



El Mercado de Palta en Suecia

2017- Oficina Comercial Estocolmo, Suecia



SUECIA-UN MERCADO CON FOCO EN SUSTENTABILIDAD Y ORGÁNICO

El consumidor sueco, así como el nórdico en general, está cada vez más enfocado en la protección del medioambiente y la sustentabilidad, que se caracteriza por ser consciente de su consumo, apoyando a las empresas que de algún modo protegen o se hacen cargo del impacto que generan en el medio ambiente. Esta importante tendencia va en aumento y se debiera tomar en consideración para exportar a los mercados nórdicos.

- **Principales Países Proveedores:** Suecia no es productor de palta, por ello depende 100% de la importación de éste producto. Según estudio de Jordbruksverket (2016), institución de agricultura sueca, la importación de palta aumentó un 60% en 5 años, tanto en precio como en volumen. El año 2016 Suecia importó un total de USD 63.505.545, una variación de un 21,56% con respecto al año 2015. Los principales países proveedores son Holanda (con 72,64% de participación de mercado), Alemania, España, Italia y Reino Unido. Sin embargo, en los supermercados suecos, los países de origen son Chile, Israel, México, Perú y Sudáfrica. La mayoría de los importadores suecos compran la palta desde Holanda (donde también tienen bodegas de maduración del producto) con origen de México y Chile.
- **Exportaciones chilenas:** Actualmente la exportación directa de Chile a Suecia representa solo un 1% de participación de mercado de la exportación total de Chile al mundo, como se detalla anteriormente, Suecia compra las paltas a través de Holanda.
- **Situación Arancelaria y otros impuestos:**
 - Arancel para terceros países: 5,1%
 - **Arancel preferencial para Chile: 0%**
 - Se debe agregar IVA un 12% (alimentos)
- **Análisis y comentarios:** Holanda domina las ventas de paltas al mercado sueco, con una participación de mercado del 72,64%. El transporte y la necesidad de comprar los volúmenes requeridos, en ocasiones reducidos, es lo que determina la compra directa desde Holanda y no desde Chile.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

PAIS	Total US\$ 2016	Crecimiento 2016 / 2015
Holanda	46.129.324	23.54%
Alemania	3.474.652	11.07%
España	3.009.975	-19,84%
Italia	2.365.498	-
Reino Unido	2.138.157	17,53%
CHILE	491.000	-

Fuente: Centro de estadísticas suecas y Departamento Estudios Direcon

La distribución y el consumo de Palta en Suecia

Según información entregada por el encargado de compras de la cadena de supermercados ICA, Suecia es el tercer país del mundo en consumo de palta, con un consumo per cápita anual de 3,6kg-3,8kg. Las ventas son por unidad o dos unidades, esta última en versión "ready to eat", con la maduración justa para consumo inmediato. Ese concepto marca tendencia y va en aumento en el mercado sueco. Se estima importante que el Comité de Paltas pueda implementar una nueva campaña de marketing, como la que realizó los años 2008-2010, la que fue de gran éxito, generando que la Palta Hass chilena contara con un reconocimiento importante por parte de los consumidores. El consumidor sueco, en términos generales, no sabe cómo consumir la palta. Hoy en día se conoce como un ingrediente para el sushi, en ensaladas o smoothies. Esta es otra razón de importancia para contar con la campaña de palta en estos mercados, ya que el Comité de Paltas realizaba degustaciones, promociones en punto de ventas e implementaban productos para los consumidores de tal forma que podían madurar la palta en casa.

Una tendencia a destacar, por su creciente relevancia, son los productos orgánicos y sustentables en el mercado nórdico. Según un informe realizado por Ekoweb, las estadísticas muestran un aumento en dichas ventas de 18% durante el año 2016. En Suecia la participación de mercado de los alimentos orgánicos es de 8,7% (2016), y representa un monto de 2,85 MM USD. Esto significa que estamos a un 1,2% de Dinamarca, que cuenta con un 9,9% de participación, siendo el líder mundial en consumo orgánico. Se estima que el consumidor sueco destina 227 USD per cápita al año en estos productos.



■ Principales actores en la distribución

En Suecia, hay tres actores importantes, ICA dominando el mercado con un 50,7%, COOP con un 19,8% y AXFOOD (este último cuenta con las cadenas de supermercado HEMKÖP y WILLYS) con un 16,1%. Los principales importadores de fruta y verdura fresca se encuentran en el sur de Suecia, en la ciudad de Helsingborg, el segundo puerto más grande de Suecia, luego del puerto de Gotemburgo. Dentro del sector HORECA los principales actores son: Martin och Servera, Menigo, Svensk cater y Axfood snabbgross, los cuales compran la palta directamente al importador en Helsingborg.

Participación de mercado Supermercados

Empresa	Tipo	Participación de mercado	Página web
ICA	Supermercado	50,7%	www.ica.se
Coop	Supermercado	19,8%	www.coop.se
Axfood	Supermercados	16,1%	www.axfood.se
Bergendahls	Supermercado	7,3%	www.bergendahls.se
Lidl	Hard Discount	3,9%	www.lidl.se
Netto	Hard Discount	2,3%	www.netto.se

Fuente: HUI Research

■ Normativas aplicables y requisitos de importación

En Suecia hay tres instituciones públicas que controlan y supervisan las regulaciones de importación de alimentos:

- Tullverket (Aduana) comprueba el cumplimiento de las regulaciones en la frontera. (www.tullverket.se)
- Jordbruksverket (Institución de Agricultura) es responsable de las normas relativas a los productos alimenticios para uso privado, con componentes de origen animal. (www.jordbruksverket.se)
- Livsmedelsverket (Institución de Alimentos) es responsable de las regulaciones aplicables a los alimentos para las importaciones comerciales de otros países. Además, dirige y coordina la inspección de alimentos del país. (www.livsmedelsverket.se)

■ Conclusiones

La palta es un producto de alta demanda y con un crecimiento considerable en el mercado sueco, debido a la tendencia del consumidor final, de comprar productos saludables y de alto valor nutritivo. También se ha observado una presencia importante en los cafés y/o negocios donde venden jugos/smoothies con palta como un ingrediente en sus productos. El consumidor sueco está cada vez más atento y con mayor información al comprar la palta con el grado de madurez óptimo, lo cual era un gran problema hace 6 años.

Las paltas chilenas se encuentran en los mercados nórdicos entre octubre-marzo, pero se estima importante reactivar una campaña de promoción para marcar más presencia del producto chileno, como también ver la posibilidad de incrementar el envío directo con el concepto *ready to eat* (debido a que al precio de venta es aproximadamente un 50% más alto) y puede ser aún más alto si cuenta con una certificación orgánica. Estos dos últimos son un valor agregado importante para exportar a los mercados nórdicos.

Para más información sobre la categoría de **Palta** en Suecia por favor comuníquese con **Constanza Mac-Donald** al email cmacdonald@prochile.gob.cl