



DESDE SUECIA

Vicente Pizarro
ING. TEC. AGRIC.

Estructuras organizativas comerciales

Escandinavia: Un modelo de mercado excepcional

Un análisis realizado por investigadores holandeses estudia las características del mercado detallista en los productos hortícolas en los países europeos

Las peculiaridades del consumo escandinavo se pueden comprender mejor si se conocen sus estructuras organizativas comerciales. En efecto una investigación realizada por los Holandeses sobre las características de mercado detallista en los productos hortícolas en los

así como negociar la tarifa del teléfono frente a la compañía telefónica. Estos compradores, además, cuentan con estructuras de poder parecidas en el sistema de distribución y venta de los productos de frutas y hortalizas.

Lo que les permite tener un conocimiento único de las

necesidades de los consumidores, las calidades y cantidades requeridas y por sobre todo, conciencia de su poderío. El lugar que ocupan los precios en las negociaciones con los mayoristas, no es el único ni uno de los más relevantes criterios. Sin embargo, la calidad, la diversidad

Cuadro 1:

Grado de concentración del comercio detallista

País	Número 1	Número 2	Número3	% mercado
Suecia	ICA	KF	Coop.	75%
Finlandia	Kesko	Tuko	EkA	73%
Dinamarca	FDB	Dansk Sp	Dagrofa	61%
Holanda	Ahald	Superunio	Vedex/FG	60%
Noruega	Coop.	Hakon	Norkedja	58%
Austria	BML	Spar	Konsum	46%
Irlanda	Dunns	Power	Superquin	43%
Suiza	Migros	Coop.	Denner	40%
Bélgica	GIB	Delhaize	Aldi	39%
Francia	Carrefour	De Leeuv	Intermarché	38%
Inglaterra	Sainsbury	Leclerc	Argyll	38%
Alemania	Metro	Tesco	Rewo	33%
Portugal	Continente	Tengelmann	PingoDoce	20%
España	Pryca	Continente	Alcampo	13%
Grecia	Niki	Sklaventitis	Veropoulos	9%

países de Europa, pone de relieve la alta concentración que muestra el mercado escandinavo en particular y de los países europeos en general. Así lo deja establecido en el cuadro 1.

Este elevado grado de concentración plantea exigencias al exportador y productor Español digna de tener en cuenta en sus transacciones comerciales. Se enfrenta a un comprador poderosísimo, sin alternativas de defender precios frente a otros competidores. Es algo



Los países escandinavos compran muchas frutas y hortalizas en grandes superficies.

