

Suplementos alimenticios en Finlandia

A. CIFRAS CLAVE

En Finlandia, la población está muy concienciada con el bienestar: la demanda de productos de salud se ha incrementado. Los consumidores finlandeses cada vez apuestan más por productos naturales y sin aditivos y buscan productos elaborados a la medida de sus necesidades específicas. Se ha asistido además a un cambio notable, de los medicamentos de prescripción a los medicamentos OTC (de venta libre) o vitaminas y suplementos dietéticos.

Pese a la incertidumbre económica, los finlandeses siguen invirtiendo en su salud, pero se han vuelto más sensibles al precio y optan por alternativas más baratas. Ha crecido el gasto en alimentación y en bienes de salud y servicios médicos. De 2012 a 2017, el gasto en alimentación ha pasado de 11.618 M€ a 12.099 M€ (un aumento aproximado del 4,1%) y el gasto en bienes de salud y servicios médicos, de 4.426 M€ a 5.419M€ (un incremento del 22,4%).

SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS	2017
Tamaño del mercado (medido en ventas)	312 M€
Crecimiento del sector 2016-2017	1,6%
Porcentaje de ventas <i>online</i>	15%
Porcentaje de ventas en tiendas especializadas	46%
Porcentaje de ventas en tiendas de alimentación	23%
Marcas más vendidas	Multi-tabs (Empresa Pfizer Inc) 4,5% Minisun (Empresa Verman Oy Ab) 3,5% Valioravinto (Empresa Valioravinto Oy Ab) 3,7%
Empresas con más cuota de mercado	Verman Oy Ab / Orion Oyj Cada una de ellas cuenta con el 10% de cuota de mercado

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición del sector

El sector de los suplementos alimenticios está relacionado con la salud y bienestar. Los suplementos alimenticios se pueden ver clasificados en diferentes partidas arancelarias, ya que comprenden un amplio abanico de productos. Entre ellos se encuentran los siguientes:

- Hierbas medicinales
- Remedios herbales y homeopáticos
- Suplementos alimenticios y dietéticos
- Tónicos

Estos productos se clasifican en función de su uso, contenido y aditivos y el modo en que se han fabricado. Los suplementos alimenticios no se consideran medicamentos y se regulan mediante la Ley de Alimentos. El organismo que regula los suplementos alimenticios en Finlandia se llama Evira (Finnish Food Safety Authority).

Los suplementos alimenticios están regulados por el Decreto de Suplementos Alimenticios (78/2010), que entró en vigor el 1 de marzo de 2010. Está basado en la Directiva 2002/46/EC del Parlamento Europeo y el Consejo, y sus enmiendas.

Según el Decreto de Suplementos Alimenticios (78/2010), un suplemento alimenticio se describe como un producto preenvasado en forma de briqueta, cápsula, pastilla, tableta, píldora, polvo, concentrado, extracto o líquido, o en alguna otra forma de dosis equivalente, comercializada como producto alimenticio para ser tomado en pequeñas cantidades medidas, por lo que la cantidad de energía recibida no tiene una relevancia total para la dieta. El propósito de los complementos alimenticios es complementar la dieta o ayudar a las personas en las funciones nutricionales o fisiológicas a través de nutrientes u otras sustancias.

El número de código arancelario para los suplementos alimenticios es el 2106909260. Pero los suplementos alimenticios comprenden diferentes tipos de productos. Se puede ver en la siguiente clasificación. Según la Comisión Europea, dependiendo del tipo de producto, se clasifican en los siguientes capítulos del código arancelario:

- Capítulo 21. PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS: Para preparaciones alimenticias como té de hierbas o suplementos dietéticos.
- Capítulo 22. BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE: Para bebidas que contienen vitaminas.
- Capítulo 23. RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS, ALIMENTOS PREPARADOS PARA ANIMALES: Para suplementos de alimentación animal.
- CAPÍTULO 29. PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS: Para vitaminas y compuestos orgánicos similares que están definidos por separado.
- CAPÍTULO 30. PRODUCTOS FARMACÉUTICOS: Para medicinas herbales tanto para humanos como animales.

B.2. Tamaño del mercado

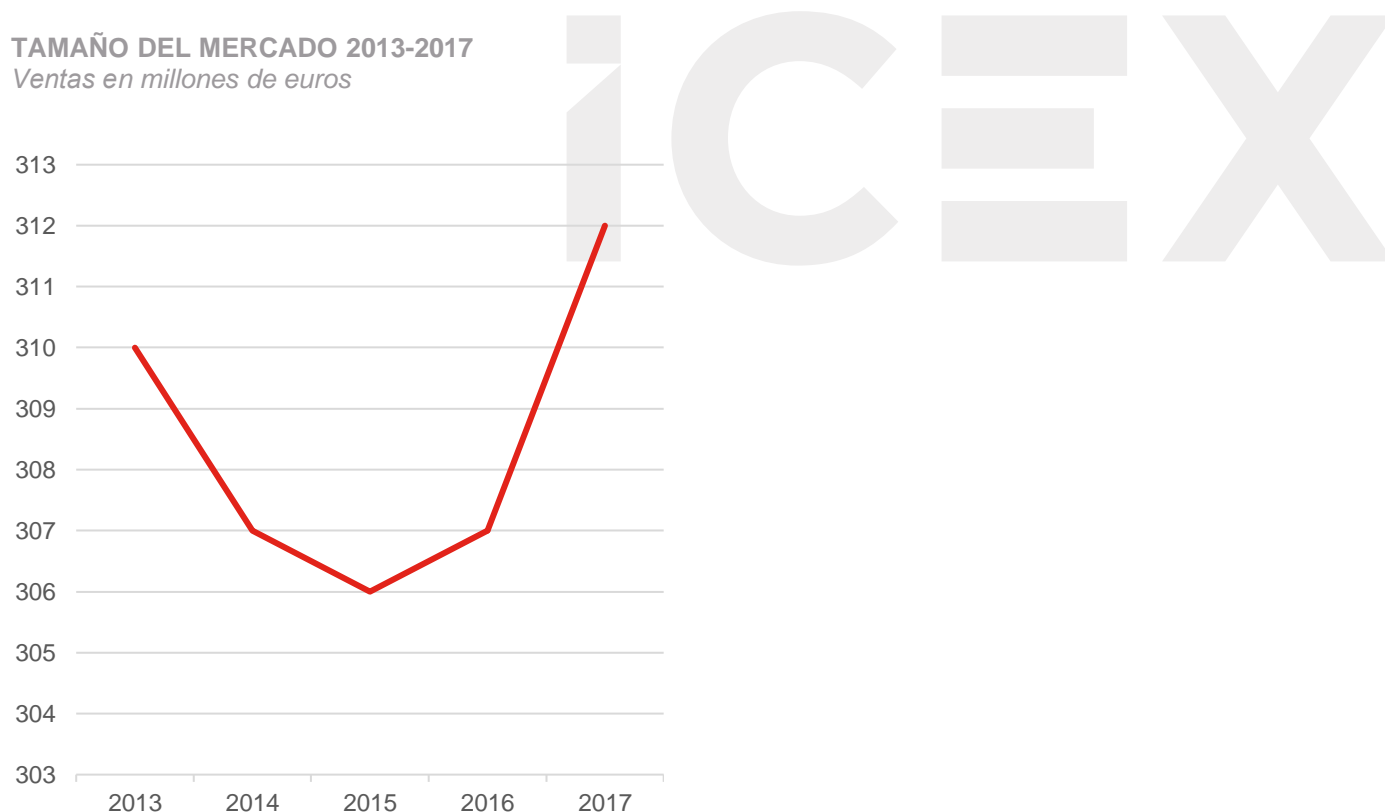
A pesar de la incertidumbre económica de los últimos años, los consumidores finlandeses han decidido seguir invirtiendo en su salud. Eso sí, se han mostrado más sensibles al precio y han apostado por alternativas más económicas. Como resultado, han apostado por los productos genéricos y productos de marcas privadas y esto ha hecho que el gasto per cápita en productos farmacéuticos, accesorios y equipamiento médico se haya visto reducido de 337 euros en 2010 a 319 en 2015.

Para definir el tamaño del mercado nos vamos a centrar en las **vitaminas y suplementos dietéticos**. En el primero de los siguientes gráficos se puede observar cuál ha sido la evolución del tamaño del mercado desde el año 2013 hasta el año 2017 en términos de valor de ventas, especificado en millones de euros.

En el año 2013, el valor de mercado era de 310 millones de euros. Después de eso, los valores se situaron en 307, 306 y 307 millones de euros en los años 2014, 2015 y 2016, respectivamente. Del año 2016 al año 2017 se ha visto un incremento sustancial, llegando a alcanzar la cifra de 312 millones de euros.

Es un sector que claramente ha ido ganando presencia ya que la población finlandesa cada vez está más concienciada en materia del cuidado de la salud y bienestar.

TAMAÑO DEL MERCADO 2013-2017
Ventas en millones de euros



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor International.

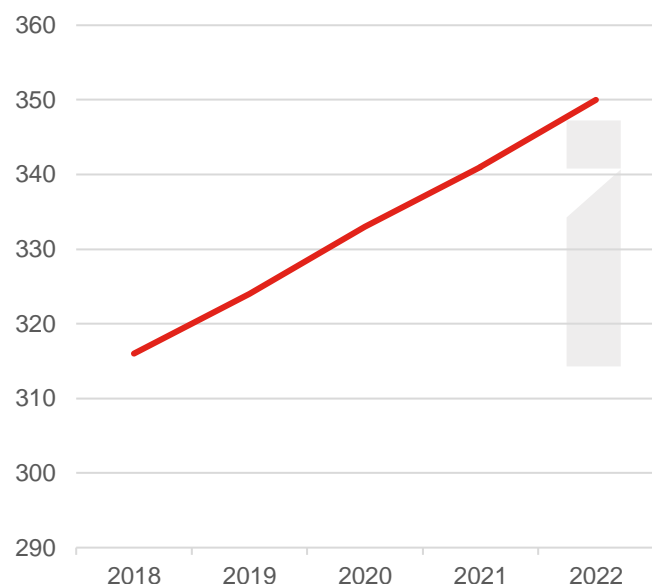


En el siguiente gráfico se refleja la previsión que se hace para los años 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022. La previsión para el año 2018 es que se alcance la cifra de 316 millones de euros. A partir del año 2018, la tendencia apunta a que el valor de las ventas vaya subiendo año a año hasta alcanzar en el año 2022 la cantidad de 350 millones de euros.

Si la previsión se cumple, se puede decir que en menos de 10 años (es decir, desde el año 2013 donde el valor había sido de 310 millones de euros, hasta el año 2022, en que la previsión marca que el volumen del tamaño de mercado sea de 350 millones de euros) se habrá registrado un incremento por valor de 40 millones de euros.

PREVISIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO 2018-2022

Ventas en millones de euros



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor International.

B.3. Principales actores

- Organismos públicos:
 - Fimea (The Finnish Medicines Agency): Es el organismo que regula el sector farmacéutico y depende del Ministerio de Asuntos Sociales y Salud. Es interesante saber que aquí es donde se define la diferencia entre medicamentos y suplementos alimenticios.
https://www.fimea.fi/web/en/for_public/correct-use-of-medicines/medicines-and-dietary-supplements
 - Evira (Finnish Food Safety Authority): Se trata del organismo que se encarga de garantizar la seguridad alimentaria, promocionar la salud y bienestar animal, elaborar los prerequisites para la producción animal y vegetal y sanidad vegetal.
<https://www.evira.fi/en/>
 - Ministerio de Agricultura y Silvicultura (Ministry of Agriculture and Forestry)
<https://mmm.fi/en/frontpage>
 - Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA-European Food Safety Authority)
<http://www.efsa.europa.eu/>
- Empresas nacionales:
 - Orion Oyj (cuota de mercado 10%)
<https://www.orion.fi/en/>
 - Verman Oy Ab (cuota de mercado 10%)
<https://verman.fi/en/company/>
 - Hankintatukku Arno Latvus Oy (Cuota de mercado 6%)
<https://www.hankintatukku.fi/en/>
- Empresas internacionales:
 - Pfizer Inc (Cuota de mercado 7%)
<https://www.pfizer.com/>
 - Midsona AB (Cuota de mercado 7%)
<https://www.midsona.com/en/>
 - Bayer AG (Cuota de mercado 3%)
<https://www.bayer.com/>



NOTA: Los datos de las cuotas de mercado corresponden al año 2017.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Desde el año 2014 ha habido 17 empresas españolas de suplementos alimenticios que han enviado notificación a Evira para poder iniciar su actividad en Finlandia.

No hay ninguna empresa española del sector de suplementos alimenticios que esté establecida en Finlandia mediante planta productiva. Es un mercado en el que resulta complicado entrar, ya que existe mucha competencia además de que ser relativamente reducido.

Como principales competidores en el mercado finlandés se encuentran Orion Oyj y Verman Oy Ab. Ambas empresas son finlandesas y cada una de ellas cuenta con un 10% de cuota de mercado. Como principales competidores internacionales están Pfizer Inc y Midsona AB: la cuota de mercado de cada una de estas empresas es de 7%.

Las marcas más vendidas son:

- Multi-tabs: Esta marca pertenece a la empresa estadounidense Pfizer Inc. Son multivitamínicos; esto quiere decir que combinan diferentes vitaminas con minerales. Multi-tabs se ha llevado en el año 2017 el 4,5% del total de las ventas.

- Valioravinto: Esta marca pertenece a Valioravinto Oy Ab. Bajo esta marca se comercializan diferentes complementos, desde vitamina D hasta hierro. Se ha llevado en el año 2017 el 3,7% del total de las ventas.
- Minisun: Esta marca pertenece a la empresa Verman Oy Ab. Se trata de productos con vitamina D. Minisun se ha llevado en el año 2017 el 3,5% del total de las ventas.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Los finlandeses en general valoran el diseño y la calidad, por lo que cualquier producto que cumpla estos requisitos puede tener éxito en el mercado. Se valora que los productos tengan diferentes funcionalidades de los que se venden en tiendas de alimentación. En las farmacias, los productos son más caros por la funcionalidad extra y por el servicio al cliente. Los productos españoles que destaquen por su innovación son bienvenidos al mercado finlandés. Adicionalmente, una buena estrategia de *marketing* y ventas son cruciales para conseguir la cuota de mercado deseada.

Uno de los suplementos alimenticios más vendidos de Finlandia es la vitamina D, ya que en invierno las horas de luz son muy limitadas. Lo normal es tomar vitamina D desde finales de octubre hasta finales de marzo. Se puede tomar en forma de comprimido o también en alimentos enriquecidos con esta vitamina, por ejemplo, en la leche.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Es importante saber que los finlandeses valoran mucho la comodidad y rapidez a la hora de comprar. Esto significa que prefieren comprarlo todo en un mismo lugar.

Los suplementos alimenticios se pueden encontrar en diferentes tipos de establecimiento:

- Distribución al por menor:
 - Tiendas de alimentación (supermercados, hipermercados...)
 - Tiendas mixtas (grandes almacenes, mayoristas...)
 - Tiendas que no son de alimentación (farmacias, parafarmacias...)
- Distribución al por menor no realizada en tienda física (*vending*, venta a domicilio, venta por Internet...)

La venta al por menor supuso en 2017 el 77% del total de las ventas y la distribución al por menor no realizada en tienda física supuso el restante 23%. La mayoría de la población sigue prefiriendo ir al comercio físico.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

El organismo que se encarga de todo lo relacionado con las aduanas en Finlandia es Tulli. La UE es una unión aduanera. Esto significa que sus 28 países miembros forman un territorio único a efectos aduaneros y no se pagan derechos aduaneros sobre mercancías que se trasladan entre países miembros.

El impuesto sobre el valor añadido (IVA) para productos alimenticios es del 14%. Se trata de la tasa reducida, pero no la más baja que existe en Finlandia, que es del 10%.

Los suplementos alimenticios los regula el Decreto de Suplementos Alimenticios (78/2010), que entró en vigor el 1 de marzo de 2010. Está basado en la Directiva 2002/46/EC del Parlamento Europeo y el Consejo y sus enmiendas.

Según el Decreto de Suplementos Alimenticios (78/2010), una empresa que produce o importa en Finlandia debe realizar una notificación por escrito a Evisa antes de iniciar la actividad. Por realizar este tipo de notificaciones se debe abonar una tarifa. De acuerdo con la sección 7 del Decreto de Suplementos Alimenticios, la notificación ha



de ir acompañada por un modelo de etiquetado del producto, indicando el etiquetado reglamentario y el voluntario, y también si es posible con alguna ilustración del embalaje.

Los ingredientes que se utilizan para elaborar suplementos alimenticios no pueden tener efectos medicinales. Según la Sección 9 de la Ley de Alimentos (23/2006) está prohibido sugerir en el embalaje, folleto, publicidad u otros medios que tienen propiedades que pueden prevenir, tratar o curar enfermedades. Solo pueden informar sobre cuáles son sus beneficios nutricionales.

En el siguiente enlace se puede encontrar todo lo relativo a la regulación europea sobre suplementos alimenticios:

https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/supplements_en

E.3. Ferias

- **I Love Me (19-21 octubre de 2018)**
Messukeskus Helsinki, Expo and Convention Centre (Helsinki)
<https://iloveme.messukeskus.com/?lang=en>
- **Lääkäri (10-12 enero de 2018)**
Messukeskus Helsinki, Expo and Convention Centre (Helsinki)
<https://laakaripaivat.messukeskus.com/?lang=en>
- **Terve Olo (26-28 octubre de 2018)**
Turun Messukeskus, Turku Fair Center (Turku)
<http://www.turunmessukeskus.fi/en/event/healthy-living/>
- **Life Science Live (15-16 mayo de 2019)**
Turun Messukeskus, Turku Fair Center (Turku)
<http://www.turunmessukeskus.fi/en/event/life-science-live/>
El año que viene es la primera vez que se va a celebrar esta feria en Turku. Va dirigida a profesionales del sector farmacéutico y asistencia sanitaria.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Asociaciones:
 - Association of Finnish Pharmacies (AFP). <http://www.apteekkariliitto.fi/en/association.html>
 - Finnish Health Product Retailers Association (Suomen Terveystuotekauppiainden Liitto). La página web solo se encuentra en finlandés.
<http://www.terveystuotekauppa.fi/>
- Webs de interés:
 - National Institute for Health and Welfare (THL). <https://thl.fi/en/web/thlfi-en>
 - Finland Health. <http://www.finlandhealth.fi/home>

G. CONTACTO

La Oficina Económica y Comercial de España en Helsinki está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Finlandia.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Finlandia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Pohjoinen Makasiinikatu 6A – 2nd floor
00130 Helsinki - Finlandia
Teléfono: +358 (0) 9 685 053 35
Email: miren.ayastuy@comercio.mineco.es

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR

Miren Ayastuy Gallastegui

Oficina Económica y Comercial
de España en Helsinki
helsinki@comercio.mineco.es
Fecha: 12/11/2018

NIPO: 060-18-043-3

www.icex.es

