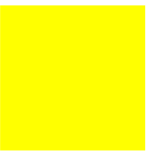
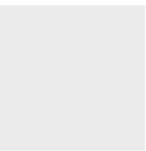
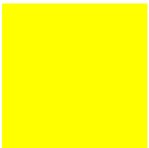




## “Exportación de frutas y verduras a Suecia”

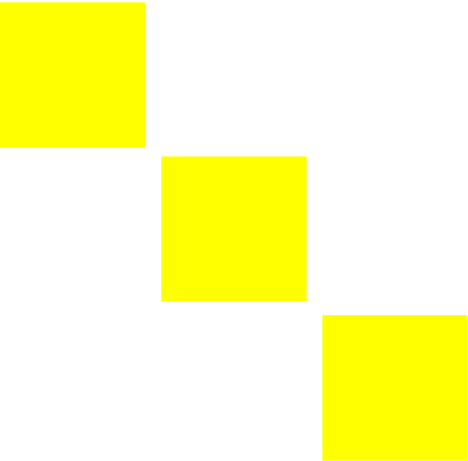
### *Proyecto Final*

Torre Pacheco, Mayo de 2011



# Índice de contenidos

- 1** Datos del país
- 2 Productos
- 3 Distribución
- 4 Promoción



# Suecia

Suecia es el tercer país más extenso de la Unión Europea, con una superficie total de 449.964 km<sup>2</sup>, de los que el 9% corresponde a lagos y un sorprendente 54% del territorio está cubierto de bosques.

**Tan solo el 8 % del mismo es tierra cultivable.**

Suecia es un país muy poco poblado si consideramos su superficie total. De modo que su densidad poblacional asciende a tan sólo 23 habitantes por km<sup>2</sup>.

El 85% de los suecos viven en áreas urbanas. En el norte de Suecia la densidad de población es de 3 habitantes por km<sup>2</sup> mientras que en la región de Estocolmo es de 310 habitantes por km<sup>2</sup>.



Debido a las condiciones climáticas de Suecia, es difícil producir orgánicamente algunos productos como el tomate, el pepino y la lechuga, lo que explica el hecho de que su producción al aire libre sea muy limitada.

La producción local de frutas y verduras es limitada, y se sitúa en su mayor parte en el sur del país donde las condiciones climáticas son más benignas

Con una población de apenas 8,9 millones de habitantes, Suecia es uno de los mercados nacionales de productos alimenticios más pequeños de la Comunidad Europea (CE).

Alrededor del 80% del suministro total de alimentos y bebidas del país se produce internamente, y el 20% restante se importa.

En el caso de las frutas y hortalizas frescas, el porcentaje de las importaciones es considerablemente mayor: más del 70%.

Fuente: <http://www.fao.org/>

Dadas las limitaciones climáticas para el cultivo de muchas frutas y verduras, Suecia depende en buena medida de las importaciones de estos productos. La entrada en la UE en 1995 ha provocado que la mayor parte de sus importaciones provengan de sus socios europeos en detrimento de socios comerciales de fuera de la UE.

# Ranking de los principales sectores exportados por ESPAÑA a Suecia en el año 2010. miles EUR

Orden	Sector	Importe	Orden	Sector	Importe
1	TECNOLOGÍA INDUSTRIAL	425.957	12	OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	13.031
2	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS	235.136	13	PRODUCTOS CÁRNICOS	11.172
3	INDUSTRIA AUXILIAR MECÁNICA Y DE LA CONSTRUCCIÓN	212.476	14	OCIO	10.941
4	INDUSTRIA QUÍMICA (PRODUCTOS QUÍMICOS)	166.490	15	GRASAS Y ACEITES	5.085
5	HÁBITAT	125.002	16	ANIMALES VIVOS Y SUS PRODUCTOS	2.648
6	MODA	88.352	17	INDUSTRIAS CULTURALES	2.392
7	VINOS	52.322	18	BEBIDAS SIN ALCOHOL	2.019
8	MATERIAS PRIMAS, SEMIMANUFACTURAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS	50.464	19	PESCADOS Y MARISCO	1.575
9	MEDIO AMBIENTE Y PRODUCCIÓN ENERGÉTICA	35.075	20	LÁCTEOS	854
10	PANADERÍA Y OTROS	29.781	21	TABACO	550
11	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	22.840	22	PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE FLORICULTURA	290



**En cuanto a las importaciones de verduras frescas, Holanda es el primer proveedor de Suecia con una cuota de mercado de más del 40%.**

**España es el segundo proveedor de verduras a Suecia con el 22% de cuota de mercado y su cuota de importación está aumentando en los últimos años.**

**Las principales verduras importadas por Suecia son los tomates, la lechuga y las cebollas y los ajos.**

**España es el primer exportador en el caso de las lechugas, y el segundo importador en el caso de tomates y cebollas.**

**En cuanto a las importaciones de fruta, España se sitúa como tercer proveedor de Suecia tras Holanda y Alemania.**

**España es el principal proveedor de cítricos con una cuota total del 43%.**

# Exportaciones de la Región de Murcia a Suecia

**La exportación de productos hortofrutícolas a Suecia ocupa el primer lugar con un volumen de 44.949 millones de euro.**



**Ranking de los principales sectores exportados por MURCIA a Suecia en el año 2010. miles (EUR)**

Orden	Sector	Importe	Orden	Sector	Importe
1	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS	44.949	10	MODA	147
2	INDUSTRIA QUÍMICA (PRODUCTOS QUÍMICOS)	9.073	11	BEBIDAS SIN ALCOHOL	88
3	VINOS	6.893	12	PRODUCTOS CÁRNICOS	42
4	PANADERÍA Y OTROS	4.490	13	PESCADOS Y MARISCO	29
5	INDUSTRIA AUXILIAR MECÁNICA Y DE LA CONSTRUCCIÓN	1.619	14	MATERIAS PRIMAS, SEMIMANUFACTURAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS	27
6	MEDIO AMBIENTE Y PRODUCCIÓN ENERGÉTICA	1.016	15	OCIO	20
7	OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	944	16	GRASAS Y ACEITES	6
8	TECNOLOGÍA INDUSTRIAL	443	17	PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE FLORICULTURA	1
9	HÁBITAT	216	18	LÁCTEOS	0

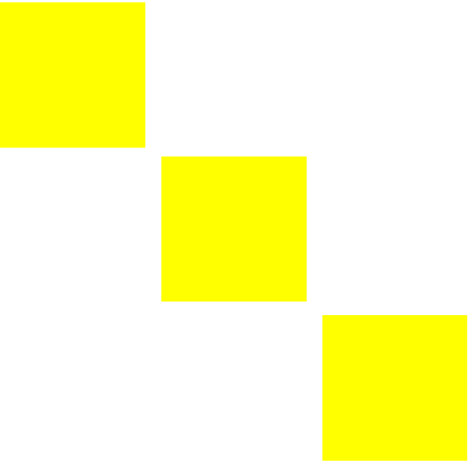
Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)





# Índice de contenidos

- 1 Datos del país
- 2 Productos**
- 3 Distribución
- 4 Promoción



# EL MERCADO ORGÁNICO

Es un sector bien organizado, regulado y unificado con una exitosa certificación ya desde 1985, que le ha permitido un gran crecimiento, convirtiendo a Suecia en la punta de lanza del mercado ecológico.

Según datos de la Administración Nacional de Alimentación (*Livsmedelsverket*) Alrededor del 50% de los servicios públicos dónde se necesitan alimentos (escuelas, Hospitales,..) incluyen productos ecológicos.

Los estándares de calidad orgánica son muy similares a los del resto de productos, por lo que no consiste en adaptar un producto sino más bien en una diferenciación, así mismo los canales de comercialización son iguales que en los productos no orgánicos.

## **Suecia debe importar la mayor parte de frutas y verduras que consume**

**En cuanto a las importaciones, las cifras más elevadas en términos de valor corresponden a tomates y lechuga, mientras que para las frutas son los plátanos, las manzanas y las peras, y los cítricos.**

**España tiene un papel destacado, siendo el segundo proveedor de frutas y verduras a Suecia.**

**El tamaño del mercado sueco es relativamente pequeño. Sin embargo, la entrada a Suecia puede convertirse en una magnífica plataforma para entrar en los países bálticos.**





**La lechuga se trata de un vegetal que ha cambiado a lo largo de la historia, pero que actualmente, ya sea con hojas sueltas o acogolladas, son las más consumidas en nuestra gastronomía.**

**Para proceder a su cultivo ecológico tenemos que tener en cuenta una serie de aspectos:**

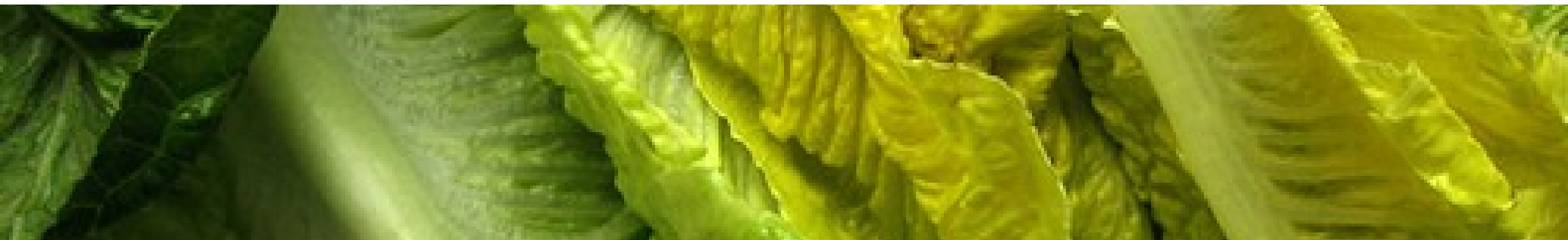
**Proceder a la nivelación del terreno y el asurcado**

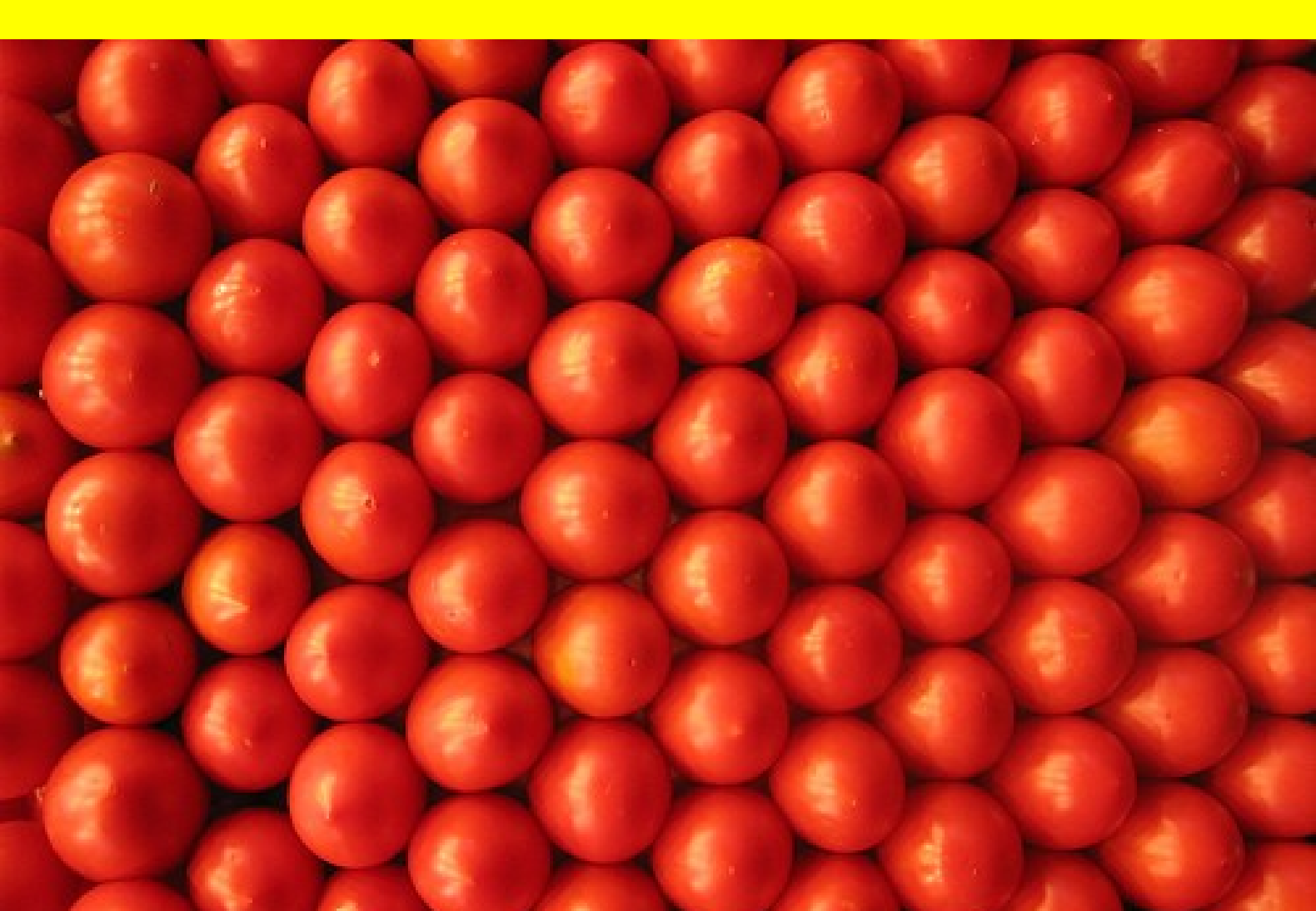
**Formación de bancos con la ayuda para marcar la ubicación de las plantas**

**Mantener las parcelas libres de las malas hierbas del huerto**

**No debemos utilizar la misma parcela del terreno para más de dos campañas**

**Acolchado durante los meses invernales**





**El tomate es un producto disponible todo el año gracias a los invernaderos**

**La producción de tomate ecológico se ha desarrollado en gran parte debido a la gran demanda de dicho producto por los importadores europeos**

**Dicho aumento de la producción es debida en gran parte al desarrollo producido en las técnicas de polinización, donde se ha empezado a utilizar el abejorro en lugar de la polinización hormonal**

**Se consideran tomates de mayor calidad aquellos que son multiloculares con paredes gruesas frente a aquellos con menos carne en la zona central y cavidades para las semillas mayores.**



# El tomate y el licopeno



**Los tomates son ricos en sustancias con propiedades anticancerígenas, que conducen a la formación de carotenoides como el licopeno, compuestos que protegen a las células de los efectos de la oxidación.**

**El licopeno es un poderoso antioxidante que previene la aparición de diversos tipos de cáncer, especialmente de próstata, pulmón y estómago.**

**Estudios realizados en la Universidad de Llinois muestran que cuando se ingieren en un mismo plato brócoli y tomate, se consigue un efecto aditivo, que es debido a que los componentes anticancerígenos de cada una de estas hortalizas actúan en diferentes rutas combatiendo el cáncer.**





**Esta hortaliza es considerada una de las hortalizas más nutritivas, ya que contiene una gran cantidad y variación de vitaminas entre ellas la vitamina C, E, B1 y pro vitamina A, también contiene muchos minerales, especialmente el potasio, pero también el hierro, magnesio, yodo, zinc y calcio.**

**En cambio sí es un cultivo ecológico, todos estos nutrientes se conservan en su volumen y proporción, ya que al ser cultivos naturales no están afectados por agentes químicos ni farmacéuticos que alteren su constitución y su integridad en relación con las vitaminas que poseen, que lo hacen ser un producto beneficioso para la salud y la vida sana de las personas.**

**Todo lo que esta hortaliza proporciona no debemos de dejar que se pierda ya que por medio de ella nos podemos alimentar de una manera sana y segura , y mucho más si es un brócoli ecológico cultivado naturalmente en el que podemos disfrutar de todos sus poderes nutritivos y alimenticios.**



# El brócoli y el sulforano



El papel del **brócoli** en la **prevención del cáncer**.

El **sulforafano**, componente del **brócoli**, es eficaz tanto para la **prevención de tumores** como para la **destrucción de las células madre del cáncer**.

**No recomiendan que se agreguen suplementos de sulforafano a la dieta.**

Sin embargo, **el consumo de brócoli está libre de efectos secundarios**, por lo que sí que es muy interesante incluir el brócoli de forma habitual en nuestra dieta, especialmente cuando sea una de nuestras verduras de temporada.







**Melón es un fruto muy sensible a la utilización de pesticidas o fungicidas, sobre todo a aquellos que contengan azufre, lo cual lleva a la planta y a su fruto a una muerte segura.**

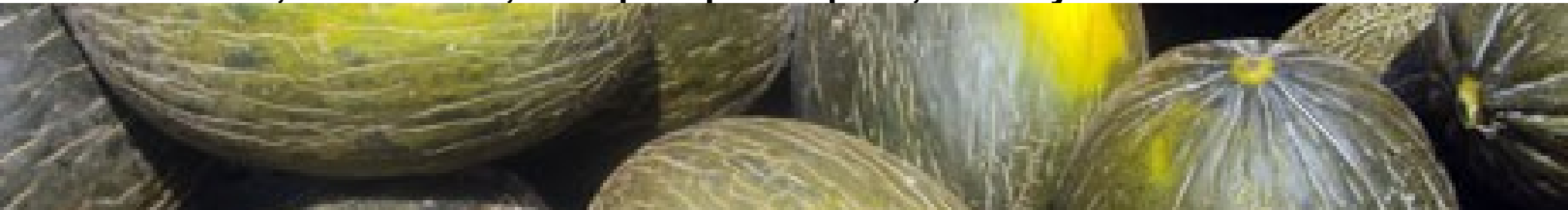
## **Recomendable la cosecha del Melón ecológico**

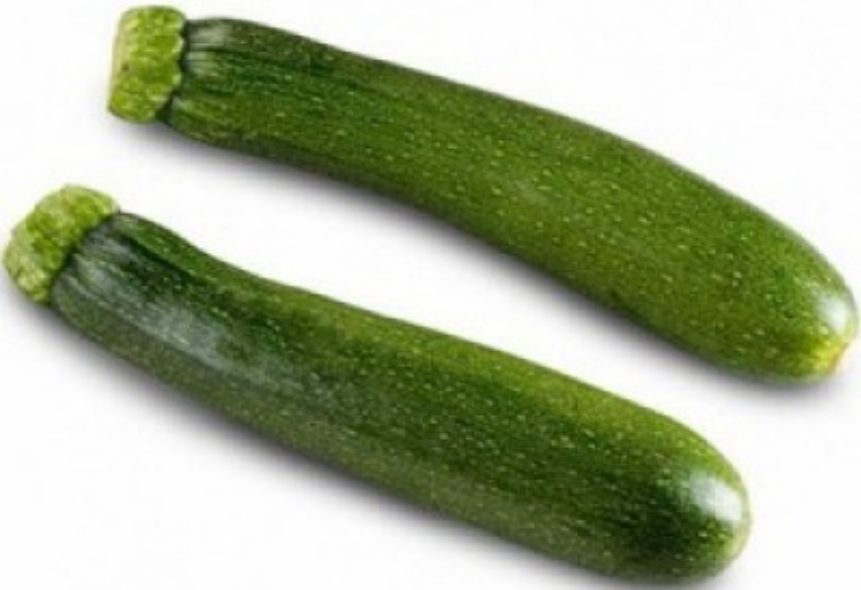
**Con tan solo 100 gramos de melón al día, usted ya tiene en su cuerpo más de la mitad de vitamina C recomendada.**

**Además de ser un excelente diurético, es una fruta con propiedades depurativas y rehidratante.**

**Aporta muchos carbohidratos, como la sacarosa, pero su bajo contenido en energía resulta ideal para perder peso.**

**Diurético, rehidratante, ideal para perder peso, fresco y lleno de nutrientes...**





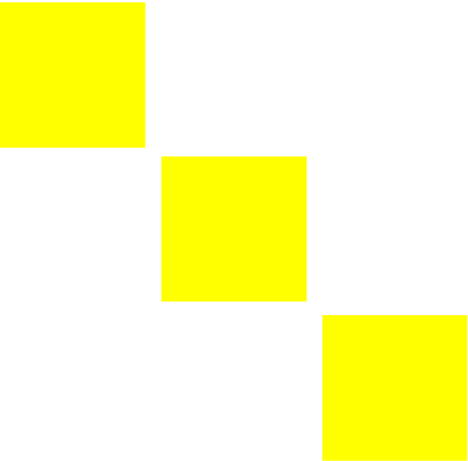
El cultivo de calabacín es poco complejo, aunque se cultiva en todo tipo de suelos, requiere que el marco de la plantación se realice en suelos profundos y con buen drenaje, ricos en **materia orgánica procedentes de una ganadería ecológica.**

La cantidad de semillas varía en función de la superficie que queramos cultivar, poniendo entre una a **tres semillas por surco**, a una distancia de un metro respectivamente uno de otro, con el fin de que la planta tenga suficiente espacio para poder desarrollarse con facilidad.

De las diferentes variedades de calabacín que existen distinguimos la **variedad pepo** , que son frutos de color anaranjado y sabor dulce, que se cultivan principalmente en Italia, **variedad Sofía** que son frutos de color verde claro y sabor dulce, este tipo de calabacín se suele cultivar en la zona de Grecia, **variedad Samara** que son frutos de color negro.

# Índice de contenidos

- 1 Datos del país
- 2 Productos
- 3 Distribución**
- 4 Promoción





## Suecia se ha ganado una bien merecida reputación como mercado exigente y difícil

En general, resultará imposible para los proveedores la venta de las calidades más económicas, aún a los precios más bajos; **el mercado carece de un sector constituido por productos de baja calidad a precios ínfimos.**

## El comprador sueco espera elevada calidad, buen diseño, embalaje y una entrega confiable

Los **supermercados e hipermercados** con un surtido amplio y una gestión racionalizada de los productos, han pasado a desempeñar un importante papel en el comercio sueco.

Sin embargo, para competir con estas formas de distribución, el resto de los establecimientos de venta al por menor está haciendo un mayor hincapié en el servicio personal, en una gama de productos más claramente definida y en una calidad alta.

## Gestión racionalizada de los productos





## Las empresas de venta al por mayor pueden dividirse en cuatro categorías principales

**Mayoristas independientes** que efectúan muchas de las funciones de una mayorista, con derecho de propiedad sobre el producto y que han desarrollado nuevas formas de distribución con vinculación económica más o menos grande con empresas de otros eslabones del mercado.

**Actividades de venta al por mayor, integradas con la venta al por menor.** Un ejemplo de esto son los almacenes centrales de las empresas constituidas en cadena, los almacenes centrales de la Federación de Cooperativas de Consumo y las empresas de compra y distribución de propiedad de detallistas.

**Las actividades mayoristas de los productores,** que se efectúan centralmente desde las plantas de fabricación y desde oficinas independientes o depósitos. Dentro de esta esfera se cuentan también las filiales suecas de empresas extranjeras.

**Agentes** que gestionan las ventas sin adquirir el derecho de propiedad sobre el producto o tener contacto físico con el mismo. Su marco legal viene regulado por la ley de agentes comerciales (Lag (1991:351) om handelsagentur).



La función de compra está muy especializada estando radicada principalmente en ciudades: Estocolmo, Gotemburgo, Malmo y Helsingborg.

El comercio de artículos de consumo diario, como muchos otros productos, se caracteriza por estar dominado por unas pocas empresas de gran envergadura.



## Datos de la Agencia Sueca de Cooperación y Desarrollo Internacional sobre los márgenes en el sector de la fruta y la verdura fresca



- Si en la importación está involucrado un agente, su margen normalmente se sitúa alrededor de un 5%.
- Los importadores se sitúan en una horquilla que va del 10% al 30%.
- Los distribuidores acostumbran a añadir otro 15% (que puede ser mucho mayor si ofrecen un servicio especializado).
- A nivel detallista, dependiendo del punto de venta, el margen puede estar entre un 50% y el 100%, incluyendo el 12% de IVA de los productos alimentarios y bebidas.

Todo exportador a Suecia deberá considerar dos problemas estrechamente relacionados:



## **cómo introducirse cómo permanecer**

La estrategia debe elegirse antes de entrar en el **MERCADO**, con el objeto de evitar equivocaciones costosas que puedan obstaculizar las posibilidades de venta.

Aunque son varias las alternativas abiertas al exportador, cada una de ellas tiene consecuencias especiales y si se prescinde de la responsabilidad de establecer una compañía filial, ya que se trata de una solución muy costosa, dos son las principales alternativas posibles:

***Venta a importadores*** Se entiende por importador toda persona o compañía que realiza compras en nombre propio y por cuenta de una empresa, mantiene existencias y distribuye productos.

***Venta a través de agentes*** En la legislación sueca un agente se define como toda persona o compañía que ha aceptado una comisión de un comitente para dedicarse a la venta de mercancías cursando pedidos.



# CADENAS DE DISTRIBUCION



Las tres grandes cadenas, que son al mismo tiempo mayoristas y minoristas, acaparan el mercado de la alimentación y todo el mercado de bienes de consumo diario.

En primer lugar **ICA**, propietaria de 1.359 establecimientos en Suecia. El grupo ICA pertenece a una joint-venture de la multinacional holandesa ROYAL AHOLD y la noruega HAKON INVEST. Normalmente la función de compra la realiza la misma empresa ICA directamente.

<http://www.icakvantum.com/>



La segunda cadena de distribución, es **KF KOOPERATIVA FÖRBUNDET**. Esta cadena, con 807 establecimientos, no sólo se especializa en productos de consumo diario, sino que también comercializa todos los productos que se venden en un establecimiento tipo “El Corte Inglés”. También se ha fusionado recientemente con otras cooperativas de países nórdicos. Las compras las realiza la empresa **Coop och Inköp Kategori AB (Cikab)** para toda la cadena, excepto para frutas y verduras frescas, que las realiza la empresa **EVERFRESH**.

<http://www.coop.se>



La tercera gran cadena, **AXFOOD**, con aproximadamente 840 establecimientos, comenzó a actuar como tal a principios de 1999. Fue el resultado de la fusión de la mayorista DAGAB, propiedad de la familia Axel Johnson y del grupo de detallistas llamado Grupo DAB.

(fuente:<http://www.axfood.se/sv/Om-Axfood/>)



# Año record para los supermercados en Suecia



La cadena de supermercados ICA registró una facturación de 97 mil millones de coronas suecas con un incremento del 2,3%, mientras que su principal competidor Coop tuvo una facturación de 40 mil millones. Pese a la llegada de las cadenas de distribución de "discount" como Lidl, el mercado sigue repartido entre ICA y Coop principalmente con unas cuotas de mercado del 50% y del 20,4% respectivamente.

Fuente: Dagens Industri 12/02/10

# EL CONSUMIDOR DE ORGANICOS EN SUECIA

▶ **Conclusión:** no existe un consumidor tipo al haber un extendido conocimiento de estos productos

▶ Existe una percepción en el consumidor a disociar el factor "orgánico" de las importaciones. Perciben mayoritariamente como orgánicos los productos suecos. De ahí la importancia de la **CERTIFICACIÓN**.



ORGANICO

**MOTIVACIÓN DE COMPRA**



BUENO PARA LA SALUD



**La receta ecológica debe funcionar porque McDonald's arrasa.**

**Un solo comentario revela la importancia de este segmento en el mercado sueco.**

**A finales de los años 90 la multinacional MacDonald introdujo productos orgánicos en sus menús.**

**Empezó ofreciendo café ecológico, luego productos lácteos, hoy en día el 100% de la carne que se ofrece es ecológica.**

**El “Made in” español es reconocido por el consumidor sueco, aunque no lo asocie al producto ecológico.**





# www.krav.se

Plataforma que promueve el mercado orgánico desde 1985.  
El sello en las etiquetas de los alimentos certifica el cumplimiento de los estándares y requerimientos del mercado orgánico.



**Sello reconocido como indicador de calidad y salud  
por el 98% de los consumidores suecos**

**El certificado KRAV no solo implica a la  
producción, también certifica parámetros como  
saludabilidad del producto y la responsabilidad  
social empresarial.**



# OBTENCIÓN DE LA MARCA KRAV

## Cómo conseguir la marca:



**A través del importador sueco mediante inspecciones anuales y análisis del producto**



**El propio exportador puede ser acreditado con la marca para sus etiquetas (auditorias)**

### **KRAV Swedish Organic Agriculture Association**

Organización de la certificación orgánica de la producción, elaboración, importación, distribución y comercialización.

Entre las actividades figuran la preparación de normas, la inspección, certificación, e información.

Tel: +46 18 10 02 90

Fax: +46 18 10 03 66

Dirección: PO Box 1940, S-751 49 Uppsala, Sweden

[info@krav.se](mailto:info@krav.se)

[www.krav.se](http://www.krav.se)



[www.krav.se](http://www.krav.se)

# La certificación está organizada por recursos privados

sistemas de certificaciones:

KRAV

EU ORGANIC

cuerpos de certificaciones:

SMAK

KRAV

HS CONSULTANCY



Du får mer

## IMPORTADORES DE FRUTAS Y VERDURAS ORGANICAS

### **AltGrönt AB**

Productos: Frutas y hortalizas  
VALLENTUNA, Sweden  
altgront@altgront.se  
www.altgront.se

### **Biodynamiska Produkter**

Productos: Frutas y hortalizas;  
Sweden  
tobias.zeiher@biodynamiskaprodukter.nu

### **Direkt Frukt och Grönt AB**

Productos: Frutas y hortalizas  
MALMÖ, Sweden  
torbjorn.karlsson@direktlivs.se  
www.direktlivs.se

### **ICA Frukt & Grönt**

Productos: Frutas y hortalizas  
HELSINGBORG, Sweden  
bjorn.hacklou@ica.se;  
info@ica.se  
www.ica.se

### **Marianne's Farm AB**

Productos: Zanahorias  
ÄNGELHOLM, Sweden  
info@mariannesfarm.se  
www.mariannesfarm.se

### **Natura AB**

Productos: frutas y hortalizas  
HÖRBY, Sweden  
info@natura.se  
www.natura.se

### **Raggårdens Produkter AB**

Producto: Patatas,  
hortalizas frescas;  
VARA, Sweden  
rpab.liselotte@delta.telenordia.se  
www.raggardensprodukter.se

### **Råby Biogrönt AB**

Productos: Frutas y hortalizas  
HÖRBY, Sweden

### **Saba Trading AB**

- parte of Dole -Sede, Estocolmo  
ÅRSTA, Sweden  
info@saba.se  
www.saba.se

## FILIALES IMPORTADORAS

### **Saba Frukt & Grönt AB**

Productos: Frutas y hortalizas; flores  
HELSINGBORG, Sweden  
innea.jonsson@saba.se;  
info@saba.se  
www.saba.se

### **BananKompaniet AB**

Productos: Platanos  
STOCKHOLM, Sweden  
anders.cotrell@saba.se,  
info@saba.se  
www.banan-kompaniet.se;  
www.saba.se

### **Samodlarna Sweden**

Productos: Frutas y hortalizas;  
hortalizas secas; Cereales;  
alimentos envasados  
ÅRSTA, Sweden  
jan.knutar@swegro.se  
www.swegro.se

### **Ewerman AB**

Productos: Frutas y hortalizas  
HELSINGBORG, Sweden  
ew@ewerman.se  
www.ewerman.se

### **Frukt & Grönsaksspecialisten**

Productos: Frutas y hortalizas  
HELSINGBORG, Sweden  
info@fgs.se  
www.fgs.se

## RETAIL GROUPS

### **Axfood AB**

Minorista y mayorista en Suecia y Finlandia.  
STOCKHOLM, Sweden  
info@axfood.se  
www.axfood.se

### **ICA Ahold AB**

Minorista y mayorista en Suecia,  
Noruega, Dinamarca y los países bálticos.  
SOLNA, Sweden  
info@ica.se  
www.ica.se

### **KF**

Minorista y mayorista en Suecia y Finlandia.  
STOCKHOLM, Sweden  
info@kf.se  
www.kf.se

### **BergendahlsGruppen AB**

Minorista y mayorista en Suecia  
Hässelholm, Sweden  
info@bergendahls.se  
www.bergendahls.se

# Crece las ventas de comida orgánica en Suecia



Las ventas de comida orgánica continúan su tendencia alcista en Suecia. Estimaciones del sector prevén que la cifra anual de ventas de dichos productos alcanza en la actualidad los 16 millones de euros.

Según la empresa de distribución Coop, durante la primera mitad de 2010 las ventas crecieron un 50%, contabilizando 7,5 millones de euros.

Por su parte, las otras dos grandes cadenas de distribución del país nórdico, ICA y Axfood, registraron, en el mismo periodo, un crecimiento del 70% en las ventas de este tipo de alimentos.

En la misma línea, un estudio confeccionado por la firma Coop entre sus más de 700 tiendas en el área de Estocolmo constata que los habitantes de la capital consumen más del doble de comida orgánica que el resto de sus compatriotas.

Fuente: Dagens Nyheter

Fecha de publicación: 16/02/2011





**El Envío de  
Frutas y Verduras  
Ecológicas a  
Domicilio, una  
Práctica Cada Vez  
Más Extendida en  
Suecia.**

El creciente interés por la ecología así como los nuevos sistemas de comunicación han convertido la venta de frutas y verduras ecológicas a domicilio en un negocio cada vez más extendido, a pesar de ser un modelo de negocio que existe desde 1998.

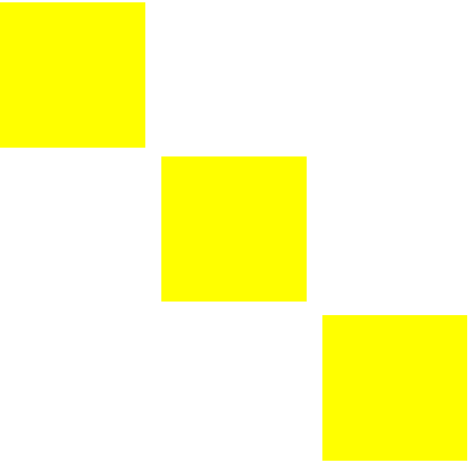
En la actualidad existen tres compañías en el país escandinavo que basan su actividad comercial en dicho modelo.

El precio de cada caja ecológica suele rondar las 200 coronas suecas –algo menos de 20 euros- y cada consumidor puede determinar la periodicidad del envío, que, habitualmente, suele ser semanal.

Por el momento, no obstante, no es posible elegir qué productos se incluyen en cada caja que las familias reciben a domicilio; es la empresa la que rellena las mismas en función de la disponibilidad de productos ecológicos que tenga cada semana.

# Índice de contenidos

- 0 Datos del país
- 1 Productos
- 2 Distribución
- 3 Promoción**

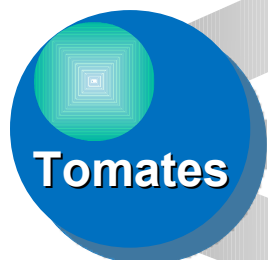




## CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

En Suecia el gobierno ha impulsado el consumo de fruta y verdura para paliar el incipiente aumento de la obesidad en la población. Los resultados positivos han sido alcanzados a través de campañas de publicidad en los medios de comunicación y de actividades específicas en los colegios, conscientes de que la educación al gusto y al consumo de alimentos frescos de calidad empieza desde una edad muy temprana.

**Jaco Rudolv**, category manager de verdura de la cadena sueca de supermercados ICA - con unos 2.000 puntos de venta en Suecia, Noruega y los Países Bálticos - describió las preferencias de los consumidores a la hora de comprar tomates.



Los consumidores nacidos en los años '40 y '50, con un alto poder adquisitivo, compran tomates de alta calidad.

Los consumidores más jóvenes adquieren productos de alta gama los viernes y productos de bajo precio en tiendas de *discount* el resto de la semana.





Asimismo, ha aumentado la venta de productos empaquetados en pequeñas cantidades debido a la reducción del tamaño medio de las familias suecas, que son hoy de 2 miembros.

Las ventas de estos productos *convenience* se han incrementado en un 85% en los últimos años, con una amplia gama de productos capaces de mimar al consumidor que, siempre más ocupado, dedica muy poco tiempo a la comida.

La información impresa en el embalaje atrae al consumidor, transmitiéndole un mensaje de confianza acerca de la cuidadosa selección y la gran calidad del producto.

ICA tiene una filosofía muy particular ya que, en palabras de Rudolv, “los dueños de los puntos de venta nos dicen lo que tenemos que hacer, nosotros nos limitamos a recomendar...”.

ICA se acerca por tanto al consumidor y, observando el aumento en la demanda de productos ecológicos en la sociedad sueca, admite que hace falta una oferta más amplia para este tipo de productos, así como para los productos de comercio justo.

[www.infoagro.com/hortalizas](http://www.infoagro.com/hortalizas)



# EJEMPLO DE PROMOCION

<http://www.eurocarne.com/noticias.php?codigo=20382&titulo=castilla-leon-promociono-alimentos-cadenas-distr>



## Castilla y León promocionó sus alimentos en las cadenas de distribución de Suecia.

La Consejería de Economía y Empleo ha desarrollado entre los días 28 de marzo y 3 de abril una campaña de promoción de los productos agroalimentarios regionales en la ciudad sueca de Estocolmo. Un total de 10 firmas agroalimentarias dedicadas a los ibéricos, quesos, café, vino, conservas, mermeladas y cerámica mostraron sus productos en los lineales de la mayor cadena de supermercados de Suecia, **ICA Kvantum Liljeholmen**, con el objetivo reforzar su presencia y dinamizar las ventas de productos regionales en los países nórdicos.

Los supermercados de la cadena sueca ofrecieron, de forma destacada en los lineales de sus supermercados, la calidad y variedad de los productos agroalimentarios regionales promocionándolos, además, a través de la megafonía de los propios centros, folletos y paneles informativos.

Esta modalidad de acción promocional a través de las grandes superficies se constituye como uno de los objetivos del **II Plan para la Internacionalización Empresarial de Castilla y León**.

Más concretamente a la consolidación de las exportaciones regionales a través de la comercialización y el apoyo a los importadores de nuestros productos en el exterior.

Fuente: Periódico La Razón, fecha 3 Abril 11

## **GroLink**

Asesoría y asistencia a programas de certificación, proyectos de capacitación en todo el mundo.

Contacto: Sr. Gunnar Rundgren

Tel: +46 563 723 45

Fax: +46 563 720 66

Dirección: Torfolk, S-684 95 Höje, Sweden

[gunnar@grolink.se](mailto:gunnar@grolink.se)

[www.grolink.se](http://www.grolink.se)

## **Swedish Demeter Association**

Organización de la certificación de la producción biodinámica.

Tel: +46 8 551 579 88

Fax: +46 8 551 579 76

Dirección: Skillebyholm, S-153 91 Järna, Sweden

[www.demeter.nu](http://www.demeter.nu)

## **Föreningen för Rättvisemärkt - Swedish**

### **Member of Fair Trade Labelling Organization International (FLO)**

Organización nacional para artículos de comercio equitativo (los productos comercializados en Suecia también suelen ser certificados por KRAV).

Tel: +46 8 668 03 50

Fax: +46 8 668 03 14 Dirección:

Drakenbergsgatan 11, S-117 41

## **Cámara de Comercio de Estocolmo**

**Stockholms Handelskammare**

Västra Trädgårdsgatan 9

P.O.Box 16050

10322 STOCKHOLM

## **Asociación de Agentes de Suecia**

**AGENTURFÖRETAGEN**

**THE SWEDISH ASSOCIATION OF AGENTS**

Box 13077 Federación de Comercio Sueca

Grossistförbundet Svensk Handel

Import Council

Grevgatan 34

P.O.Box 5512

11485 STOCKHOLM

Fax: (468)6627457

SE - 103 02 Stockholm, Sweden

Teléfono: + 46 8 411 00 22

Fax: + 46 8 411 00 23

Stockholm, Sweden

[handla@raettvist.se](mailto:handla@raettvist.se)

[www.raettvist.se](http://www.raettvist.se)

## **Swedish University of Agricultural Sciences (SLU)**

Actor principal de investigaciones, cursos y capacitación dentro del sector de la agricultura orgánica sueca.

Tel: +46 18 67 10 00

Fax: +46 18 67 20 00

Dirección: PO Box 7070, S-750 07 Uppsala, Sweden

[registrator@slu.se](mailto:registrator@slu.se)

[www.slu.se](http://www.slu.se)

## **Swedish Board of Agriculture**

Tel: +46 36 15 50 00

Fax: +46 36 19 05 46

Dirección: S-551 82 Jönköping, Sweden

[info@sjv.se](mailto:info@sjv.se)

[www.sjv.se](http://www.sjv.se)

## **National Food Administration**

Tel: +46 18 175500

Fax: +46 18 105848

Dirección: PO Box 622, S-751 26 Uppsala, Sweden

[info@slv.se](mailto:info@slv.se)

[www.slv.se](http://www.slv.se)

## **Swedish Federation of Trade and Service**

Tel: +46 8 7627700

Fax: +46 8 7627777

Dirección: S-103 23 Stockholm, Sweden

[info@sht.se](mailto:info@sht.se)

[www.svenskhandel.se](http://www.svenskhandel.se)



**Estudio de Mercado realizado por los alumnos del Curso de COMERCIO EXTERIOR , impartido por el profesor D. Antonio Veas y patrocinado por la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (PROEXPORT).**

**Abderrafie Bekkar,**

**Manuela Herrero Méndez**

**Manuel Andújar García**

**Víctor Manuel García**



**¡Gracias por su atención!**