
CHILE	368052	6866802	37.8%
OTROS	12125	518738	1.2%
TOTAL	976879	21885702	100%

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (KILOS)	Monto (NOK)	% Participación de Mercado
EEUU	827707	22801290	91,4%
CHILE	72138	1446952	8%
FRANCIA	1953	90835	0,2%
OTROS	3435	245880	0,4%
TOTAL	905233	24584957	100%

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad (KILOS)	Monto (NOK)	% Participación de Mercado
EEUU	882176	21646567	87,5%
CHILE	44543	748546	4,4%
FRANCIA	66260	2212849	6,5%
OTROS	15314	375110	1,6%
TOTAL	1008293	24983072	100%

Fuente: Statistisk Sentralbyrå, (Oficina Central de Estadísticas de Noruega) www.ssb.no.

IV.2 PASAS DE UVAS 08.06.2000

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (Kilos)	Monto (NOK)	% Participación de Mercado
EEUU	3396157	56363917	76,7%
TURQUIA	439042	5633544	9,9%
CHILE	302936	3928364	6,9%
SUDAFRICA	135866	1670358	3,1%
OTROS	152220	2987386	3,4%
Total	4426221	70583569	100%

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (KILOS)	Monto (NOK)	% Participación de Mercado
EEUU	3171264	48849198	70,9%
TURQUIA	543122	6064257	12,2%
CHILE	301456	3532484	6,7%
SUDAFRICA	256719	3505062	5,7%
OTROS	203070	3744137	4,5%
Total	4475631	65695138	100%

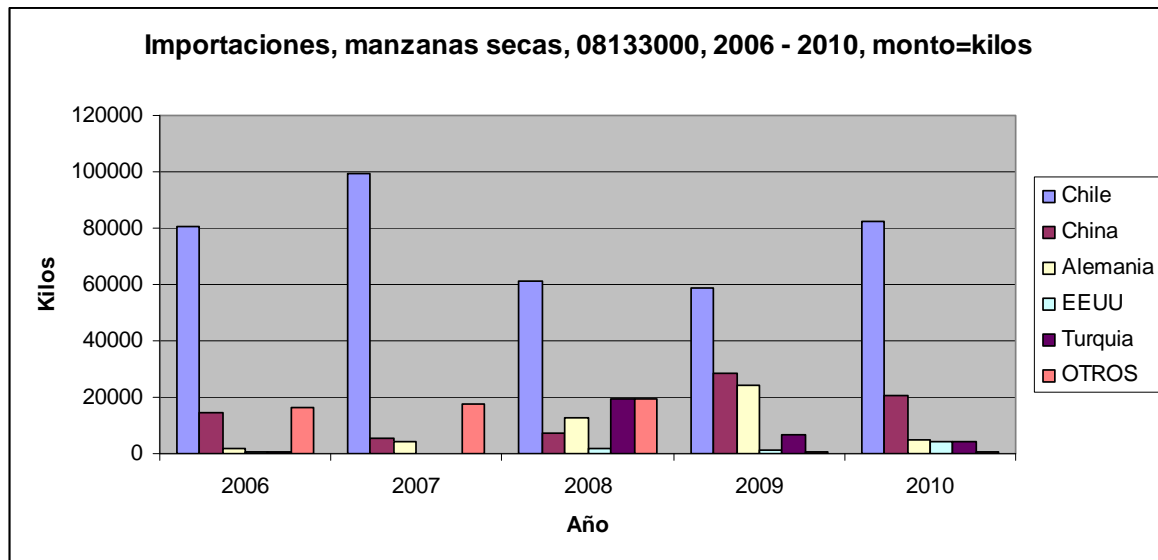
3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad (KILOS)	Monto (NOK)	% Participación de Mercado
EEUU	2858922	42968937	60,6%
TURQUIA	646871	7168934	13,7%
CHILE	303879	3474204	6,5%
SUDAFRICA	739298	7702385	15,7%
OTROS	165564	2935708	3,5%
Total	4714534	64250168	100%

Fuente: Statistisk Sentralbyrå, (Oficina Central de Estadísticas de Noruega) www.ssb.no.

VI.3. Otras Estadísticas

MANZANAS SECAS 08133000 2006 – 2010



V. POTENCIAL DEL PRODUCTO

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Históricamente, en el año 2000 sólo un 0,2 % de las importaciones de las ciruelas secas en el mercado noruego provenían desde Chile. Desde el 2000 al 2005 se produjo un rápido crecimiento, llegando a tener un 26 % del mercado. Estas cifras cayeron desde el 2006 hasta el 2008 hasta sólo un 4,4 % de las importaciones totales. Los dos últimos años ha vuelto a crecer hasta lograr en 2010 un 37 % de las importaciones totales en Noruega. Aún cuando se vislumbra complejo poder arrebatarle a EEUU el primer lugar, país que tiene una posición dominante y una marca conocida dentro del mercado de frutas secas en el sector retail, los envíos chilenos han comenzado a consolidarse en el mercado, estableciéndose actualmente como el segundo proveedor más importante.

El mercado de pasas de uvas tiene mucho en común con el de las ciruelas secas, también ampliamente dominado por Estados Unidos, y fundamentalmente por las mismas marcas. La gran diferencia radica en que las pasas chilenas aún no han logrado establecerse en el mercado como si lo han logrado las ciruelas secas. Las pasas

chilenas durante los últimos años han logrado penetrar en el mercado noruego, alcanzando durante 2010 aproximadamente un 7 % del mercado. Todavía no es muy común encontrar pasas chilenas en los supermercados, donde dominan ampliamente las pasas de Estados Unidos. El producto chileno se importa fundamentalmente para la industria procesadora, como pastelería, o en productos mixtos como almendras y pasas, etc.

Respecto a las importaciones de manzanas secas, Chile es el líder absoluto en Noruega. Durante 2010 la participación de mercado del producto chileno fue del 70 %.

El consumo de almendras es muy grande en Noruega, siendo muy común como veremos más adelante, consumirlas junto a pasas y otras combinaciones de frutas secas. También se utilizan mucho en la elaboración de otros productos. Al igual que las ciruelas secas y las pasas, las almendras de EEUU son las que dominan no sólo las importaciones, sino también la venta retail. Dentro de las importaciones de almendras sin cáscara, Chile tuvo durante 2009 un 2,5 % del mercado.

Dentro de lo que es las importaciones de nueces de nogal a Noruega, Estados Unidos, Francia y Chile son los principales proveedores. Pero como al igual que la mayoría de los frutos secos, Estados Unidos ha sido por un largo período el líder del mercado. No obstante lo anterior, en el 2010 Francia llegó a ser el más grande, con el 81 % de las importaciones a Noruega.

FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

El consumo se efectúa preferentemente en las siguientes áreas:

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

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

La fruta seca es cada día más popular con nuevos productos introducidos exitosamente en la última década.

Grandes posibilidades para aquellos productos que puedan ser promocionados como saludables, snacks nutritivos, o ingredientes de buen sabor para productos como muesli y sopas.

Una condición importante mencionada es que los potenciales proveedores puedan satisfacer las altas expectativas respecto de los estándares de calidad como en entregas rápidas y confiables, junto a la posibilidad de entrega de productos ya empaquetados con la marca propia de las distintas cadenas de supermercado.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La importación de estos productos a Noruega 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.

Grupos de Retail y Servicios Alimenticios:

Cuatro grupos representan el 80 % de las ventas de alimentos Mayorista y Retail en Noruega:


- Bama Gruppen AS: www.bama.no
- Norgesgruppen AS – utiliza su propia importadora y distribuidora para productos que realizan con marcas propias www.unil.no
- COOP Norge AS: www.coop.no
- Ica Norge AS: www.ica.no
- Harlem Food AS: www.harlem-food.no

OTROS CANALES DE COMPRA PARA UN IMPORTADOR NORUEGO


- Directamente del Proveedor. El importador puede ser mayoristas especializados, Procesadores Alimentos o Grupos de Retail (éstos últimos mayoristas de todas las tiendas del grupo).
- Mayoristas Extranjeros Europeos: Mantienen Stocks en Amsterdam y Hamburgo de diferentes materias primas, incluyendo frutas secas.
- Agentes/intermediarios. Mantienen Stocks. Noruegos o extranjeros.


VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Ciruelas secas - supermercado Rimi (parte de Ica Norge AS)



Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	EEUU	500gr	65 NOK (5 US\$) 130 NOK*kg

Ciruelas secas - supermercado Rema 1000


Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	EEUU	250gr.	30 NOK 90 NOK*kg

	<p>EEUU</p>	<p>250gr.</p>	<p>40 NOK (5,7 US\$) 160 NOK*kg</p>
---	-------------	---------------	-------------------------------------

Pasas y productos mezclados con pasas– supermercado Coop


Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	<p>EEUU</p>	<p>250gr.</p>	<p>30 NOK 90 NOK*kg</p>
	<p>N.A.</p>	<p>175 gr Mezcla de pasas y almendras</p>	<p>25 NOK (5,7 US\$) 142 NOK*kg</p>

Pasas – Rema 1000

Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	EEUU	250gr.	30 NOK 90 NOK*kg

PRECIOS DE REFERENCIA-ALMENDRAS

Supermercado Ica

Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	EEUU	250gr.	45SEK (6,4 US\$) 180 SEK*kg


Almendras – Rema 1000

Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	EEUU	250gr.	35 NOK (5 US\$) 140 NOK*kg

Nueces nogal – Rema 1000

Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	EEUU	200gr.	30 NOK (5 US\$) 150 NOK*kg


Nueces nogal – Rimi

Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	EEUU	250gr.	35 NOK (5 US\$) 150 NOK*kg

Ejemplos de otros productos para el mismo segmento del mercado

A continuación se presentan otros productos dentro de la misma categoría, para dar una idea de como se comercializan estos productos actualmente en el mercado noruego.

Nueces y frutas secas – Rema 100

Producto	País de Origen	Envase/tamaño	Precio
	N.A.	450gr.	29,90 NOK (5 US\$) 66,44 NOK*kg

Otras Imágenes:

Nueces y frutas secas Sørlandschips, en dispensador – Rema 1000



Bananas secas, marca "mmm..." de Bama Gruppen AS



Damascos secos, marca “mmm...” de Bama Gruppen AS



VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No hay registro de campañas promocionales en punto de venta del producto por país exportador. Las promociones son realizadas en las principales ferias alimenticias detalladas más adelante en este estudio.

IX. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

La fruta seca es cada vez más popular en Noruega. Forman parte de productos que se promocionan como saludables y naturales, consumidos solos o en conjunto con cereales al desayuno. También como una alternativa a los “snacks” menos saludables como papas fritas o chocolates.

En términos generales, se recomienda:

Visitar Noruega para explorar las oportunidades “in situ”, y de esta manera interiorizarse sobre los canales de distribución. Reunirse con importadores que manejan los tipos de productos que usted provee para aprender más sobre el ambiente competitivo imperante.

Determinar las ventajas comparativas de sus productos. Los potenciales clientes deben ser convencidos del mérito de sus productos. Las típicas categorías son: mejor calidad, mayor valor agregado o empaques más convenientes.

Estar dispuestos a realizar cambios a sus productos si así fuera necesario para cumplir con los requisitos del mercado (reglamentos, packaging, etc).

Participar en ferias y actividades promocionales para dar a conocer su producto en el mercado. Más adelante se entregan detalles de diversos eventos.

Entender que Noruega y la cultura nórdica en general, están orientadas al servicio y que se requieren respuestas rápidas cuando se necesita información adicional sobre el producto.

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

SMAK11 – Alimentos, Bebidas, Equipamiento de Catering, Interior y Diseño

Fecha: Usualmente cada dos años

Lugar: Lillestrøm

Fono: +47 66 93 91 82 / +47 924 96 998

Fax: + 47 66 93 91 01 Web: www.messe.no Persona

de contacto: Sra. Christine Hellerud

E-mail: che@messe.no

GLADMAT, festival de comidas, para consumidores

Lugar: Stavanger

Persona de contacto: Sra. Tone Elisabeth Kristiansen

Celular: +47 91 32 85 89

Fono: +47 51 87 45 79

E-mail: tone@gladmat.no

Web: <http://www.gladmat.no/WelcometotheGladmat.doc>

Web: www.gladmat.no

XI. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Sitios Web de la Unión Europea:

- Export Helpdesk es un servicio en línea, suministrado por la Comisión Europea, para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea.

http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

- EUR-Lex ofrece acceso directo y gratuito a la legislación de la Unión Europea. El sistema permite consultar el Diario Oficial de la Unión Europea y, entre otras cosas, incluye los tratados, la legislación, la jurisprudencia y los trabajos preparatorios de la legislación.

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

- Sitio oficial de la Oficina Agrícola de Chile ante la Unión Europea www.chileagri.eu

-Asociación Fairtrade www.fairtradenorge.no

<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.ssb.no

Central de Estadísticas de Noruega. Entrega estadísticas de importaciones y exportaciones noruegas por productos, cantidad y montos en coronas noruegas.

<http://www.taric.es>

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

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

www.toll.no

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

www.mattilsynet.no - Página web de Mattilsynet, que realiza controles sanitarios agrícolas en frontera.