
2018



El mercado de los alimentos y las bebidas ecológicas en Suecia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estocolmo

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.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

13 de noviembre de 2018
Estocolmo

Este estudio ha sido realizado por
María Pérez Vicente

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estocolmo

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



El mercado mundial de la alimentación y las bebidas ecológicas en 2018 está en crecimiento. Más allá de este aumento generalizado, si atendemos al tamaño del mercado en valor, Norteamérica y Europa Occidental son los emplazamientos donde existe un mayor consumo total de productos ecológicos. Según el FiBL (Instituto de Investigación de la Agricultura Ecológica) en el año 2016, el valor total del mercado mundial ascendió a algo más de **89,7 miles de millones de dólares**¹. Además, de acuerdo con los datos proporcionados por la mencionada institución, Suecia ocupa el noveno puesto en el ranking mundial y el sexto en el ámbito europeo, con un mercado de 1,94 mil millones de euros en 2016. En términos per cápita, Suecia ostentó el tercer lugar del mundo con un gasto de 197 euros anuales en productos ecológicos por habitante.

En el mercado sueco de alimentación, la proporción de las ventas de productos ecológicos sobre el total de alimentos ascendió en 2017 a un 9,3%. Esto representa un aumento de 0,6 puntos porcentuales, con respecto al 8,7% alcanzado en 2016, situándose en segundo lugar, aproximadamente a 0,6 puntos porcentuales de Dinamarca, líder mundial en el consumo de productos ecológicos, con aproximadamente un 9,9% de ventas de estos productos sobre el total de alimentos.

Según los datos aportados por el observador *Ekoweb*², las ventas totales de alimentos ecológicos en Suecia en el año 2017 ascendieron a 27,9 mil millones de coronas suecas³. Se trata de un aumento del 9,8%, lo que en términos absolutos significaría 2,5 mil millones de coronas suecas más que en 2016, donde la venta de alimentos orgánicos ascendió a 25,4 mil millones de coronas suecas.

Según datos de 2017, la demanda sueca de alimentos ecológicos está en pleno crecimiento en múltiples productos. De hecho, a pesar del aumento de la oferta por parte de los productores, no es posible abastecer totalmente la demanda de los consumidores. Cabe destacar que, según la última encuesta anual a los consumidores suecos de la Federación de la Alimentación de Suecia (*Livsmedelsföretagen*) la tendencia que más influye en el mercado sueco de la alimentación es la preocupación por la salud. Recientemente, la Federación publicó el informe relativo al año 2016 en el cual hace especial énfasis en la importancia que continúan teniendo los productos ecológicos. Además, el informe resalta que están adquiriendo una especial relevancia los productos vegetarianos y aquéllos que se presentan como opciones sustitutivas y "ricas en proteínas de la carne".

¹ El tipo de cambio medio anual EUR/DÓLAR del año 2016 fue 1€=1,1069\$

² *Ekoweb* es un portal web independiente que supervisa el mercado de productos orgánicos principalmente en Suecia, aunque también hace seguimiento a nivel internacional con un enfoque en los mercados más importantes como son los de Alemania, Reino Unido y EE.UU. El informe elaborado por *Ekoweb* que se ha utilizado a lo largo de este estudio de mercado se puede encontrar aquí: <http://www.ekoweb.nu/attachments/67/37.pdf>

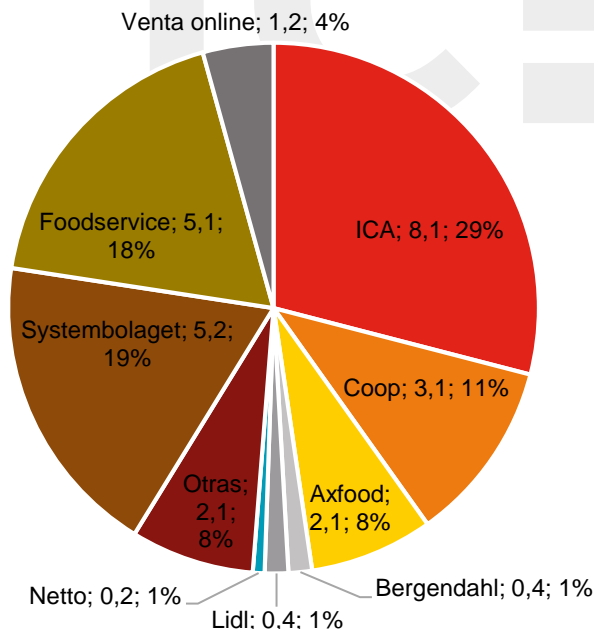
³ A continuación se exponen los tipos de cambio medios anuales aplicados a lo largo de todo este estudio. Adicionalmente, se incluye un apartado con información de la evolución específica sobre los tipos de cambio en la página 35 de este estudio. 2014: 1EUR=9,09SEK; 2015: 1EUR=9,35SEK; 2016: 1EUR=9,47SEK; 2017: 1EUR=9,63SEK; 2018 (enero – octubre): 1EUR=10,24SEK

Los principales canales de distribución de alimentos y bebidas ecológicas en Suecia son el comercio minorista, el sector público, el monopolio estatal de venta minorista de bebidas alcohólicas (*Systembolaget*), el comercio al por mayor, el canal HORECA y, en un porcentaje muy bajo, aunque creciente, las ventas on-line.

El gráfico 1, refleja la distribución de las ventas totales de alimentos orgánicos en Suecia en 2017. Como ya se ha mencionado con anterioridad, según las estimaciones de *Ekoweb*, estas alcanzaron un valor de 27,9 miles de millones de coronas suecas.

El gráfico desglosa la cuota de mercado de los principales distribuidores de ecológicos en el país en 2017, según sus ventas en valor. Como se puede observar, los distribuidores minoristas (ICA, Coop y Axfood) suponen casi dos tercios de las ventas totales de alimentos y bebidas ecológicas (63%), suponiendo el canal más importante. A continuación, les siguen Systembolaget, monopolio estatal de venta minorista de bebidas alcohólicas, con un 19% de cuota de mercado, y el canal HORECA (Foodservice) que representa un 18% del mercado.

GRÁFICO 1: CUOTA DE MERCADO Y CIFRA DE VENTAS DE LOS PRINCIPALES DISTRIBUIDORES DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS EN MILES DE MILLONES DE SEK. 2017



Fuente: *Ekologisk livsmedelsmarknad 2018 EkoWeb*

Con respecto a la distribución de las ventas por grupos de productos ecológicos, y según los últimos datos disponibles de 2017, la fruta fue el alimento orgánico más vendido en relación a sus ventas totales, siendo ecológica el 18,4% de toda la fruta comercializada. Por detrás de este grupo se encuentran el café, té y bebidas de chocolate y el pescado, con un 13% y un 12,9% de ventas en

versión ecológica respectivamente. También destacan las verduras y productos lácteos orgánicos. Por el contrario, los dulces ecológicos y la carne ecológica no consiguen tener una gran aceptación entre los consumidores y sus ventas no evolucionan de la misma forma.

Uno de los principales frenos a la demanda es el hecho de que el precio de un mismo producto sea superior en el caso de que éste haya sido producido de forma ecológica frente a que lo haya sido de una manera convencional. Este precio superior del producto ecológico se basa en unos costes de producción más elevados, los cuales a su vez derivan de varios factores como, por ejemplo, la necesidad de emplear una mayor cantidad de factor trabajo, la necesidad de mayor espacio para la cría de animales, o el menor tamaño de las cosechas al no utilizarse pesticidas ni fertilizantes en el cultivo.

Por otro lado, como contrapunto al freno de la demanda que acabamos de ver, se observa una serie de ventajas en la distribución de productos ecológicos, como son: la alta demanda de frutas y verduras que, por motivos climatológicos, no pueden producirse en el país y, aun así, están altamente demandadas por la sociedad sueca; la insuficiencia de oferta para cubrir las necesidades de la demanda sueca de lácteos y sus derivados; y la posibilidad de comercializar los productos a través de un importador con certificación KRAV, que tiene un alto grado de reconocimiento y confianza por parte del consumidor sueco debido a su mayor exigencia de requisitos de producción, comparada con los requerimientos de la Unión Europea.

Para entrar en el mercado sueco de alimentos y bebidas ecológicas es de capital importancia tener en cuenta que hay que contar con un sello de reconocimiento para estos productos. A efectos prácticos, es importante para los potenciales exportadores saber que el sello KRAV es el etiquetado ecológico para alimentación más reputado de Suecia, que certifica y controla la producción, así como la puesta en el mercado de los productos ecológicos, con estándares particularmente altos de bienestar animal, salud, responsabilidad social e impacto ambiental. Los requisitos que marca la organización implican el cumplimiento de una serie de normas para la producción certificada KRAV. Estas normas se adaptan a la normativa de IFOAM, así como a la de la UE para la producción ecológica (CE) Nº 834/2007.

En definitiva, el sector de productos ecológicos en Suecia presenta grandes oportunidades de negocio, ya que se trata de un mercado en expansión en el que la oferta del mercado interno es incapaz de satisfacer la creciente demanda. La percepción del producto ecológico español es, en general, positiva. Si bien es cierto que los suecos están abiertos a gastronomías de otros países, también existe un cierto movimiento a favor del consumo de productos de producción local.

A corto plazo, el observador *Ekoweb* estima que las ventas de alimentos orgánicos seguirán aumentando, con una previsión de 2-3 mil millones de coronas en 2018, es decir, un aumento de las ventas entre un 7 y un 10%. A largo plazo, *Ekoweb* estimaba hace tres años que las ventas de alimentos ecológicos se incrementarán, en promedio, en 2 mil millones de coronas por año, de 21,5



miles de millones en 2015 a 45,5 miles de millones de coronas suecas en 2025, basado en el valor actual monetario.

icex

ICEX

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

www.icex.es

