

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS



Estudio Especializado:
Oportunidades de exportación de
superfoods peruanos en Suecia



CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
1.1. Análisis de la oferta en Suecia	4
1.2. Sector de análisis	4
1.3. Análisis de la demanda	5
1.4. Requisitos del acceso al mercado	6
1.5. Las actividades de promoción	6
1.6. Conclusiones y recomendaciones	6
2. ÁMBITO DE ESTUDIO ESPECIALIZADO: SECTOR Y LÍNEAS DE PRODUCTO	7
3. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL PAÍS DE DESTINO	9
3.1. Perspectiva del mercado sueco	9
3.2. Producción	9
3.3. Exportación	9
3.4. Importaciones	12
3.5. Importaciones procedentes de Perú	19
3.6. Análisis de la competencia	20
4. SECTOR DE ANÁLISIS / LÍNEA EN EL MERCADO	22
4.1. Variedades y formas de presentación	22
4.2. Canales de distribución	23
4.3. Rutas de acceso	34
4.4. Aproximados costos logísticos	34
4.5. Agencias líderes de envío	34
4.6. Canales de comercialización	35
4.7. Fijación de los precios	37
5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	42
5.1. Perfil del consumidor	42
5.2. Análisis de tendencias	42

5.3. Percepción de los productos peruanos	44
6. REQUISITOS DEL ACCESO AL MERCADO	47
6.1. Las medidas arancelarias	47
6.2. Regulaciones	47
6.3. Otras regulaciones	50
6.4. Certificación	51
7. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN	53
7.1. Ferias	53
7.2. Exposiciones	53
7.3. Publicaciones especializadas	53
8. CONTACTO DE INTERÉS	54
8.1. Instituciones	54
8.2. Publicidad	54
9. CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES	55
10. FUENTES	57

1. RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio de mercado, financiado por Promperu y realizado por Globally Cool, tiene como objetivo contribuir a la mejora de la gestión empresarial, información del mercado y la planificación estratégica de capacidades de los productores y de las organizaciones para la exportación del Perú. Conclusiones basadas en aproximadamente 20 entrevistas y en la investigación de escritorio adicional, se resumen a continuación.

1.1. Análisis de la oferta en Suecia

1.1.1. Importación, exportación y producción local

La producción de superalimentos en Suecia es insignificante, así que el mercado sueco depende completamente de las importaciones. Estructura de las importaciones suecas de superalimentos está de acuerdo con el modelo visto en la mayoría de los países de Europa Occidental: la quinua es el número uno, seguido por los cuatro productos las nueces de Brasil, cúrcuma, maca y kiwicha.

El directo suministro peruano a Suecia de quinua y maca mostró un fuerte crecimiento interanual desde 2011. La quinua es el número uno de los productos directamente importados del Perú, seguida de la maca. El amaranto (kiwicha) ocupa el tercer lugar, seguido de lúcumo, camu camu, physalis seco, algarrobo y yacón. Suecia, aunque tiene más exportaciones que el país vecino de Finlandia, es el re-exportador pequeño de los productos de superalimentos. Exporta las pequeñas cantidades de quinua, las nueces de Brasil, cúrcuma, polvo de maca y fruta fresca exótica (incluyendo cherimoya y physalis) en primer lugar a los países vecinos.

1.1.2. Análisis de la competencia

La mayoría de las importaciones de superalimentos son los productos re-exportados de otros países europeos como los Países Bajos, Alemania, Dinamarca y España. Estos productos pueden venir en primer lugar del Perú, pero hay también otros productores en competición con Perú y en mayoría son los países de América del Sur y América Central como Bolivia, Colombia y Ecuador.

1.2. Sector de análisis

1.2.1. Diversidades y segmentación del mercado

Prácticamente, todos los superalimentos están disponibles en Suecia, excepto el maíz gigante. Una gran parte de los superalimentos importados a Suecia se procesan como ingredientes para producir productos procesados como bocadillos, harina, mueslis, aceite, pan crujiente, chocolate, etc. Sin embargo, también hay formas de presentación poco comunes como el jugo de physalis, la mermelada de camu camu, tentempié de maíz morado, el jugo de yacón y las semillas de sacha inchi.

Estrictamente hablando, sólo los productos que se utilizan como suplementos a la dieta diaria (generalmente en forma de polvo) se clasifican como superalimentos en Suecia. El grupo específico de las empresas de superalimentos comercializa estos productos; también este grupo es el grupo objetivo más importante para los exportadores peruanos. Otras categorías de empresas que conforman el panorama empresarial en Suecia son: los comerciantes de los productos de granos, los comerciantes de frutos secos y nueces comestibles, los comerciantes de todo tipo de productos orgánicos y los comerciantes de productos frescos.

1.2.2. Distribución y canales de marketing

La distribución de los productos superalimentos se puede dividir en dos segmentos principales: servicio de alimentos (20%) y alimentos al por menor (> 80%). El servicio de alimentos consiste en los mayoristas y distribuidores de servicios de alimentos que se centran en la distribución de los productos de superalimentos al canal de comercialización "fuera de la casa", como restaurantes, comedores e instituciones. El comercio

de alimentos al por menor es el segmento más importante y consta de dos canales de comercialización: los principales supermercados (50%) y tiendas especializadas (50%), como las tiendas de alimentos orgánicos, saludables y tiendas en línea.

1.2.3. Logística

El transporte marítimo, aunque lleva 33-35 días en promedio, es el método de transporte más común para la importación directa de superalimentos del Perú. El transporte marítimo desde Callao, Perú hasta el puerto de Gothenborg, Suecia (contenedor de carga útil de 24t/20 pies) FOB costará alrededor de US\$2600, incluyendo los costos adicionales. Aunque mucho más caro con más de US\$650 para una paleta de 100KG, el transporte aéreo a veces puede ser la solución para conseguir los productos al mercado rápidamente.

1.2.4. Fijación de los precios

El precio del superalimento depende de muchos factores, pero en promedio los desarrollos en la cadena sueca de suministro siguen las tendencias mundiales de los precios. Esto es bastante contrario a los precios al por menor, que se mantienen relativamente estables y no reflejan las fluctuaciones de los precios de los ingredientes de superalimentos o los superalimentos. En Suecia, el precio al por menor de los productos de superalimentos importados es al menos el doble del precio FOB. Por ejemplo, el precio al por menor de la quinua es alrededor de 10 € por KG (11 dólares), mientras que se importa por menos de 4 dólares por KG.

En general, los precios al por menor de superalimentos en Suecia son en promedio más altos que en la UE. Esto se debe, por lo menos, a los volúmenes negociados relativamente pequeños y, además, puede ser el resultado de la cadena de suministro que pasa por re-exportadores en otros países europeos, lo que suma costos adicionales.

1.3. Análisis de la demanda

1.3.1. Perfil del consumidor

En general, los consumidores suecos están interesados en estar sanos y en la compra responsable de los productos. Los consumidores suecos se pueden dividir en tres grupos: 1) los compradores comunes, que son principalmente las mujeres con un motivo de compra impulsado emocionalmente, 2) la gente de alimentos saludables, que consta de compradores tanto mujeres como hombres con un motivo de compra lógicamente impulsado, y 3) buscadores de la cura, que consiste en personas que sufren de cualquier tipo de enfermedad y están buscando una cura.

El segundo grupo ofrece un gran potencial para los productos peruanos de superalimentos, ya que la gente de alimentos saludables está interesada en un estilo de vida respetuoso con el medio ambiente.

1.3.2. Análisis de tendencia

La demanda de superalimentos está aumentando en Suecia. Los productos que superan el mercado son los que proporcionan efectos sobre la salud como mejor digestión, mejoras en el metabolismo y la pérdida de peso. Hasta cierto punto, estas son también las razones del fuerte aumento de la demanda de quinua, chocolate crudo, semillas de chía, nueces de Brasil y cúrcuma en los últimos años. Los productos con el potencial al alza más fuerte en el mercado en los próximos años son quinua, maca, nueces de Brasil y cúrcuma.

1.3.3. Percepción de los productos peruanos

La percepción de los consumidores suecos de los productos peruanos son positivos; gran diversidad de productos y alta calidad de los mismos. Sin embargo, debe mejorarse la comunicación y la distribución en general. Los proveedores peruanos deben proporcionar un mejor servicio prestando atención al uso del idioma Inglés y la organización de entrega a tiempo.

1.4. Requisitos del acceso al mercado

La mayoría de los productos peruanos de superalimentos pueden entrar libres de impuestos en Suecia. Esto mejora mucho el acceso al mercado, sin embargo, la Unión Europea tiene estrictas regulaciones en vigor para las importaciones de productos alimenticios. En primer lugar, los superalimentos deben cumplir todos los requisitos de la Ley General de Alimentación de la UE. Para envases de consumo, el envase también debe cumplir los requisitos de etiquetado de la UE. Dos segmentos de mercado en Suecia (y Europa) son sólo accesibles con una certificación relevante: el orgánico y el mercado de comercio justo.

1.5. Las actividades de promoción

1.5.1. Ferias y exposiciones

Hay varias ferias comerciales que un montón de empresas europeas y suecas visitan. Por lo tanto, puede ser muy beneficioso para los proveedores peruanos exponer en tales ferias internacionales. Por ejemplo, Productos Naturales en Escandinavia (Suecia), Productos Naturales y Orgánicos Europa (Reino Unido) y BIOFACH (Alemania). Sería interesante visitar a la exposición sueca Allt för Hälsan (Todo por Salud).

1.5.2. Publicaciones especializadas

Para promover los superalimentos peruanos, los proveedores peruanos deberían considerar la posibilidad de publicitar sus productos en las revistas relacionadas con la salud y la vida. MåBra y Hälsa & Fitness pueden ofrecer buenas oportunidades. Además, trabajar con bloggers de superalimentos como Marita Karlson y Johanna Båth puede ofrecer también beneficios interesantes.

1.6. Conclusiones y recomendaciones

La importación directa de los productos seleccionados del Perú a Suecia es muy pequeña en comparación con las exportaciones peruanas a grandes países importadores, como los Países Bajos, RU o Alemania. La razón principal es que los importadores por lo general necesitan cantidades más pequeñas, así que para ellos es menos complicado importar desde comerciantes europeos.

- Esta situación puede ser resuelta por la exportación de lotes combinados. En otras palabras, varios productos pueden ser exportados a la vez en un FCL. Algunos de los importadores suecos están dispuestos a considerar la organización del transporte de esta manera.
- Otro camino para la solución de este problema es el uso de las agencias de envío como DHL o UPS. Son capaces de transportar pequeñas cantidades.
- La tercera forma es el desarrollo del interés por el lado de los importadores de Suecia a través del marketing más fuerte, visitas directas y organización de eventos bilaterales de búsqueda de socios comerciales.

El superalimento es un producto bastante caro en la vista de los consumidores. Por lo tanto, las ofertas peruanas tienen que estar en línea con los precios de mercado en el mercado sueco. Los compradores suecos están dispuestos a importar directamente del Perú si ven la diferencia del precio real en comparación con las importaciones procedentes de re-exportadores europeos.

2. Ámbito de estudio especializado: Sector y líneas de producto

El estudio proporciona la información del mercado sueco para 15 productos alimenticios: Aguaymanto (physallis, bayas de Inca, bayas de oro, Peruvian groundcherry), Algarrobo (algarroba peruana), Camu Camu, las nueces de Brasil, Chirimoya (Cherimoya), Cúrcuma, Kiwicha (amaranto peruano), Lúcuma, Maca, Maíz Cancha (Corn nut), Maíz gigante del Cusco (Giant corn), Maíz Morado (Purple corn), Quinua, Sacha Inchi e Yacón.

La mayoría de los productos del estudio pertenecen al segmento del mercado llamado alimentos saludables. Recientemente, los productores y comerciantes han clasificado este tipo de productos en la categoría llamada „superalimentos“. En la percepción de los compradores europeos y suecos, los superalimentos, incluyendo los productos mencionados, proporcionan beneficios para la salud por su inusual alto contenido de los nutrientes específicos. La única excepción de la categoría de superalimentos son los productos del maíz de la lista. En los canales comerciales Maíz Cancha es clasificado más como producto de aperitivo que como alimento saludable. Hasta cierto punto, Maíz gigante pertenece también a los productos comunes y está usado en la producción de Corn nuts. Sin embargo, Maíz Morado es considerado más como superalimento que producto común por su alto nivel de anthocyanins.

El comercio y disposición de los productos peruanos en el mercado sueco aparecen en formas diferentes:

Tabla 2.1: Descripción de productos.

Nombre de producto	Forma de oferta en Suecia	Código arancelario en Perú	Código arancelario en Suecia
Aguaymanto	Fruta fresca	08109050 – fresco	08109075 – fresco
	Entera fruta seca	08134000 - seco	08134095 – seco
	Ingrediente empacado		
Algarrobo (mesquite, carob)	Polvo	1212920000	12129200
	Ingrediente empacado	1212999010	12129995
Nueces de Brasil	Nuez entero seco	0801220000	08012100 – con cáscara
			08012200 – sin cáscara
Camu camu	Polvo	1106309000 – polvo	11063090 - polvo
		0811909200 - fresco	
Chirimoya (cherimoya)	Fruta fresca	0810902000	08109020 08109075
Curcuma (turmeric)	Polvo	0910300000	09103000
Kiwicha (amaranth)	Grano	1008902000	10089000
Lucuma	11063090	1106302000	11063090
Maca	Polvo	1106201000	11062090
			11062010
Maiz cancha (corn nut)	Maiz frito (empacado)	1005909000	10059000
Maiz gigante (giant Corn)	Maiz frito	1005903000	10059000
Maiz morado (purple corn)	Harina	1005904000	10059000
Quinoa	Grano	1008509000	10085000
Sacha Inchi	Polvo	1102909000	11029090
	Aceite		
Yacon	Polvo	2106907100	21069098

3. Análisis de la oferta en el país de destino

3.1. Perspectiva del mercado sueco

Tabla 3.1 muestra los indicadores clave de Suecia y el mercado sueco de alimentos. Para poder poner los datos en perspectiva, también se han presentado las cifras correspondientes al país vecino Finlandia y al Reino Unido, uno de los mercados más grandes de Europa para los superalimentos peruanos.

Tabla 3.1: Indicadores clave del mercado sueco

	Reino Unido	Finlandia	Suecia
PIB			
Total, 2015, miles de millones de dólares	2,849	230	493
Crecimiento, promedio '15-'16	2.1%	0.3%	3.6%
Crecimiento, promedio '17-'20	2.0%	1.3%	2.7%
Población			
Total, 2015, millones	65.1	5.5	9.8
Comercio de alimentos			
Valor de las importaciones, '15, miles de millones de dólares	58.2	4.7	14.6
Valor de las exportaciones, '15, miles de millones de dólares	26.9	1.5	8.5
Importaciones de superalimentos desde Perú			
Valor total, '15, US\$ 1,000	16,715	86	760
Valor del crecimiento, promedio, '11-'15	38%	39%	28%
Volumen total, '15, toneladas	5,736	3	189
Volumen del crecimiento, promedio, '11-'15	52%	32%	33%
Producción de alimentos			
Valor promedio, 2011-2013, Miles de millones de dólares	16.6	1.9	2.7
Valor promedio, 2011-2013, dólares per cápita	255	343	278

Fuente: Departamento de estadísticas de Globally Cool

3.2. Producción

Los tres cereales de cebada, avena y trigo dominan la producción sueca de cultivos. Gracias a las favorables condiciones invernales, la producción de cereales está creciendo rápidamente en Suecia. En 2010 la producción de cereales ascendió alrededor de 4,3 millones de toneladas, mientras que la producción en 2015 fue alrededor de 6,2 millones de toneladas. Los cereales son productos importantes para la producción de alimentos en Suecia, ya que los superalimentos se utilizan a menudo junto con los cereales para producir productos alimenticios como muelles y cereales para el desayuno.

Debido a las condiciones climáticas, la quinua es el único superalimento que se puede producir en Suecia. La quinua se ha cultivado en Suecia desde hace unos años, pero actualmente la producción es insignificante, ya que se encuentra todavía en la fase experimental. Por lo tanto, todo el consumo interno se satisface con las importaciones.

3.3. Exportación

Principales exportaciones suecos de alimentos incluyen pescado fresco y pan, pasteles y tortas. Las exportaciones de superalimentos existen, pero son pequeñas en comparación con los volúmenes importados. Como prácticamente no hay producción local, todas las exportaciones son re-exportaciones. Para más detalles por producto siga abajo.

3.3.1. Quinua

Las exportaciones de quinua están aumentando lentamente. En 2015 alcanzó un máximo de 42 toneladas, de las cuales 22 toneladas fueron exportadas a Noruega y 18 toneladas a Dinamarca. Las exportaciones de quinua representaron el 5% de las importaciones de quinua (ver Figura 3.2).

Tabla 3.2: Exportación sueca de quinua, 2011-2015, volumen y valor.

	2011	2012	2013	2014	2015
Value in US\$	0	31,000	79,000	200,000	169,000
Volume in tonnes	0	7	15	18	42

Fuente: Trademap

3.3.2. Las nueces de Brasil

El volumen promedio de exportación de las nueces de Brasil sin cáscara durante 2011-2015 fue alrededor de 5 toneladas y sólo fue a Finlandia. Las exportaciones representaron el 2,3% de las importaciones suecas (véase la figura 3.3).

Tabla 3.3: Exportación sueca de las nueces de Brasil, 2011-2015, volumen y valor.

	2011	2012	2013	2014	2015
Value in US\$	19,000	55,000	166,000	113,000	111,000
Volume in tonnes	2	5	12	7	5

Fuente: Trademap

3.3.3. Cúrcuma

La exportación de cúrcuma desde Suecia es baja y representa alrededor de 1/6 de la cantidad importada (véase la Figura 3.4). Los principales destinos de exportación en 2015 fueron Estonia (11 toneladas), Dinamarca y Finlandia (7 toneladas ambos).

Tabla 3.4: Exportación sueca de cúrcuma, 2011-2015, volumen y valor.

	2011	2012	2013	2014	2015
Value in US\$	331,000	263,000	287,000	312,000	358,000
Volume in tonnes	31	46	23	30	34

Fuente: Trademap

3.3.4. Maca en polvo

La exportación de maca en polvo representa alrededor del 15% de las importaciones (véase Figura 3.5) y Noruega es el único destino.

Tabla 3.5: Exportación sueca de maca en polvo, 2011-2015, volumen y valor.

	2011	2012	2013	2014	2015
Value in US\$	18,000	6,000	10,000	15,000	24,000
Volume in tonnes	3	1	3	4	7

Fuente: Trademap

3.3.5. Frutas exóticas frescas, incluyendo cherimoya y physalis

El 10% de las frutas exóticas frescas importadas se re-exporta a Noruega. Este flujo comercial no incluye la cherimoya y la physalis.

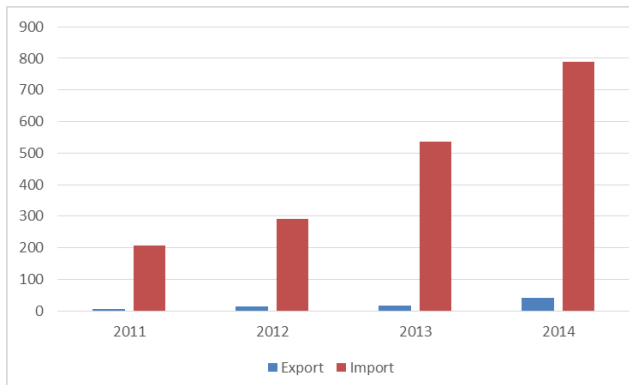
3.3.6. Otros productos

Para todos los demás productos seleccionados, las cantidades exportadas son insignificantes.

3.3.7. Relación de exportación e importación, por producto en gráficos

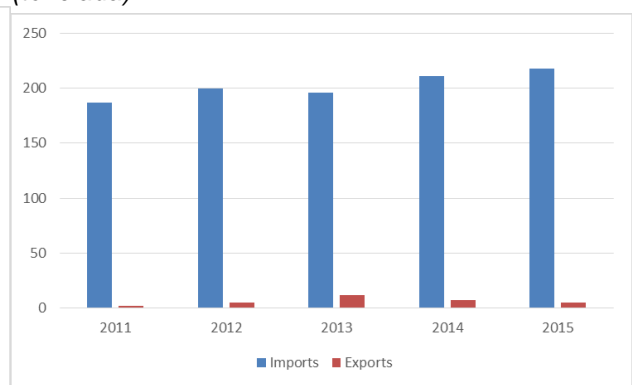
Las siguientes cifras muestran un análisis gráfico de la exportación e importación por producto, en el período 2011-2015.

Figura 3.1: Relación de exportación e importación de quinua en Suecia (toneladas).



Fuente: ITC Trademap.

Figura 3.2: Relación de exportación e importación de nueces de Brasil sin cáscara en Suecia (tonelada).



Fuente: ITC Trademap.

Figura 3.3: Relación de exportación e importación de cúrcuma en Suecia (toneladas).



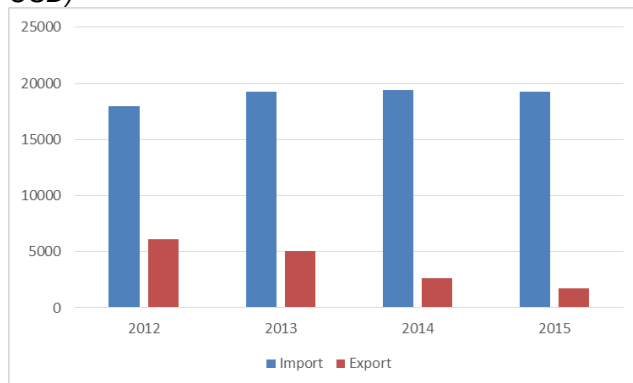
Fuente: ITC Trademap.

Figura 3.4: Relación de exportación e importación de maca en polvo en Suecia (toneladas).



Fuente: ITC Trademap.

Figura 3.5: Relación de exportación e importación de frutas exóticas frescas en Suecia (en miles de USD)



Fuente: ITC Trademap.

3.4. Importaciones¹

Las mayores importaciones de productos alimenticios son en la categoría del pescado fresco y fruta fresca (banano y cítricos). La importación de superalimentos es relativamente pequeña.

La mayoría de los productos seleccionados no tienen los códigos individuales definidos del Sistema Armonizado y, por lo tanto, no es posible compilar exactas estadísticas de comercio de las fuentes oficiales. Sin embargo, la quinua, las nueces del Brasil, la cúrcuma y en cierta medida la maca se definen en el nivel de 6 dígitos y por lo tanto, se pueden mostrar con más detalles. Se calculan los volúmenes importados de otros productos.

3.4.1. Quinua

En 2015, la importación sueca de quinua alcanzó 790 toneladas (US\$3.9 millón). Tabla 3.6 con más detalles.

Tabla 3.6: Volúmenes importados por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de quinua.

Suministro a Suecia	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
Total	208	291	535	790	+48%	100%	+56%	100%
UK	0	0	115	200	+74%	25%	-	17%
Peru	84	72	120	192	+60%	24%	+32%	26%
Germany	5	104	123	142	+15%	18%	+205%	21%
Netherlands	0	1	19	89	+368%	11%	-	6%
Italy	29	32	29	83	+186%	11%	+42%	9%
Bolivia	80	80	92	50	-46%	7%	-15%	17%

Fuente: Trademap

- Las importaciones suecas de quinua representan el 1,25% del valor global de las importaciones. El ranking mundial de Suecia ocupa el puesto 11 en valor y el 13 en cantidad.
- Durante primer trimestre de 2016, la importación fue de 140 toneladas, 16 toneladas más que en el mismo período en 2015.
- La importación mensual promedio varía entre 20 y 80 toneladas. Esto es igual a 1-4 contenedores de 20 pies por mes.

¹ Todas las estadísticas de este capítulo proceden del Trade map (Centro de Comercio Internacional, CCI).

- El Reino Unido es el re-exportador de quinua que más rápido crece en Suecia. Desde nada hasta 2013, las exportaciones aumentaron bruscamente hasta 100 toneladas (en 2014) y 200 toneladas (en 2015).
- Basado en los cálculos de los indirectos flujos comerciales a Suecia, se puede decir que el 85-90% de las importaciones se originó a partir del Perú y el 10-15% se originó de Bolivia. La Tabla 7 muestra claramente que la posición de Bolivia se encuentra bajo presión, ya que las importaciones de quinua boliviana bajaron de 80-90 toneladas por año a 50 toneladas en 2015.

3.4.2. Las nueces de Brasil

En 2015, las importaciones suecas de las nueces de Brasil se elevaron a 242 toneladas (US \$ 2,3 millones). La tabla 3.7 muestra más detalles.

Tabla 3.7: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de nueces de Brasil.

Suministro a Suecia	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
Total	203	218	217	232	242	+4%	100%	+4%	100%
Netherlands	153	122	111	100	142	+42%	59%	-2%	56%
Italy	14	26	34	29	28	-3%	12%	+19%	12%
UK	0	3	10	42	26	-38%	11%	-	7%
Denmark	19	32	28	31	23	-26%	10%	+5%	12%
Norway	11	11	10	15	14	-7%	6%	+6%	5%

Fuente: Trademap

- Las importaciones suecas de las nueces de Brasil sin cáscara representan el 0,68% de las importaciones mundiales en valor. El ranking de Suecia en las importaciones mundiales es el 18 en valor y cantidad. La importación de las nueces de Brasil con cáscara es bastante insignificante: alrededor de 20 toneladas por año.
- La importación de las nueces de Brasil está aumentando ligeramente, creciendo en promedio 4% en cantidad y en valor. En primer trimestre de 2016 la importación fue de 58 toneladas, lo que representa 2 toneladas más que en el mismo período de 2015.
- La importación mensual promedio varía de 10 a 40 toneladas. La mayor parte del tiempo, es alrededor de 20 toneladas (una carga de contenedor de 20 pies).
- El RU es el re-exportador con crecimiento más rápido de las nueces de Brasil a Suecia. Sin embargo, las cantidades son bajas, con un máximo de 40 toneladas en 2014.
- Los cálculos (basados en los perfiles de importación de los países importadores europeos, como los Países Bajos en este caso) muestran que el 65-70% de las importaciones proceden de Bolivia, el 25-30% de Brasil y el 5-10% del Perú. Sin embargo, los productos certificados de comercio justo del Perú tienen una cuota de mercado más alta.
- Se estima que Suecia es uno de los mayores consumidores de nueces de Brasil en el mundo per cápita, después de Nueva Zelanda.

3.4.3. Cúrcuma

En 2015, las importaciones suecas de cúrcuma ascendieron a 193 toneladas (US \$ 646.000). La Tabla 3.8 muestra más detalles.

Tabla 3.8: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de cúrcuma.

Suministro a Suecia	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
Total	191	190	180	218	193	-11%	100%	0%	100%
India	127	135	124	160	138	-14%	72%	+2%	70%
Estonia	12	11	14	22	25	+14%	13%	+20%	9%
Netherlands	26	8	12	1	11	+1000%	6%	-19%	6%
Denmark	0	4	5	3	4	+33%	2%	-	2%
China	0	0	0	0	3	-	2%	-	0%
Germany	9	17	16	6	3	-50%	2%	-24%	5%

Fuente: Trademap

La disminución de las importaciones de cúrcuma en Suecia en 2015 (-11%) no está en línea con la tendencia de las importaciones mundiales. En todo el mundo, los volúmenes de importación de cúrcuma aumentaron un 10%.

- Las importaciones suecas de cúrcuma representan el 0,33% de las importaciones mundiales en valor. El ranking de Suecia de las importaciones mundiales de cúrcuma es el puesto 41 en valor y el puesto 56 en cantidad.
- Los primeros datos para 2016 no indican cambios con respecto a 2015.
- La importación mensual promedio de cúrcuma a Suecia varía entre 20 y 80 toneladas. Hay una estacionalidad de las importaciones. Es el más alto en el cuarto trimestre del año, con las frecuencias más altas en diciembre.
- La estimada cantidad de cúrcuma vendida en el mercado sueco es más del 95% procede de la India, con cuotas muy pequeñas de otros países. El Perú normalmente no suministra directamente a Suecia con cúrcuma, pero cerca del 0,5% de la oferta total proviene indirectamente del Perú.
- Los cálculos muestran que más del 95% de las importaciones proceden de la India. Sólo menos del 1% proviene (indirectamente) del Perú.

3.4.4. Maca

La importación de maca puede estimarse mediante la re-exportación de los principales países importadores. Este análisis del flujo comercial puede ser más difícil en los próximos años, ya que China puede también comenzar a exportar polvo de maca. Esto se debe a que hace 3 años, los productores chinos compraron tubérculos de maca de los productores peruanos y comenzaron su propia producción.

En 2015, la importación sueca de polvo de maca y otros polvos de raíces y tubérculos ascendió a 66 toneladas (US \$ 162.000). La Tabla 3.9 muestra más detalles.

Tabla 3.9: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de maca en polvo y otros raíces y tubérculos en polvo.

Suministro a Suecia	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
Total	34	32	58	42	66	+57%	100%	+18%	100%
Germany	15	28	46	27	39	+44%	59%	+27%	67%
Peru	1	0	7	3	7	+133%	11%	+63%	8%
Denmark	0	0	0	0	5	-	8%	-	2%
Norway	0	0	0	0	3	-	5%	-	1%

Fuente: Trademap

- Las importaciones a Suecia han fluctuado, con picos en 2013 y 2015. Los primeros datos para 2016 indican niveles similares de importación de polvo de maca en comparación con 2015.
- La importación mensual promedio de polvo de maca a Suecia varía entre 1 y 10 toneladas.
- Casi todo el polvo de maca importado proviene del Perú con algunas cantidades insignificantes procedentes de Bolivia. Las importaciones directas del Perú representan actualmente sólo el 5% de la importación total, pero está aumentando (la importación directa de polvo de maca del Perú aumentó de sólo 150 kg en 2011 a más de 2 toneladas en 2015).

3.4.5. Fruta exótica fresca (incluyendo cherimoya y physalis)

Suecia es un pequeño importador de cherimoya fresca y physalis fresco. En Suecia no existe un código de estadísticas oficiales para controlar la importación de esos dos productos, pero es probable que sus importaciones representen sólo el 3-4% del valor de la importación de fruta de la pasión. Esto se reduce a 100 toneladas de ambos productos. Más detalles son:

- Las importaciones suecas de frutas exóticas representan alrededor del 0,5% del valor mundial de la importación y están aumentando ligeramente (+ 2% por año en los últimos cuatro años).
- Casi todas las importaciones de physalis fresco proceden de los países re-exportadores, siendo los Países Bajos el principal país de tránsito.
- Algunas cantidades de chirimoya fresca entran en Suecia directamente de España, donde se cultiva localmente.
- La exportación directa de cherimoya fresca y physalis fresca del Perú y de otros países sudamericanos es casi inexistente.

3.4.6. Algarrobo

El común nombre comercial europeo para los productos de algarrobo en Europa es carob. Sin embargo, el tipo botánico de la planta cultivada en Perú (*Prosopis pallida* L) es diferente de la planta cultivada y consumida en Europa y Suecia (*Ceratonia siliqua* L). La estructura de las vainas de algarrobo de Perú muestra mejor características/valores nutricionales que algarrobo europeo (carob), en primer lugar por su menor contenido polifenólico y una mayor digestibilidad de la proteína. Oficialmente, polvo de algarrobo se considera todavía como nuevo alimento y no se permite importar a Suecia. Sin embargo, se puede encontrar de vez en cuando en algunas tiendas.

A medida que el volumen de exportaciones de Algarrobo desde Perú a Europa es insignificante (alrededor de 3-4 toneladas) y la exportación de Perú a Suecia está a menos de 100 kg, el grupo de productos bajo el nombre de carob con el código arancelario 12129200 y 12129995 se analizará. Esto le dará una visión general de los tipos de productos de carob y el volumen de su importación. Tenga en cuenta que el código 12129995 puede incluir algunos otros productos como almendras de frutos, raíces de achicoria, etc. En el análisis, algunos países que no son exportadores de carob, sino de otros productos, están excluidos. Ambos códigos se introducen en 2012.

Tabla 3.10: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de carob.

Supplying countries	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
Total	95	63	54	47	-13%	100%	-21%	100%
Denmark	15	9	18	15	-17%	32%	0%	22%
Germany	0	3	5	6	+20%	13%	-	5%
Spain	27	26	22	6	-73%	13%	-39%	31%
Turkey	0	0	1	2	+100%	4%	-	1%

Finland	49	22	8	0	-100%	0%	-100%	31%
---------	----	----	---	---	-------	----	-------	-----

Fuente: Trademap

El cuadro 3.10 muestra que las importaciones totales varían entre 60 y 100 toneladas por año. Con estos volúmenes, Suecia es un importador relativamente pequeño de algarrobo. Otros detalles son:

- España es el principal proveedor de algarroba para Suecia, pero Finlandia y Dinamarca también son países de tránsito. España es también el mayor productor de carob mediterráneo del mundo, pero debe considerarse que no es el mismo producto que la algarroba peruana.
- En los últimos 3 años las importaciones de algarrobo han sido estables y han fluctuado alrededor de 50 toneladas.
- Suecia normalmente no importa el algarrobo del Perú en base regular. Sólo se registraron las cantidades en 2013 (100 kg) y 2014 (230 kg).

3.4.7. Kiwicha

En Europa y Suecia, kiwicha tipo de alimento se conoce como el amaranto. Junto al tipo peruano de granos de amaranto, *Amaranthus caudatus*, hay también otros varios tipos similares, que se pueden encontrar en Finlandia. Como que no existe un específico código arancelario de la UE para el amaranto, es posible que algunos otros cereales de nicho se incluyan, tales como el teff o arroz salvaje. Sin embargo, es probable que la más alta proporción sea de amaranto.

En 2015, la importación sueca de kiwicha y cereales similares ascendió a 80 toneladas (US \$ 269.000). La Tabla 3.11 muestra más detalles.

Tabla 3.11: Volúmenes de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de kiwicha y cereales similares.

Supplying countries	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '12/'15	Average share '12/'15
Total	285	284	189	80	-58%	100%	-52%	100%
Germany	261	203	45	29	-36%	36%	-	64%
USA	0	0	36	22	-39%	28%	+31%	7%
Netherlands	4	0	2	9	+350%	11%	-19%	2%
Denmark	13	0	2	7	+250%	9%	-	3%
Ethiopia	0	0	0	5	-	6%	-	1%

Fuente: Trademap

La Tabla 3.11 revela claramente que desde 2014 las importaciones suecas de amaranto y cereales similares están disminuyendo. Suecia normalmente no importa amaranto directamente del Perú, pero en 2015 había 350 kg de la importación directa.

3.4.8. Lúcumá

Teniendo en cuenta que SA código de lúcumá incluye muchos otros productos, así el potencial de la importación de lúcumá sólo puede ser estimado. Pero, como Perú es el único proveedor de lúcumá, el análisis del comercio entre Perú y UE posibilita una buena estimación.

Tabla 3.12: Volúmenes europeos de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de lúcumá.

Importing countries	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
---------------------	------	------	------	------	------	----------------	------------	------------------------	-----------------------

Total	13	25	38	61	88	+43%	100%	+62%	100%
UK	6	18	28	32	47	+45%	53%	+66%	58%
Germany	3	4	0	8	14	+85%	16%	+43%	13%
Portugal	0	0	2	5	12	+138%	14%	-	8%
Belgium	0	0	1	5	4	-27%	5%	-	5%
Netherlands	1	2	2	6	4	-39%	4%	+29%	7%

Fuente: Trademap

En comparación con la importación europea entera de 88 toneladas, Suecia es el importador muy pequeño de lúcumas del Perú con 128 kg en 2015. La importación sueca directa del Perú ha disminuido en 2015 en comparación con 2014. Mayores cantidades importadas de lúcumas a Suecia son del RU. Importaciones del RU están creciendo.

3.4.9. Camu camu

Teniendo en cuenta que SA código de camu camu incluye muchos otros productos, el potencial de la importación de camu camu sólo puede ser estimado. Pero, como Perú es el único proveedor de camu camu, el análisis del comercio entre Perú y UE posibilita una buena estimación.

A parte del camu camu en polvo, pequeñas cantidades de camu camu fresco (200kg en 2014) son exportadas a otros países europeos (no a Suecia).

Tabla 3.13: Volúmenes europeos de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de camu camu.

Importing countries	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
Total	2	4	7	14	19	+36%	100%	+67%	100%
UK	1	2	2	7	7	+8%	40%	+78%	43%
Netherlands	0	0	0	1	3	+160%	14%	+74%	10%
Spain	0	1	2	2	2	+36%	11%	-	13%
Germany	0	0	0	1	2	+41%	10%	+42%	9%
Belgium	0	0	0	0	1	+226%	6%	+105%	4%
France	0	0	1	1	1	+31%	6%	+38%	7%

Fuente: Trademap

Más detalles son los siguientes:

- Finlandia es un pequeño importador directo de camu camu en polvo y representa una parte muy pequeña de la importación total de la UE de 19 toneladas en 2015.
- Los principales proveedores de camu camu para Suecia son el Reino Unido y los Países Bajos. La oferta de Reino Unido está aumentando. Recientemente, el suministro de España se hizo más significativo.
- La importación directa del Perú a Suecia fue de sólo 150 kg en 2015 y está disminuyendo.

3.4.10. Maíz gigante y maíz cancha (corn nut)

Teniendo en cuenta que SA código de maíz gigante incluye muchos otros productos, el potencial de la importación del maíz gigante sólo puede ser estimado. Pero, como Perú domina el suministro del maíz gigante a UE, el análisis del comercio entre Perú y UE da una buena estimación.

Tabla 3.14: Volúmenes europeos de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de maíz gigante y maíz cancha.

Importing countries	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
Total	3,610	4,531	4,337	4,426	4,027	-9%	100%	-3%	100%
Spain	3,595	4,504	4,310	4,381	4,012	-8%	100%	-3%	99%

Fuente: Trademap

Más detalles son los siguientes:

- La importación del maíz gigante a Suecia casi no existe, ya sea directamente o vía los países de tránsito.
- Prácticamente, toda la importación europea de maíz gigante se realizada por España. Total de la importación española del maíz gigante en 2015 fue de 4.011 toneladas.
- Maíces gigantes importados por España se utilizan principalmente para la producción de corn nuts en España. Muy rara vez se venden en las tiendas. Generalmente, el maíz gigante se transforma en España y después se exporta a Suecia como un tentempié.

3.4.11. Maíz morado

Teniendo en cuenta que SA código de maíz morado incluye muchos otros productos de granos, el potencial de la importación de maíz morado sólo puede ser estimado. Pero, como Perú es prácticamente el único exportador a UE, el análisis comercial entre Perú y UE da una buena estimación.

Tabla 3.15: Volúmenes europeos de importación por año (en toneladas), tendencias y cuota de importación de maíz morado.

Importing countries	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Share 2015	Average growth '11/'15	Average share '11/'15
Total	31	44	58	72	67	-8%	100%	+21%	100%
Spain	24	32	39	37	53	+42%	79%	+21%	68%
Italy	5	7	14	33	7	-79%	11%	+9%	24%
Netherlands	1	3	5	1	4	+168%	6%	+62%	5%
Germany	0	2	0	0	2	-	3%	-	1%
France	1	0	0	0	1	+246%	1%	-9%	1%
UK	0	0	0	0	0	-	0%	-	0%

Fuente: Trademap

- La importación de maíz morado a Suecia casi no existe, sea directamente o vía los países de tránsito.
- La importación total de UE fue 67 toneladas en 2015. España representa el 80% de las importaciones totales de UE.

3.4.12. Sacha inchi

No hay un SA código de sachi inchi en Perú o en UE. La exportación peruana de sachi inchi es considerada como insignificante. El sachi inchi disponible en Suecia es re-exportación principalmente de Alemania y el RU y la cantidad de total importación estimada es inferior a 500kg.

3.4.13. Yacón

No hay un código SA de yacón en Perú o en UE. La exportación peruana de yacón es considerada como pequeña (menos de 200 l por año), principalmente importada en la forma de jarabe. El yacón disponible en Suecia es principalmente re-exportado del RU.

3.5. Importaciones procedentes de Perú

La importación directa de superalimentos de Perú a Suecia es pequeña, pero aumentó en el 26% en promedio por año en el período 2011-2015. Todavía más bajo que media tasa de crecimiento europeo del 37%. Más detalles en la Tabla siguiente.

Tabla 3.6: Importación sueca directa de quinua del Perú, en kg

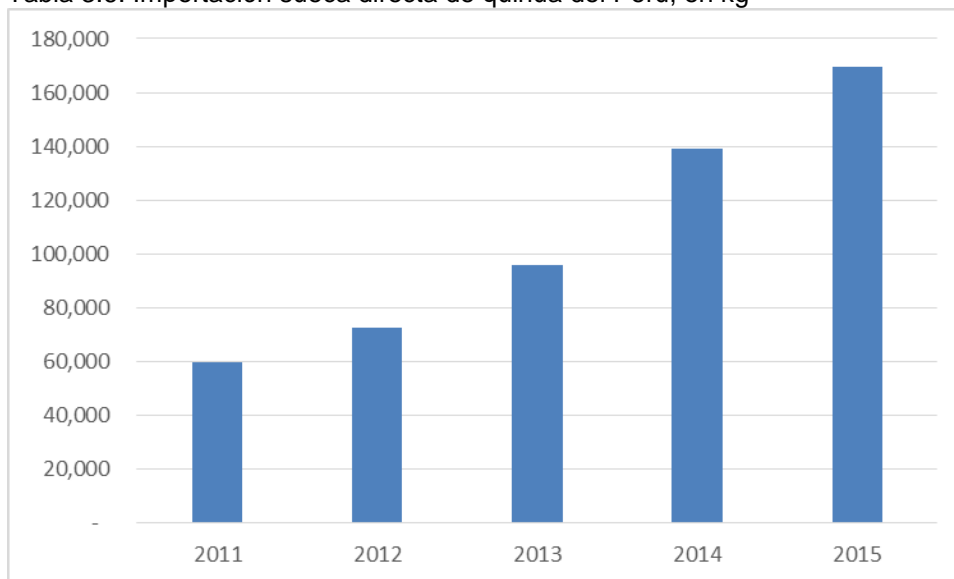


Tabla 3.7: Importación sueca directa de superalimentos, en kg

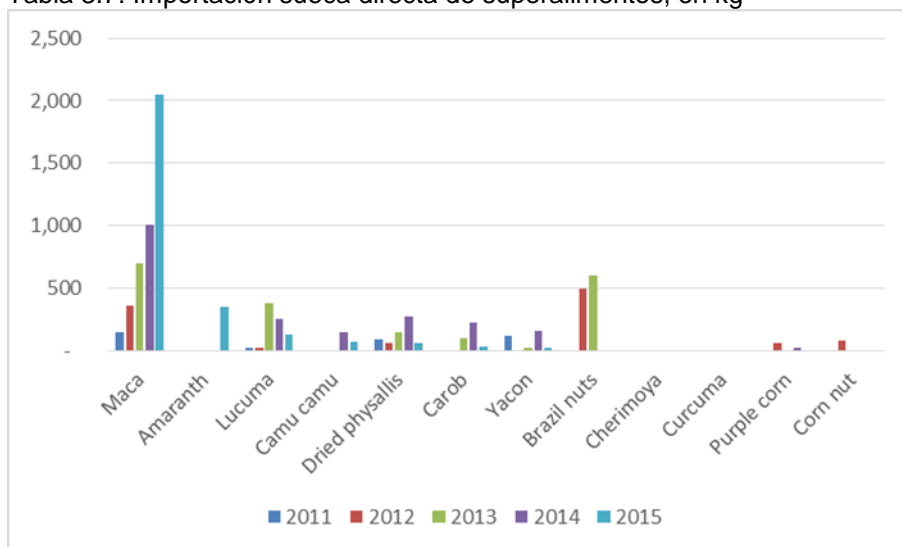


Tabla 3.16: Volúmenes suecos de importación de superalimentos del Perú, kilogramos, '11-'15.

Product	2011	2012	2013	2014	2015	Growth '14/'15	Average growth '12/'15
Quinoa	59,830	72,415	96,000	139,131	169,405	+22%	+30%
Maca	150	360	696	1,010	2,047	+103%	+92%
Kiwicha	0	0	0	0	352	-	-
Lucuma	30	25	380	254	128	-50%	+43%
Camu camu	0	0	10	150	71	-53%	+515%
Aguaymanto	90	60	150	280	60	-79%	-10%
Carob	0	0	100	230	40	-83%	-
Yacón	126	0	26	158	25	-84%	-33%
Brazil nuts	0	502	600	0	0	-	-
Cherimoya	0	5	0	0	0	-	-
Curcuma	0	11	0	0	0	-	-
Purple corn	0	60	0	24	0	-100%	-
Corn nut	0	85	0	0	0	-	-

La importación directa de varios productos superalimentos disminuyó en 2015 en comparación con 2014. Esto se debe a que Suecia importó más de re-exportadores, especialmente los Países Bajos y el Reino Unido.

Los mejores productos son quinua y maca; ambos productos mostraron un fuerte crecimiento en 2011-2015. Otros productos se pueden agrupar de la siguiente manera:

- Primeras importaciones directas en 2015: kiwicha;
- Importaciones directas desde 2013: camu camu y algarrobo;
- Tendencia al alza de la importación con modelo fluctuante: lúcuma y aguaymanto;
- Importaciones esporádicas: yacón, las nueces de Brasil, maíz morado.
- Importados sólo una vez: chirimoya, cúrcuma, nueces de maíz.

3.6. Análisis de la competencia

El análisis de la competencia es incluida en el capítulo 3.3. Además, la siguiente tabla incluye un resumen de los principales competidores en el nivel nacional y del producto. Este análisis muestra qué productos pueden ser considerados como productos sustitutivos y qué países suministran los productos.

Tabla 3.17: Competencia por los productos peruanos de superalimentos en el mercado sueco.

Producto	Países líderes de competencia	Productos líderes de competición
Aguaymanto (Physalis, bayas de Inca, bayas de oro)	Colombia, Costa Rica, Los Países Bajos – re-exportador, Alemania - re-exportador	Fruta fresca de bayas de producción local como frambuesas, moras, arándanos. Bayas secas de goji y moras secas
Algarrobo (mesquite, carob)	México	Carob
Nueces de Brasil	Bolivia, Brasil, Los Países Bajos – re-exportador, RU – re-exportador, Dinamarca – re-exportador	Otros tipos de nueces como anacardos, avellanas, nuez de Castilla, almendras, macadamia nuez o piñones
Camu camu	Brasil, Ecuador, Bolivia, Francia – re-exportador, República	Acerola, Amla

	Checa – re-exportador, Alemania – re-exportador	
Chirimoya (cherimoya)	Ecuador, Venecuela, Bolivia, Chile, Colombia, Los Países Bajos– re-exportador	Graviola y jugo de graviola
Cúrcuma polvo (turmeric)	India, Indonesia, Sri Lanka Estonia – re-exportador, The Netherlands – re-exportador	Cúrcuma fresca, jugo de cúrcuma
Kiwicha (amaranto)	Bolivia, Ecuador	Mijo, Teff, Cuscus, Bulgur, Alforfon
Lúcuma		Stevia, Coconut sugar
Maca	China	Ginseng, Ginko Biloba, Guarana
Maíz cancha (corn nut)	España, México	Corn chips y otros tipos de bocadillos
Maiz gigante (giant Corn)	España	Otros tipos de maíz
Maiz morado (purple corn)	Bolivia, Ecuador, Colombia China	Plantas ricas de anthocyanin (como arándonos, moras, cerezas, etc.)
Quinoa	Bolivia, Denmark – re- exportador, The Netherlands – re-exportador	Mijo, Teff
Sacha Inchi	Suriname, Venezuela, Boliva, Colombia, Ecuador, Brazil	Aceite de Argán
Yacón	Colombia, Ecuador, Bolivia	Jarabe de arce, miel, stevia

4. Sector de análisis / Línea en el mercado

4.1. Variedades y formas de presentación

Los productos seleccionados de la oferta peruana de superalimentos se presentan en el mercado sueco en varias formas. Las formas del producto son más numerosas en Perú que en Suecia y los consumidores suecos todavía no son conscientes de todo el ámbito de superalimentos peruanos. Las posibles formas actuales de superalimentos seleccionados en el mercado sueco se enumeran a continuación.

Tabla 4.1: Formas de los productos seleccionados en el mercado sueco.

Producto	Formas comunes en Suecia	Formas no comunes en Suecia
Aguaymanto (Physalis, Bayas de Inca, bayas de oro)	Bayas Inca secas packed Physalis jam Physalis fresco Bayas Inca secas en mezclado de rojas frutas secas Chocolate coated dried incan berries	Physalis juice
Algarrobo (mesquite, carob)	Polvo de Mesquite (en pequeñas cantidades) Producto sustituible en el Mercado es carob mediterraneo	Mermelada Extract
Nueces de Brasil	Nueces de Brasil envasados Nueces de Brasil con otros tipos de nueces Nueces de Brasil como ingrediente de mueslis Raw chocolate coated brazil nuts Mantequilla de nueces de Brasil Aceite de nueces de Brasil	
Camu camu	Polvo Suplemento de alimentos (in capsules) Ingrediente en jugo Ingrediente en anti-envejecimiento cremas cosméticas	Jugo Mermelada
Chirimoya (cherimoya)	Fresco (no presente regularmente)	Jugo
Curcuma (turmeric)	Fresco Polvo Tabletas Jugo Ingrediente en diferentes productos como: teas, cookies, curries, natural hair colour cosmetics, dehydrated soups, gum candies	
Kiwicha (amaranto)	Grano Harina Crujientes Ingrediente en: cereals de desayuno, chocolate, fideos, pan crujiente, barras de dulce	
Lucuma	Polvo	Jugo

	Ingrediente en mezclas energéticas de polvo, barras energéticas y cacao crudo, barras de chocolate	Mermelada Canned fruit
Maca	Polvo Tabletas Ingrediente en mueslis, chocolates, barras dulces, galletas, suplementos sexuales de alimenticios saludables, syrups	Jugo Mermelada
Maíz cancha (corn nut)	Roasted salty snack	
Maíz gigante (giant Corn)	No disponible en Suecia. El aceite de maíz es común, pero no pertenece a categoría de superalimentos.	
Maíz morado (purple corn)	Harina (muy raramente encontrada en Suecia)	Jugo Snack
Quinoa	Grano Harina Hojuelas Ingrediente en: chips, barras dulces, chocolates, espagueti, tartas, pan crujiente, comida de bebés, mueslis	Jugo
Sacha Inchi	Aceite Polvo (muy raramente encontrada)	Semillas
Yacon	Syrup Powder	Jugo Extractos

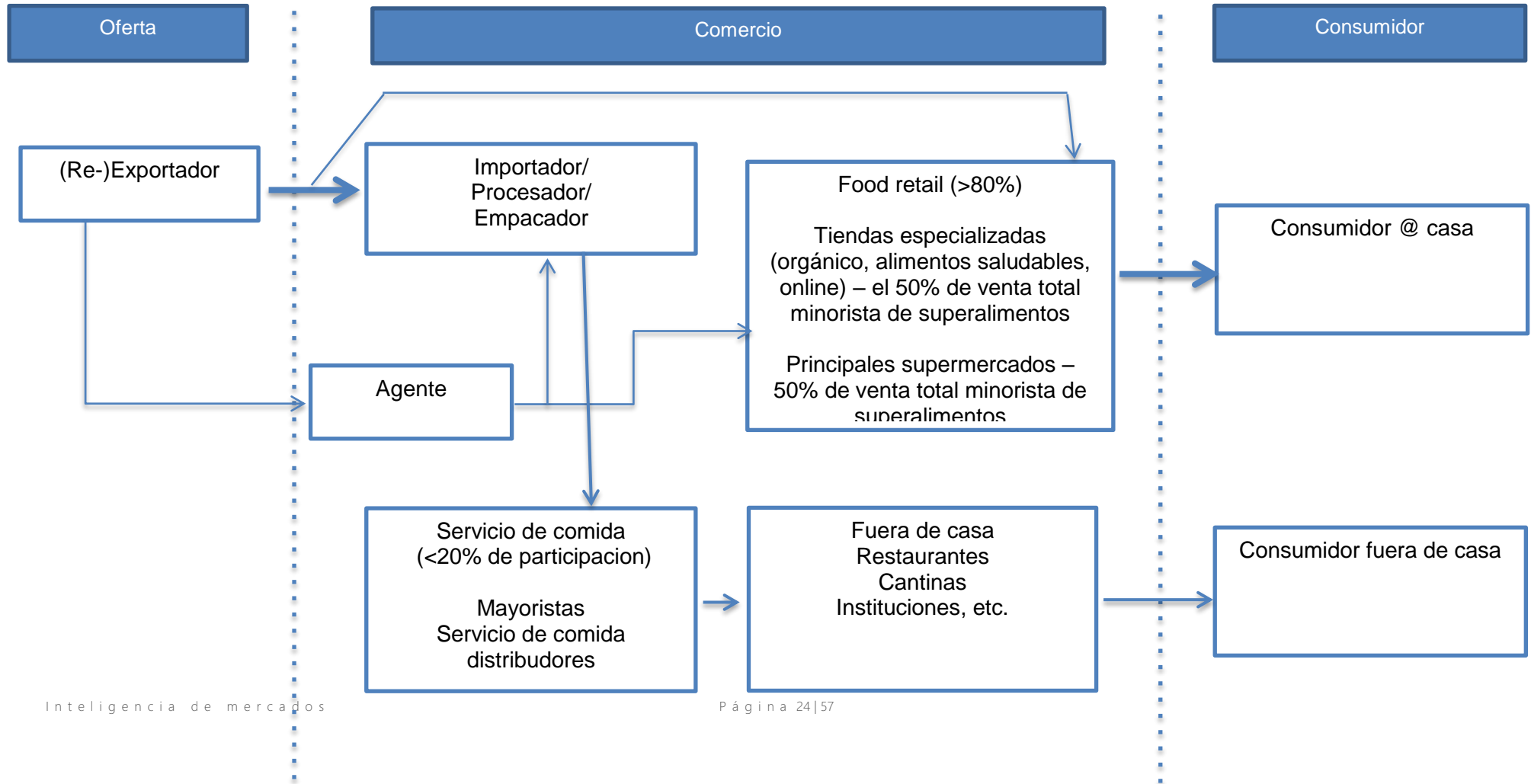
Fuente: Globally Cool estudio de mercado

Además, existe una creciente competencia de los productos del origen local. Las empresas anuncian sus productos como "locales" y mejores que los productos importados. La principal competencia viene de los colectores suecos y procesadores de frutas de bayas silvestres de Suecia, como [Nordic Superfood](#).

4.2. Canales de distribución

Hay unas varias vías de distribución para la exportación de los productos de superalimentos del Perú a Suecia. Esquema siguiente presenta una visión general, seguida de una explicación.

Figura 4.1: Canales de distribución de superalimentos en Suecia.



La Figura debe leerse teniendo en cuenta las notas siguientes:

- Poca cantidad de los superalimentos se exporta directamente del Perú a Suecia. Los primeros receptores más comunes de los productos peruanos son los comerciantes europeos que importan por lo menos un FCL y después lo redistribuyen por Europa, incluyendo Suecia. Los re-exportadores europeos que suministran Suecia con los productos peruanos de superalimentos son posicionados mayormente en Los Países Bajos, Alemania, el RU y Dinamarca.
- En la esquema del importador / procesador / emparador parece ser una sola compañía. Este es el caso más común, ya que los procesadores de superalimentos en Suecia usualmente tienden a importar ellos mismos. Por lo general, las empresas que envasan 'superalimento' importado, también están procesando los productos importados en varias formas. En la mayoría de los casos procesadores utilizan productos 'superalimentos' como un ingrediente para la producción de cacao / chocolate crudo y similares bares, chocolates y mezclas para batidos.
- Sin embargo, hay algunas excepciones a la regla de la viñeta anterior. Principalmente se relaciona con el comercio de quinua, cúrcuma (como especia) y las nueces de Brasil: algunas empresas suecas sólo están comercializando ingredientes, como [Bodén & Lindeberg](#) o [Nordspice](#). Los proveedores a granel suelen ser proveedores para la industria HORECA.
- El importador puede ser una empresa especializada en los productos orgánicos, sólo de comercialización de productos convencionales, o ambas cosas a la vez. Los importadores venden un determinado gama de productos alimenticios comparables (que varían desde muy amplio para bastante estrecho), incluyendo varios productos de superalimentos.
- Las grandes cadenas minoristas de alimentos representan el 50% de las ventas de superalimentos, mientras otra parte se vende en las tiendas especializadas de alimentos saludables. Sin embargo, esta proporción es muy diferente para cada producto individual. En general:
 - productos de 'superalimentos' en polvo son mayormente vendidos en las tiendas especializadas
 - quinua se vende en la mayoría en las minoristas,
 - fruta fresca es mayormente vendida en las minoristas, con unas pequeñas cantidades en las tiendas especializadas o en los mercados abiertos (salas de mercado).

El segmento de alimentos al por menor consiste de varios sub-canales. Mientras que los principales supermercados venden ambos superalimentos orgánicos y convencionales, los supermercados y tiendas de comercio justo y orgánico básicamente venden superalimentos orgánicos y/o de comercio justo. Las tiendas especializadas en su mayoría tienen un enfoque particular, al igual que en la comida sana (superalimentos) o productos andinos. Estas tiendas pueden vender todo tipo de superalimentos, incluyendo orgánicos, de comercio justo y / o convencional.

Las empresas que se ocupan de 'superalimentos' en Suecia están negociando diferentes productos y por lo tanto pueden tener diferentes acciones y posiciones de mercado. Ninguna de las empresas importadoras, no importa el alcance completo de productos seleccionados del Perú. Por lo tanto, el siguiente análisis dará más detalles acerca de la situación de mercado y la segmentación.

4.2.1. Segmentos de Mercado

La segmentación de mercado de los productos seleccionados se puede hacer de diferentes maneras, pero la forma más práctica es de acuerdo con el tipo de productos y por la gama de productos comercializados por las empresas suecas.

En el sentido estricto, sólo los productos que se utilizan como suplementos a la dieta diaria (usualmente en formas de polvo) se clasifican como superalimentos en Suecia. El grupo específico de empresas de 'superalimentos' comercializa estos productos. Otros segmentos son: los comerciantes de productos de grano, los comerciantes de frutas secas y nueces comestibles, los comerciantes de todo tipo de productos

orgánicos y comerciantes de productos frescos. Por lo tanto, los segmentos de superalimentos en el mercado sueco son los siguientes:

- Segmento de superalimentos en polvo
- Segmento orgánico y comercio justo
- Segmento de frutas y hortalizas frescas
- Segmento de granos y semillas
- Segmento comestible de nueces y aperitivos

Empresas que pertenecen a más de un segmento:

1. Midsona. Aunque [Midsona](#) sólo vende quinua y polvo de maca fuera del alcance de los productos superalimentos, la compañía es un líder global del mercado sueco en alimentos orgánicos, suplementos dietéticos, control de peso y remedios para el resfriado. Midsona productos de superalimentos relacionados se venden bajo varias marcas como [Friggs](#), [Urtekram](#), [Naturdiet](#) y [Supernature](#). En 2016, Midsona se convirtió también en el propietario de la empresa de alimentos orgánicos líder en Suecia - [Kung Markata](#). La marca Midsona más relevante para los productos en polvo es 'Supernature', pero se produce en Noruega y se importa a Suecia.
2. [HKC Egenvård](#) es otra empresa importante. Es un mayorista y distribuidor de más de 6000 productos de salud, incluyendo vitaminas, suplementos dietéticos, nutrición deportiva, cuidado de la piel natural y cosmética, alimentos naturales y orgánicos y bebidas, atención de la salud, suministros del hogar.

Proveedores de superalimentos en polvo (importadores/empacadores/procesadores)

El segmento de mercado de superalimentos ha comenzado a desarrollarse en Suecia desde 2007/2008. Hasta 2013, la mayoría de los productos se vendían en tiendas especializadas de alimentos orgánicos y saludables. Sin embargo, en los últimos años muchos productos de superalimentos han entrado en la corriente principal del mercado minorista sueca. En la actualidad, todavía alrededor del 70-80% de los productos de superalimentos en polvo se venden en tiendas de alimentos saludables, mientras que los minoristas principales representan el otro 20-30% de mercado.

Aunque hay muchos proveedores de los productos de superalimentos en polvo, algunas compañías han conseguido posicionarse entre los líderes del mercado, que son:

- Renée Voltaire (US\$ 9.8 millones el volumen de negocios en 2015)
- Great Earth (US\$ 3.5 million)
- Superfruit Scandinavia (US\$ 2.9 million)
- Rawpowder (US\$ 0.6 million)

Nota que Renée Voltaire tiene una oferta muy grande de productos y no sólo polvos de superalimentos. En términos de polvos de superalimentos importados, la compañía tiene el mismo volumen que Superfruit Scandinavia.

Las principales empresas en el segmento de 'superalimentos' usualmente importan, empaquetan y procesan los productos secos y en polvo, especialmente cacao crudo, maca, lúcuma, bayas de Inca y camu camu. Las empresas de superalimentos importan también volúmenes menores de productos de granos y nueces (como quinua, amaranto o nueces de Brasil).

El segmento de rápido crecimiento de superalimento en Suecia está marcado por la introducción frecuente de nuevos productos y en los años anteriores también impulsado por el fuerte crecimiento de las tiendas en línea web de superalimentos (varias de estas tiendas no han logrado sobrevivir). La categoría dominante son los productos de polvo, en primer lugar el cacao crudo. Un cultivador rápido es barras crudas del cacao hechas de una gama de ingredientes de 'superalimentos'.

Otras compañías suecas en este segmento son: [Go for Life](#), [Natural Earth Wellness](#), [Natessen](#), [Supervaruhuset](#), [Powerfruits](#), [Natalie's Direct Trade](#), [Vidasal](#), [Natural Box](#) y [Enjoy Nature](#). Además de suministrar tiendas especializadas, también son muy activos en ventas en línea. Otra parte significativa del segmento de los superalimentos es tomada por las marcas importadas, tales como [Naturya](#), [Sprout Living](#) o [Roobar](#).

Las empresas en el segmento de superalimentos ofrecen las mejores oportunidades para los proveedores peruanos, ya que son los más interesados en comprar los productos directamente del Perú. Todavía la mayoría de las empresas de este segmento prefiere obtener productos de proveedores europeos, ya que es más fácil para ellos. Sin embargo, ya hay algunas empresas como 'Natessen', 'Rawpowder' o 'Natural Earth Wellness' que han comenzado a importar productos directamente del Perú. La mayoría de las empresas del segmento de superalimentos tienen una gran disposición a trabajar directamente con los productores del Perú, más que con los exportadores.

En el rango de superalimentos, la cúrcuma tiene una posición especial. Cúrcuma en polvo comercializado como superalimento en las tiendas especializadas se vende generalmente en envases de consumo de > 100 gramos, mientras que los principales minoristas venden la cúrcuma en envases más pequeños como condimento. Cúrcuma se vende también como fresca, jugo y como un complemento alimenticio curcumin.

Otros detalles de la cúrcuma son:

- Se vende bajo muchas marcas, envases varían de bolsas de papel a los botes de cristal.
- Algunas de las marcas importadas: 'German, Sonnentor', UK 'Pukka' o 'Green Cuisine' y French 'Aromandise'.
- La marca líder de las minoristas principales para las especias de cúrcuma es [Santa Maria](#) (Paulig group), [Urtekram](#) y [Spice Master](#). Además, las marcas privadas ocupan una parte importante de mercado.
- Mayoristas de la cúrcuma a granel como ingrediente son [Caldic](#), [Bodén & Lindeberg](#) y [Culinar](#).

Proveedores de orgánicos y de comercio justo (importadores/empacadores/procesadores)

El mercado de la comida orgánica en Suecia crece muy rápido. Las cifras de crecimiento son entre las más elevadas en Europa: en 2015 el mercado creció un 39% o un US\$673 millones (SEK 6 billones). Como resultado, los alimentos orgánicos fueron buenos para casi el 8% de las ventas totales de alimentos en 2015.

Los proveedores de productos orgánicos y de comercio justo son los principales importadores de la quinua, las nueces de Brasil y el amaranto. Importan también los productos de superalimentos en forma de polvo, pero en volúmenes más pequeños en comparación con el 'segmento de superalimentos'. Los 4 mayores importadores de alimentos orgánicos en Suecia son:

- Kung Markatta (US\$ 46 millones el volumen de negocios en 2015)
- Biofood (US\$ 20 million)
- Goodtrade (US\$ 4.2 million)
- Dagsmeja (US\$ 3.0 million)

Otros productores son [Biodynamiska Produkter](#) y [Garant Eko](#). Usualmente, los proveedores suecos de los productos orgánicos siguen esquema de certificación sueca [KRAV](#), que es más estricta en comparación con el logo de la esquema de la UE.

Unas notas especiales:

- Aunque no es la compañía entre las primeras 4 mencionadas arriba, [Urtekram International](#) es un actor importante en el mercado orgánico de Suecia. Urtekram es el mayorista orgánico de Escandinavia. Los paquetes de quinua de Urtekram vienen de Dinamarca, y se venden en las cadenas minoristas principales en Suecia y otros países escandinavos.

- Otro proveedor muy grande de los productos orgánicos es [Saltá Kvarn](#). Esta es una empresa de cereales específicamente relevante para el comercio orgánico de quinua. Saltá Kvarn importa quinua orgánica directamente de Bolivia. Además de los cereales, Saltá Kvarn comercializa también otros productos alimenticios.

El Comercio Justo es un mercado muy pequeño para superalimento. Aunque las empresas orgánicas antes mencionadas son al mismo tiempo los proveedores de los productos certificados del Comercio Justo, estos volúmenes son pequeños. Hay otro sub-segmento de las empresas que son especializadas de Comercio Justo, como líder en el mercado [North & South Fair Trade](#). Se centran en la producción de chocolate, té y café, así que no usan muchos productos seleccionados de superalimentos peruanos. Ofrecen oportunidades para los proveedores de cacao peruano de comercio justo y también para los proveedores peruanos de las nueces de Brasil. Hay varias otras empresas certificadas de comercio justo en Suecia, pero comercian más productos no alimentarios, chocolates y dulces.

Hay también otro enfoque por pocas empresas pequeñas en Suecia y esto es a desarrollar su propio esquema de comercio ético. El foco de estas empresas es hacer la cadena de suministro más transparente y pagar al menos un 20-30% más por los productos a los agricultores que el precio del mercado local. Los representantes de esas empresas piensan que el actual esquema de comercio justo no es lo suficientemente transparente y que los márgenes del agricultor son demasiado bajos en comparación con los márgenes en el resto de la cadena. Dos de las empresas más influyentes con este enfoque son [Nathalie's Direct Trade](#) y [Smiling Group](#).

Las empresas del sector orgánico tienen un interés moderado en la importación directa de América del Sur y el Perú. Por lo general, importan los productos orgánicos de comerciantes europeos; sólo algunos de ellos están interesados en la importación directa del Perú. En cuanto a los productos, el mayor interés es para la importación de semillas de quinua y chía, seguidas de amaranto. También, las empresas orgánicas son importantes importadores de las nueces de Brasil y cúrcuma, pero usualmente importan las nueces de Brasil y la cúrcuma de la India.

Segmento de frutas y hortalizas frescas

El segmento de las frutas y hortalizas frescas es relevante específicamente para la chirimoya y Physalis fresco. En la última década, este segmento ha mostrado un crecimiento año por año. También, los bares de ensaladas y otros conceptos convenientes se han vuelto comunes. Sin embargo, los volúmenes de venta de frutas exóticas y hortalizas (incluyendo chirimoya y Physalis) siguen siendo insignificantes en comparación con los productos de gran volumen como la naranja y el plátano. La mayoría de las frutas y verduras se venden por la distribución comercial minorista.

Las marcas internacionales de la importación dominan el mercado sueco. Los minoristas son suministrados por importadores especializados y empresas mayoristas, de los cuales los más grandes son:

1. [Everfresh](#) (US\$ 528 millones el volumen de negocios en 2015). Everfresh es la empresa subsidiaria de Total Produce/Fyffes
2. [Ewerman](#) (US\$ 171 million), independent importer with a focus on the HORECA sector.
3. [Saba Fruit](#) (propiedad de Paulsons y Dole Foods, (US\$ 50 millones)
4. [KA Lundblad](#) (independiente con marca 'Buffet', US\$ 33 millones).

Los procesadores de fruta en Suecia pueden importar la fruta directamente, especialmente si los volúmenes son suficientemente grandes. Esto es el caso usual para las frutas principales como naranjas. Por ejemplo, el principal productor sueco de jugo de fruta, [Brämhults Juice](#), importa naranja fresca del Perú. Brämhults pertenece a Eckes-Granini, que es la más grande compañía de jugo de fruta en Europa.

El mercado de las frutas y hortalizas frescas todavía se está desarrollando con relativa rapidez, como se muestra a continuación. El grupo de productos frescos "Total Produce" planea establecer una nueva empresa conjunta en los mercados nórdicos, para vender una gama de los productos frescos de conveniencia. La

compañía, denominada "Vezet Convenience Nordic", se establecerá como una asociación de 50:50 entre el Total Produce Nordic and Dutch productor y el proveedor G Total Kraken & Zonen. Comenzará a funcionar una vez que se haya adquirido la aprobación reglamentaria necesaria de la Autoridad Neerlandesa para los Consumidores y Mercados. Según un documento presentado a la autoridad, Vezet Convenience Nordic participará en la producción, comercialización y distribución de frutas frescas, verduras preparadas, pizzas frescas, ensaladas y otros ingredientes de harina en Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia.

Ambos, physalis fresco y cherimoya fresca, son usualmente importados de Los Países Bajos en los volúmenes relativamente bajos:

- Physalis fresco tiene el consumo sueco seminal hasta 10 paletas. La oferta es regular y sobre bases semanales y estables a lo largo de los años.
- Al contrario, la oferta de chirimoya es irregular y esporádica y la disponibilidad se limita a los supermercados más grandes del país. Cherimoya es importada solamente unas pocas veces al año y las cantidades son generalmente una o dos paletas por la ocasión. Cherimoya es relativamente desconocida entre los consumidores suecos. No están muy familiarizados con el sabor de la chirimoya fresca y prefieren otras frutas exóticas con un mejor sabor.

Los importadores de frutas y hortalizas frescas piensan que existe la posibilidad de importar physalis fresco y chirimoya en un transporte de contenedores mixtos, junto con otros productos frescos del Perú, como mango, espárragos, cítricos o uvas.

Segmento de granos y semillas

El segmento de granos y semillas incluye la quinua y el amaranto (kiwicha), y también las semillas de chía y otros productos procedentes del Perú. Este segmento no está completamente separado de otros segmentos mencionados anteriormente, porque las empresas de 'superalimentos' y de alimentos orgánicos también ofrecen cereales y semillas. Sin embargo, la mayoría de los granos y semillas se venden por la distribución comercial minorista, donde se venden en las categorías separadas. En esta categoría el producto principal es el arroz, pero quinua y amaranto son más comparables con los productos como el cuscús, bulgur o mijo, ya que estos productos también requieren poco tiempo de preparación.

La venta de quinua en Suecia ha crecido mucho, siendo el producto principal en la venta minorista. Las marcas principales:

- [Saltá Kvarn](#) – La empresa de la comida orgánica que produce los cereales y productos de pan en sus molinos y panaderías. También, importan unos productos orgánicos, incluyendo quinua orgánica de Bolivia y azúcar de caña de Brasil.
- [Risenta](#) – La empresa de los cereales, nueces y comida sana, propiedad de Paulig Group. Empaquetan quinua y producen muelles con quinua como ingrediente.
- [Mini Ellada](#) – Mini Ellada es el importador de quinua del Perú y distribuidor de la marca de quinua [LiveQuinoa](#) de la compañía peruana Vinculos Agrícolas.
- [Urtekram](#) – La compañía mayorista de la comida orgánica, con la sede en Dinamarca. Midsona de Suecia la compró en 2016.
- [Biofood](#) – El importador de comida orgánica, ya mencionado
- [Kung Markatta](#) – El importador de la comida orgánica, ya mencionado
- [Garant](#) – La empresa de la comida orgánica que empaqueta blancos, rojos y mezcla de granos de quinua.
- [Lantmännen Cerealia](#) – Pertenece a Lantmännen (una cooperativa agrícola). Empaqueta quinua bajo la marca [GoGreen](#) que se vende principalmente en Finlandia.

Unas marcas importadas de quinua en Suecia son [GrainWay](#) (quinua roja), [Eat Real](#) (virutas de quinua) y [Biolifestyle Organic](#) (menestra de quinua).

Hay también varios cereales suecos del desayuno, los bocados y las compañías de la panadería que utilizan copos de la quinua, soplos o harina en sus productos:

- [Finax](#) (una de las compañías líderes de cereales del norte de Europa)
- [Frebaco Kvarn](#) (productor de cereales para el desayuno),
- [Paulúns](#) (productor de cereales para desayuno y pan crujiente) y
- [Garbo Food](#) (empresa de panadería sin gluten).

En todos los canales minoristas existe una creciente disponibilidad de los productos con quinua como ingrediente, por ejemplo:

- [Friggs](#) cafeterías con chocolate y cereales (de Midsona).
- [Hälsans Kök](#) las comidas preparadas.

El principal minorista sueco ICA vende quinua bajo su marca privada 'ICA Gott Live'.

El amaranto (kiwicha) es importado y vendido por varias compañías, incluyendo Biofood, el minorista líder ICA, Midsona (Friggs palomitas de amaranto) y [Da Carla](#). Por lo general, el amaranto no se importa directamente del Perú, sino de los re-exportadores europeos.

Segmento de aperitivos y nueces comestibles

El segmento de mercado de las nueces comestibles y aperitivos cubre las nueces de Brasil y nueces de maíz (maíz cancha).

Los frutos secos de maíz no se consideran como un producto de 'superalimento', sino como un aperitivo. El consumo es muy pequeño, en comparación con las patatas fritas o cacahuetes. La marca líder de frutos secos de maíz (crujientes de maíz) es la marca sueca [Exotic Snacks](#).

Al contrario, las nueces de Brasil son consideradas como un "alimento sano" y muestran una tendencia al alza en el consumo. La mayoría de las nueces de Brasil son orgánicos certificados, ya que se obtienen de los bosques salvajes del Amazonas. Se venden a menudo en envases de consumo como una merienda saludable o como uno de los ingredientes de mezclas de tentempié de frutas y nueces secas.

Los importadores y proveedores líderes de las nueces de Brasil en Suecia son: [Garant Eko](#), [Sellton](#) y [Parrots](#). Grandes minoristas venden las nueces de Brasil bajo su marca privada como [ICA](#) (ICA GottLiv brand), [Coop](#) (Coop brand) y [Life](#) (Life brand). Existen unas marcas importadas de las nueces de Brasil en el mercado sueco como: [Den Lille Nöttefabrikken](#) (Noruega) y [Horizon](#) (los Países Bajos).

Tabla 4.2: Selección de las mayores marcas de superalimentos en el mercado sueco.

Marca	Producto	Ilustración de producto	Marca	Producto	Ilustración de producto
Superfruit Scandinavia	Curcuma polvo		Renée Voltaire	Lucuma polvo	
	Bayas de Inca secas			Maca polvo	
	Maca polvo			Chocolate bayas de Inca	
	Camu Camu polvo		Alive Foods	Maca polvo	
Great Earth	Lucuma polvo			Camu Camu extracto	
	Maca polvo			Bayas de Inca	
	Camu Camu polvo		Go for Life	Lucuma polvo	

Marca	Producto	Ilustración de producto
	Bayas de Inca	
Super-nature	Lucuma polvo	
Rawpowder	Camu Camu polvo	
	Curcuma	
Urtekram	Quinoa	
	Curcuma	
ICA Gott liv	Quinoa	

Marca	Producto	Ilustración de producto
	Jugo con camu camu como ingrediente	
	Amaranto	
	Smoothie de proteína con curcuma	
	Nueces de Brasil	
Risenta	Quinoa	
Saltå Kvarn	Quinoa harina	
Frebaco Kvarn	Quinoa muesli	
Biofood	Quinoa puffs	

Marca	Producto	Ilustración de producto
	Quinoa flour	
	Nueces de Brasil	
	Amaranto	
	Curcuma jugo	
Kung Markatta	Quinoa	
Friggs	Maca polvo	
Coop	Nueces de Brasil	

Marca	Producto	Ilustración de producto
Garant	Nueces de Brasil	
Life	Brazil nuts en mix	
Sellton	Nueces de Brasil	
Santa Maria	Curcuma	
Eldorado	Curcuma	
Mother Earth	Bayas de Inca	
	Maca polvo	

Marca	Producto	Ilustración de producto
	Sacha Inchi	
	Yacon syrup	

Marca	Producto	Ilustración de producto
	Yacon polvo	
Live Quinoa (Mini Ellada distributor)	Quinoa	

4.3. Rutas de acceso

El flete marítimo, aunque lleva 33-35 días en promedio, es el método de transporte más común para la importación directa de superalimentos del Perú. Como los volúmenes de importación para la mayoría de los superalimentos son pequeños, Los contenedores a carga completa (FCL) no es el servicio de transporte muy utilizado. En cambio, los importadores utilizarían Los contenedores con carga parcial (LCL) para la importación directa del Perú (también en lugar de hacer uso de la carga aérea, ya que se considera demasiado cara). Gotemburgo es el principal puerto marítimo de Suecia y hay frecuentes líneas directas entre Callao-Gotemburgo.

4.4. Aproximados costos logísticos

Las compañías suecas que importan directamente del Perú en su mayoría importan FOB y algunas veces ExWorks.

FOB de flete marítimo de Callao, de Perú a Gothenburg, Suecia se reduce a US\$1800 - 1820 (contenedor de carga útil de 24t/20 pies). Los principales costos adicionales son los siguientes:

- Costos del agente en Suecia: US\$90
- Guía de carga: US\$65
- VGM pesaje de contenedores (Masa bruta Verificada): US\$50
- Costos del puerto en Suecia: €540 (US\$600)

Los proveedores peruanos también pueden exportar sus productos de superalimentos por transporte aéreo. De Lima, Perú a Gotemburgo, Suecia costará alrededor de € 610 (US \$ 678) para una paleta de 100KG.

4.5. Agencias líderes de envío

Los importadores suecos utilizan diferentes agencias de transporte para las importaciones procedentes de los países sudamericanos. Por lo general, el costo de transporte del Perú es más caro en comparación con los países al este de América del Sur, porque las agencias de envío tienen que pagar una tarifa para viajar a

través del Canal Panamá. Algunos importadores recomiendan las agencias de los países del Benelux o Suecia y Dinamarca. Las compañías de transporte marítimo que utilizan los importadores suecos son:

- [DHL Global Forwarding](#) – es capaz de enviar pequeñas cantidades de bienes como un contenedor o menos directamente a la dirección de los compradores suecos. En el lado negativo, esto aumenta mucho los costos de importación.
- [DSV Global Transport and Logistic](#) – Empresa danesa que ofrece servicios de transporte en todo el mundo por carretera, aire, mar y tren. DSV está involucrado tanto en el transporte marítimo desde Perú, como también en el comercio intraeuropeo de los productos superalimentos de grandes puertos (Rotterdam, Hamburgo y Felixstowe).
- [UPS](#) (United Parcel Service) – uno de los proveedores líderes del mundo. UPS está utilizado por su habilidad de transportar pequeñas cantidades.
- [Maersk Line](#) – la división global de contenedores del A.P. Moller - Maersk Group, la compañía danesa. Es la mayor empresa de transporte de contenedores del mundo.
- [Sweden Transport & Logistic Shipping AB](#) –compañía que trabaja principalmente como Agentes marítimos y de línea. Ellos trabajan como agentes de Ro-Ro, breakbulk, para varios tamaños y sectores de contenedores, y también en los corredores de buques.
- [DB Schenker](#) –división logística de Deutsche Bahn AG. Aunque Schenker es un gran promotor de la carga del océano, es usualmente utilizada por los importadores suecos para el transporte por carretera de mercancías importadas de los Países Bajos o Alemania.

4.6. Canales de comercialización

Hay dos canales principales de comercialización para los superalimentos en Suecia: principales cadenas minoristas y los minoristas especializados. La participación de los 'superalimentos' enumerados en el mercado se difiere por producto. En total, aproximadamente la mitad de las ventas pasan por los principales supermercados y la mitad a través de tiendas especializadas. Sin embargo, el comercio de productos superalimentos en polvo y secos (maca, lúcuma, camu camu, bayas de Inca) es mucho mayor a través de las tiendas especializadas y es alrededor del 70% de las ventas totales.

4.6.1. Principales cadenas minoristas (el 50% cuota del mercado)

El sector sueco de venta al por menor de alimentos está muy concentrado y en 2015 las ventas minoristas totales fueron de US\$28 billones (SEK 247.9 billones). Cuatro grupos de comercio, con actividades integradas de comercio minorista y mayorista, dominan el mercado:

- ICA (alrededor del 50% del mercado)
- Coop (20%)
- Axfood (16%) y
- Bergendahls (7%).

Estos cuatro grupos representan el 94% del mercado minorista de alimentos, con el saldo restante para Lidl (4%) y Netto (2%). Todos estos grupos coordinan sus actividades de compra y otras actividades con grupos minoristas en otros países escandinavos o europeos.

En los últimos años, se han establecido dos extranjeras cadenas de descuento en Suecia: Lidl de Alemania y Netto de Dinamarca. A pesar de que estas cadenas han construido su propio sistema de abastecimiento en Suecia, todas las importaciones se coordinan en su sede. Su cuota de mercado combinada es actualmente del 6%, pero se espera que aumente sustancialmente en los próximos años.

En cuanto a las ventas de productos superalimentos, las partes más grandes se venden en las siguientes tiendas:

- ICA -La cadena minorista más grande con una facturación anual de US\$14.6 billones y más de 1.350 tiendas en Suecia. Los productos de superalimentos se pueden encontrar en las tiendas ICA en estanterías dedicadas a alimentos orgánicos, saludables y étnicos y en estantes que venden nueces comestibles y frutas secas. Quinoa y amaranto se venden junto con otros granos y semillas (como el arroz). Las ventas de productos en polvo (maca, lúcumá y camu camu) son muy raras en supermercados y en tiendas más pequeñas. En 2008, ICA comenzó a vender productos orgánicos bajo una marca propia llamada 'I Love ECO'. Algunos productos de la nuez y la quinoa se pueden encontrar bajo otra marca propia "ICA Gott vivo". ICA tiene cuatro tipos de tiendas:
 - ICA Nära (el 14.9% de las ventas totales de ICA) — las tiendas adecuadas para las necesidades diarias al por menor.
 - ICA Supermarket (el 30.5% de las ventas totales de ICA) — Supermercados de tamaño medio, ubicados cerca de donde residen o trabajan los clientes, llevando una amplia gama de productos.
 - ICA Kvantum (el 24.2% de las ventas totales de ICA) — Supermercados para grandes compras planificadas. Grandes espacios asignados para el tráfico y el estacionamiento. Normalmente ubicado fuera de las ciudades.
 - MAXI ICA Stormarknad (el 30.4%) — Hipermercados con una gama completa de comestibles, modas, electrodomésticos, entretenimiento y electrónica.
- Coop -La segunda cadena minorista más grande con cerca de 800 tiendas. Tiene la mayor cuota de mercado de los productos orgánicos (alrededor del 7% o US\$5,7 billones). Los productos orgánicos de la marca Coop 'Änglamark' se distribuyen en el mercado sueco durante 20 años y se consideran la marca más importante para los productos orgánicos en Suecia. Todas las tiendas de alimentos de Coop tienen la certificación KRAV con respecto a los alimentos orgánicos. Coop tiene 6 tipos de las tiendas:
 - Coop Forum (el 35.8% de las ventas totales de Coop) - hipermercados que ofrecen una amplia gama de opciones ecológicas y orgánicas.
 - Coop Konsum (el 30.2% de las ventas totales de Coop) - supermercados que están dentro de la cadena la unidad más especializada en la comercialización y promoción de productos ecológicos. Ofrecen frutas y verduras frescas regularmente, incluyendo physalis y de veces cherimoya.
 - Extra (el 18.6% de las ventas totales de Coop) – las tiendas de conveniencia con los precios más bajos. La oferta de los superalimentos es baja.
 - Nära (el 6% de las ventas totales de Coop) – las tiendas de conveniencia con apertura más larga.
 - Coop (el 5.6% de las ventas totales de Coop) – las tiendas más grandes que venden alimentos y artículos no alimentarios.
 - Stora – las grandes tiendas con una amplia selección de productos para el hogar, los niños y la familia.
- Axfood – La cadena con más de 230 tiendas y la facturación de US\$4.6 billones en 2015. Axfood tiene una cuota de mercado del 2,6% de los productos orgánicos. Las marcas propias relevantes de Axfood son Garant, Garant Ekologiska varor (productos orgánicos), Eldorado (marca de descuento de alimentos) y Aware (productos de comercio justo). Axfood tiene dos tipos de tiendas:
 - Willys (el 65% de las ventas totales de Axfood) – supermercados que todos tienen el mismo surtido (pero en diferentes volúmenes).
 - Hemköp (el 35% de las ventas totales de Axfood) – en comparación con Willys, las tiendas de Hemköp son de lujo más alto. Los surtidos varían, ya que el 18,1% de las tiendas son franquicias.
- Bergendahls - Un minorista y mayorista con sede en el sur de Suecia. Cuenta con alrededor de 150 tiendas propias y afiliadas. Su cuota de mercado en el país es del 7,3%, pero en el sur de Suecia la cuota es sustancialmente superior, más del 20%. La principal actividad comercial comprende la

cadena CityGross. CityGross está vendiendo varios tipos de superalimentos, incluyendo algunos polvos del superalimento.

4.6.2. Tiendas especializadas (el 50% de total de ventas seleccionadas de superalimentos)

Las tiendas especializadas que venden alimentos orgánicos y funcionales desempeñan un papel clave para los productos de superalimentos. Algunos productos específicos, como el jarabe de yacón, sachá inchi aceite o maíz morado, se venden sólo en este canal de venta.

Dos tiendas especializadas líderes en Suecia son Life y Hälsokraft:

- [Life](#) - suplementos alimenticios especializados y la cadena de tiendas de alimentos saludables de Suecia. Comenzaron en 2007 por Life Europe AB y tienen 440 tiendas en Suecia, Noruega y Finlandia. Venden muchas marcas. La marca más común de los productos peruanos son Superfruit Scandinavia, Great Earth y Life (su propia marca para las nueces). Life es también activa en el comercio minorista en línea. Por lo general, Life no importa materiales a granel, sino productos de marca y envasados. La tienda tiene un proceso de selección rigurosa para los productos. Los fabricantes de contrato de Life son responsables de la adquisición de los ingredientes y sustancias para la marca propia de Life.
- [Hälsokraft](#) - La cadena minorista sueca que vende productos sanitarios con 70 tiendas en Suecia. Hälsokraft está vendiendo muchos productos orgánicos y superalimentos envasados, así como productos cosméticos naturales y orgánicos. Al igual que Life, las marcas más comunes y relevantes para los proveedores peruanos son Great Earth y Superfruit Scandinavia.
- Las tiendas en línea más grandes con la farmacia, los suplementos alimenticios y la comida sana son [Apotea.se](#) y [Clear Life](#).



4.7. Fijación de los precios

Los precios de los productos de superalimentos importados directamente a Suecia son más o menos los mismos que en los otros países de la UE. Sin embargo, la mayoría de los importadores importan los productos peruanos a través de los proveedores europeos (re-exportadores) que añaden márgenes. Por lo tanto, el precio general de importación, independientemente del país exportador, es mayor. Esta situación influye en los precios al por menor de los productos de superalimentos. En general, los productos son más caros que en los otros países europeos. Además, hay sólo unas pocas empresas interesadas en importar un contenedor lleno (principalmente quinua). La importación de las cantidades más pequeñas también añade márgenes e incrementa el precio de la importación.

4.7.1. Estructura de pago

Las importaciones directas del Perú a Suecia se compran usualmente en condiciones de FOB. Algunas veces, se utilizan los términos de ExWorks. Los importadores suecos rara vez trabajan en condiciones CIF.

La mayoría de las empresas suecas aceptan pago por adelantado al comenzar a trabajar con los nuevos importadores. Después de unas entregas suelen cambiar a pagar por las mercancías cuando se entregan. Cuando se establece la confianza, muchas empresas piden retraso en el pago de hasta 30 días. Sin embargo, algunas empresas utilizan siempre la misma estructura de pago del 50% pago por adelantado y el pago del 50% después de la entrega.

4.7.2. Evolución de los precios

Evolución de los precios son diferentes para cada producto. El balance oferta/demanda puede ser un importante motor de esta evolución. En los años en que algunos cultivos son bajos, los precios de cosechados suben. Esto es muy relevante para las nueces y fruta fresca. Para la mayoría de los productos en polvo o grano precios son relativamente estables, pero hay excepciones.

Por ejemplo, los precios mundiales de quinua aumentaron considerablemente en 2012-2014 (de USD 3,2 en 2012, a 6,2 dólares por kg en 2014) y luego cayeron bruscamente en 2015. La situación similar fue con maca; los precios alcanzaron su punto máximo en 2015 (de 7-8 US \$ a más de 40US \$ por kg). Los precios se han estabilizado en 2016, pero se mantienen en un nivel más alto (de alrededor de 10 US \$) que antes. Esto sucedió porque los compradores chinos comenzaron a comprar grandes volúmenes de raíces de maca fresca del Perú con la intención de iniciar la producción de maca en China.

La tabla siguiente muestra:

- los precios FOB y los precios al por menor de los superalimentos más importantes del Perú
- Ejemplos de los precios por producto y por la cadena minorista.

Tabla 4.3: Importación y los precios minoristas de productos superalimentos en Suecia.


Product	Range of FOB price in Sweden (USD/kg)	Retail price (USD/kg)
Quinoa	3 – 4	93-190
Maca	2016: Around 10 2015: Around 20 2014: 7-8	2016: 55-125
Camu Camu	40-60	150-200
Lucuma	14-16	55-85
Amaranth	2-3	7-10
Incan berries	Around 15	460-80
Yacon syrup		Around 75

Fuente: Globally Cool.

Tabla 4.4: Ejemplos de precios de productos superalimentos en el mercado sueco, por cadena minorista (especializada y popular) (precios para maíz cancha, maíz gigante, maíz morado, sacha inchi y yacón no están disponibles)

Producto	Especializado	Especializado	Producto	Popular	Specialized
Aguaymanto			Quinoa		
	Life, 160 grams, US\$10,95	Apotea, 150 grams, US\$ 12,17		ICA, 500 grams, US\$ 5,36	
Algarrobo			Nueces de Brasil		
	Halso Kraft, 150 grams, US\$2,43	Apotea, 290 grams, US\$ 15,48		ICA, 175 grams, US\$3,98	Halso Kraft, 250 grams, US\$7,63

Camu camu			Curcuma		
	Halso Kraft, 100 grams, US\$18,69	Apotea, 100 grams, US\$18,69		Willys (Axfood), 100 grams, US\$1,21	Apotea, 40 grams, US\$3,10
Lucuma			Chirimoya		
	Halso Kraft, 125 grams, US\$9,18	Apotea, 300 grams, US\$16,48		Hemkop, 1 piece, US\$1,65	

Maca			Kiwicha		
	Life, 200 grams, US\$24,22	Apotea, 150 grams, US\$13,16		Willys, 500 grams, US\$3,31	Halso Kraft, 500 grams, US\$4,31

5. Análisis de la demanda

5.1. Perfil del consumidor

Consumidores de los productos de superalimentos en Suecia se pueden dividir en las 3 categorías principales: compradores comunes, la gente que compra 'comida sana' y los que buscan la cura.

- **'Compradores comunes'** son mayormente las mujeres que empiezan a comprar en el momento que los productos entran el mayorista, como en el caso de **quinua** y **semillas de chía**. Su motivación de la compra es más emocional que lógica.
- **'Los consumidores de alimentos saludables'** están muy bien informados, los consumidores masculinos y femeninos conscientes de la compra. Su motivación de compra es impulsado de manera más **lógica**. Este grupo de consumidores incluyen atletismos, los practicantes de yoga y los consumidores de la dieta especial. Ellos leen cuidadosamente las etiquetas de los productos y son muy curiosos para averiguar la información sobre el origen del producto, contenido de nutrientes y la descripción de la calidad de producto. En esta categoría se compra la mayoría de **los productos superalimentos en polvo** tales como la lúcuma, la maca y camu camu. También son los primeros consumidores a probar nuevos alimentos, como **el jugo de maíz morado, polvo de algarrobo, zumo de chirimoya o polvo de sacha inchi**.
- **'Buscadores de la cura'** son personas que sufren de cualquier tipo de enfermedades. Este grupo es bastante pequeño y no regular. Incluye pacientes de muchas enfermedades degenerativas que siguen dietas especiales con el objetivo de curar a sí mismos. También hay personas **mayores** que utilizan superalimentos como la prevención contra las enfermedades.

El principal grupo objetivo para los productos alimenticios peruanos debe ser "la gente que compra comida sana" (HFP). Este grupo de consumidores da prioridad a la salud, al bienestar animal y a la naturaleza.

Seis de cada diez consumidores de HFP están interesados en la ecología y en un estilo de vida más respetuoso del medio ambiente. Esto es doble en comparación con la población sueca total (tres de cada diez). Lo que une a los consumidores de HFP es un gran interés en la salud y la sostenibilidad. Cuando se trata de datos sociodemográficos, los HFP típicos son mujeres entre 35 y 60 años de edad, que viven en una ciudad grande (o universitaria). A menudo tienen un ingreso por encima del promedio. Lo que más los distingue es el hecho de que tienen un nivel de educación claramente superior al de los suecos en general.

5.2. Análisis de tendencias

Los productos de superalimentos están disponibles cada vez más en nuevos canales de venta, como alimentos crudos y barras de ensaladas. Además, tiendas especializadas que mezclan ofertas de restaurantes y ventas de estanterías (**Urban Deli**) y gimnasios (donde se venden junto con polvos de proteína) se convierten en puntos de venta más comunes. Por último, los terapeutas de medicina alternativa usan cada vez más los superalimentos.

En general, la demanda de productos superalimentos está aumentando en el mercado sueco. Parece que los consumidores suecos están más dispuestos a probar nuevos productos de los Estados Unidos. Según los importadores suecos, los consumidores son más curiosos en comparación con otros países nórdicos. La importación está aumentando, especialmente debido al aumento de la demanda de quinua, cacao crudo y

semillas de chía. Sin embargo, no todos los productos muestran la misma tendencia. Alrededor de 2005-2006, cuando comenzó la tendencia de superalimentos, los productos más populares eran el cacao, el goji y la maca. Debido a la mala publicidad, la popularidad de goji ha disminuido y sigue siendo baja.

Por el momento, productos con alta potencial de venta en Suecia son el cacao crudo en todas las formas posibles (en polvo, plumillas, mantequilla, etc.), las semillas de chía, la maca, chaga, roseroot (rhodiola rosea), guaraná, extractos de hongos, aceite de coco, agua de coco, polvos verdes (tales como espirulina y chlorella), todos tipos de frutos secos, bebidas de kombucha y muchos productos orgánicos de cosmética. Hay una gran demanda de productos que mejoran la digestión y el metabolismo y por lo tanto contribuyen a perder peso.

Desde el punto de vista de las tendencias, los productos de superalimento se pueden dividir en 4 categorías:

- A – Los productos con demanda creciente con el tiempo, donde se espera que la demanda tiene un crecimiento natural sin esfuerzos adicionales de proveedores peruanos.
- B – Los productos con una demanda estable y sin signos de aumento en un futuro próximo, pero con potencial de crecimiento basado en las actividades de marketing y publicidad.
- C – Los productos con la disminución de la demanda. Se necesitan grandes campañas de marketing y publicidad para estabilizar las ventas.
- D – Los productos desconocidos que no se venden en Suecia.

5.2.1. El grupo A de productos

- Las ventas de quinua en Suecia están aumentando. La quinua apareció hace varios años como un producto especial, primero vendido en tiendas especializadas, pero ahora tiene una amplia disponibilidad en el principal comercio minorista. Los principales proveedores de superalimentos predicen continuo aumento de las importaciones de quinua en Suecia y piensan que la quinua peruana tiene mejor calidad que la quinua producida en el país. También, hay un interés creciente en quinua utilizado como el ingrediente, tal como en aperitivos crujientes y los productos de panadería sin gluten.
- Las ventas de maca son estables por el momento, es de moda y los minoristas están pronosticando el aumento de las ventas. La maca es un producto que tiene un precio muy sujeto a fluctuaciones y en 2015 el consumo de maca disminuyó significativamente debido a los precios muy altos. La maca es el ingrediente favorito en 'sex productos' y varios productores suecos de suplementos alimenticios utilizan la maca en sus productos. También, la maca ha comenzado a utilizarse como uno de los ingredientes favoritos en muslies orgánicos, galletas, barras de chocolate y batidos mezclados en polvo. La maca negra tiene un potencial de crecimiento muy alto y lo mismo pasa con la maca gelatinizada.
- Las ventas de nueces de Brasil han obtenido buenos resultados y ya se ofrecen en las marcas propias de las principales cadenas minoristas. Esto está en línea con la tendencia de que los frutos secos se conviertan en parte de una dieta sana de merienda. Nuevos productos lanzados son las nueces de Brasil recubiertos de chocolate crudo.
- Cúrcuma es el producto más popular, vendido en varias formas. Aunque la oferta de cúrcuma es bastante diversa, la que se vende en Suecia proviene de la India y Sri Lanka. Cúrcuma se vende como una fresca raíz orgánica, el suplemento de comida y como el jugo 100%.

5.2.2. El grupo B de productos

- Las ventas de amaranto son pequeñas en comparación con quinua. Parece que los consumidores suecos prefieren los productos sustitutivos. Además, el amaranto como ingrediente basado de cereales dulces ha vuelto muy popular.

- El camu camu tiene ventas pequeñas pero estables. Parece que en el largo plazo camu camu podría perder cuota de mercado debido a la alta competencia de otros productos de vitamina C (como amla). Si las propuestas de venta de camu camu no se centrara sólo en vitamina C, esto podría ofrecer mejores ventas.
- La lúcuma tiene ventas pequeñas pero estables. El consumo de lúcuma probablemente aumentará en los productos de chocolate crudo. Los importadores y procesadores ven el producto como un ingrediente en los productos de chocolate, ya que se combina bien con el cacao. Por lo tanto, lúcuma forma parte de los kits caseros de "chocolate crudo". Estos productos contienen caja con varios productos en el interior, como el cacao crudo, aceite de lúcuma y coco y la receta con la instrucción de cómo hacer el chocolate en casa.
- Maíz cancha (corn nut) tiene unas ventas estables en aperitivos salados, pero no se percibe como un producto de superalimento.
- Las bayas de Inca tienen una venta pequeña. Los precios actuales son muy altos, lo que lleva a una disminución del consumo. Son menos populares que las bayas de goji. Se encuentra como ingrediente en las mezclas secas de "frutas rojas". También, el chocolate crudo orgánico las bayas de Inca seca han aparecido en el mercado sueco últimamente.

5.2.3. El grupo C de productos

- Las ventas del yacón son muy bajas en Suecia. No es popular y suministrado regularmente. La competencia del jarabe de arce y de diferentes tipos de mieles orgánicas es muy difícil para el jarabe de yacón. Las formas en polvo de yacón sólo se pueden encontrar en la venta minoristas en línea: [Natessen](#) (directamente importado del Perú) y [Supervaruhuset](#) (importado del RU).
- La venta de aceite de Sacha Inchi es pequeña. Se comercializa como un producto cosmético más y no tanto como el aceite comestible. El producto no es bien conocido en Suecia y otros tipos de productos cosméticos (como el aceite de argán) muestran una mayor popularidad y mejores ventas. La forma en polvo de sachá inchi se encuentra en la oferta en línea de Natessen.
- El maíz morado tiene una disponibilidad muy limitada en Suecia. El producto no es muy famoso y no está bien anunciado así que los consumidores no saben cómo usarlo y por qué es beneficioso para la salud.
- La chirimoya es un producto desconocido y no se importa con frecuencia.

5.2.4. El grupo D de productos

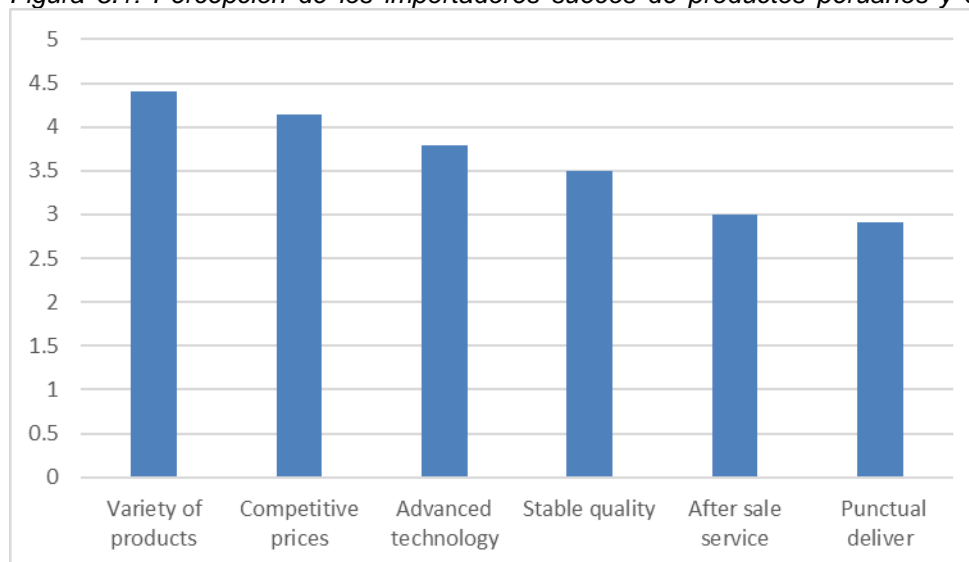
- Maíz gigante no se vende en el mercado sueco y no es muy conocido.
- El polvo de Algarrobo generalmente no se vende en el mercado sueco ya que se considera un alimento nuevo. Sin embargo, es posible ver la oferta de Algarrobo en línea de Natassen.
- El jugo de maíz morado no se vende en las tiendas en el mercado sueco. Sin embargo, se puede encontrar en la oferta en línea de Supervaruhuset.
- El jugo de Cherimoya no se vende en el mercado sueco. Sin embargo, tiene un buen potencial de venta y se puede encontrar en el mercado como el jugo de graviolla.

5.3. Percepción de los productos peruanos

Comúnmente, los consumidores no suelen ser conscientes de los orígenes del producto. Por ejemplo, el origen de la quinua más comercializada del producto peruano es menos conocida que la maca o las bayas de Inca. Esto se debe al hecho de que la maca se comercializa con frecuencia como maca peruana y las bayas de Inca implican el origen por el nombre del producto. En conclusión, los consumidores sólo conocerán el origen del producto cuando se comercialice y se comunique activamente.

En cuanto a los importadores suecos, la percepción general de los productos peruanos es positiva. Generalmente, los importadores y los comerciantes tienen una opinión muy positiva sobre la variedad de los productos. Sólo en algunos casos se mencionaron problemas con la calidad de los productos peruanos. En esos casos, se trataba de la presencia de residuos de plaguicidas en productos orgánicos y la presencia de metales pesados.

Figura 5.1: Percepción de los importadores suecos de productos peruanos y servicios, 5 = muy positivo

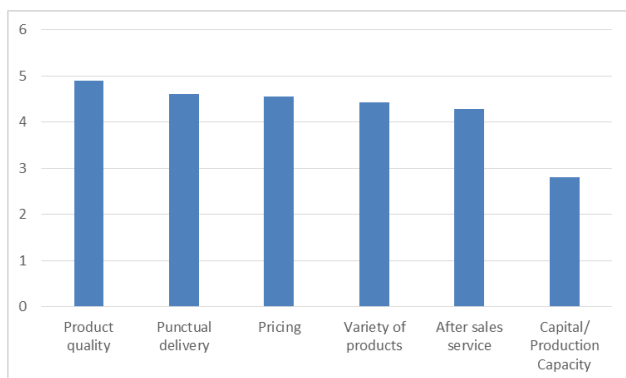


Algunos aspectos destacados:

- A los importadores suecos les gustaría importar más productos del Perú. Los productos buscados incluyen productos de valor añadido que están cubiertos por el presente informe, como hojuelas de quinua y bocanadas, polvos gelatinizados (lúcuma, quinua), maca negra en polvo y productos ya empacados en el Perú, en colaboración con el importador. Y otros productos como: productos del cacao crudo (polvo, plumillas, mantequilla), las semillas de chía, polvo de cáñamo, el plátano seco en polvo, el jugo de cactus. También, varios importadores expresaron su deseo de convertirse en el primero en introducir un producto peruano hasta ahora desconocido en el mercado sueco, indicando la importancia de la novedad.
- La entrega puntual y la comunicación en general de los proveedores peruanos son insuficientes. Las entregas tardan a menudo y lo mismo pasa con la comunicación, incluso en los casos de urgencia. También, carece el conocimiento de inglés.

La calidad del producto es la más importante para los importadores de alimentos suecos en la selección de los proveedores extranjeros, seguida de la entrega puntual. Esto confirma que la entrega puntual es uno de los puntos clave para la mejora. Otros factores importantes y su relativa calificación se muestran en la siguiente figura.

Figura 5.2: Criterios de la selección de los importadores suecos por nuevos proveedores, 5=muy importante



Fuente: Globally Cool

6. Requisitos del acceso al mercado

6.1. Las medidas arancelarias

La mayoría de los productos de superalimentos pueden entrar libres de impuestos en Suecia. En junio de 2012 la UE firmó un amplio Acuerdo de Comercio con Colombia y Perú. El acuerdo se aplica provisionalmente con el Perú desde el 1 de marzo de 2013. Con el fin de tener un estatus preferencial para los productos de superalimentos, los exportadores peruanos deben obtener un certificado de origen (EUR 1) como la prueba oficial de que el producto exportado es de origen peruano.

6.2. Regulaciones

Para garantizar la seguridad alimentaria y la calidad de los productos alimenticios, la industria de procesamiento de alimentos y los proveedores minoristas deben cumplir con los requisitos legales. Como Suecia es el miembro de la UE, los requisitos legales están armonizados y de acuerdo con los requisitos legales de la UE.

De acuerdo con el Sistema de Alerta Rápida para Alimentos y Piensos de la UE, en el 2015-2016 hubo pocos casos en que los productos de superalimentos del origen peruano no cumplieron con los requisitos europeos: la presencia de salmonela en la cúrcuma, el uso de los nuevos ingredientes alimentarios no autorizados en quinua y las semillas de chía, el nuevo alimento no autorizado en hojas secas de stevia y la presencia de pesticidas en la maca orgánica.

Los siguientes requisitos se aplican al comercio de superalimentos en Suecia.

6.2.1. General seguridad alimentaria

Todos los productos de superalimentos vendidos en Suecia deben ser seguros. La ley subyacente para el aseguramiento de la inocuidad de los alimentos en Suecia es la [Legislación alimentaria general](#) de la UE. La [Ley de alimentos](#) (adoptada por el Parlamento sueco) complementa los reglamentos de la UE. También, designa a las autoridades responsables del control de los alimentos y contiene las disposiciones sobre las sanciones y apelaciones. Según la Ley de inocuidad de los alimentos, todos los procesadores (incluyendo los envasadores, los minoristas y el sector del servicio alimentario) en Suecia deben seguir los principios del Análisis de riesgos y los puntos de control críticos (HACCP) para garantizar la seguridad de los productos.

La [Agencia Nacional de Alimentos](#) (NFA) es responsable a nivel nacional, las Junta Administrativas del Condados (los CABs) a nivel regional y los Comités de Ambiente y Protección de la Salud municipales a nivel local.

- **NFA**
 - ofrece asesoramiento a los órganos de control regionales y locales
 - inspecciona los mataderos, los establecimientos de despique, los lácteos, los establecimientos productores de huevos, los establecimientos controlados por las exportaciones y otros establecimientos muy grandes de producción de alimentos (aproximadamente 650 en total)
 - organiza el control de residuos de plaguicidas y medicamentos veterinarios en diversos alimentos y es el Punto de Contacto RASFF.
 - es responsable del control de las importaciones en los Puestos de Inspección Fronterizos y tiene la responsabilidad general del control de las exportaciones
- **(CABs)**

- 21 consejo responsable de coordinar el control de alimentos a nivel regional y los controles de alimentos en la producción primaria
- **290 Comités de Ambiente y Protección de la Salud municipales** lleva a cabo el control de los alimentos en todos los establecimientos de manipulación de alimentos, excepto los que estén bajo la supervisión de la NFA o de los CABs, incluyendo los establecimientos de producción alimentaria, los mayoristas, los minoristas, los establecimientos de restauración y las instalaciones sanitarias, en total en alrededor de 65000 establecimientos. Las empresas suecas de alimentos están pagando una cuota a los comités municipales por las inspecciones. Las tarifas anuales de inspección se calculan multiplicando la duración de la inspección por la tarifa por hora. Por ejemplo, 2 horas x SEK 1.000 = SEK 2.000 (US\$225) cuota de inspección anual. Las tasas se pagan anualmente, sin embargo, esto no significa necesariamente que el municipio realizará inspecciones cada año. La regulación específica que determina más específicamente los requisitos de inocuidad de los alimentos se basa en la siguiente legislación europea:
 - [Higiene de los productos alimenticios](#): define las condiciones de higiene requeridas por todos los actores de la cadena alimentaria.
 - [Regulación de los contaminantes](#): define el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios.
 - [Criterios microbiológicos para los productos alimenticios](#): define el control, toma de muestra y el nivel máximo de contaminantes microbiológicos en los alimentos.
 - [Regulación de límite máximo de residuos](#): define el nivel más alto de residuos de plaguicidas que se tolera legalmente dentro o en alimentos o piensos.
 - [La legislación de irradiación de alimentos](#)
 - [Regulación de la contaminación radiactiva](#) de los niveles máximos permitidos de productos alimenticios y los piensos tras un accidente nuclear o cualquier otro caso de emergencia radiológica.
 - [Legislación sobre la protección radiológica](#)

6.2.2. Las cuestiones prácticas

En la práctica, los importadores suecos requerirán resultados de las pruebas de laboratorio de los proveedores peruanos. Requisitos comunes son las pruebas de contaminantes microbiológicos, contenido de metales pesados, la prueba de que el producto está libre de OMG y los residuos de plaguicidas (más comunes para los productos orgánicos). Los casos especiales son:

- Periódicamente, se requieren las pruebas para la presencia de aflatoxina en las nueces de Brasil
- Para los productos con declaraciones de los valores nutricionales de sustancias específicas (por ejemplo, el contenido de vitamina C en el camu camu o el contenido de flavonoid en el cacao crudo) se pueden pedir pruebas de nutrientes específicos.

Los laboratorios que emiten resultados de las pruebas para los productores peruanos tienen que ser acreditados según la norma ISO / IEC 17025. El laboratorio más confiable en Suecia es el laboratorio finlandesa [Eurofins](#).

La mayoría de los alimentos importados a Suecia desde los países fuera de la UE no necesitan ser controlados en la frontera. Sin embargo, la Comisión de la UE ha introducido medidas de protección contra determinados alimentos del origen no animal. Los inspectores fronterizos de la Agencia Nacional de Alimentos realizan el control de la importación. La pre-notificación debe realizarse a través del sistema "Traces" basado en la web.

En el mercado sueco no se permiten determinados envíos, en los que se han encontrado anteriormente las trazas de plaguicidas por encima del permitido valor límite, sin la aprobación de la Agencia Nacional de Alimentos. Estos envíos figuran en la denominada "lista negra" y la Agencia Nacional de Alimentos debe ser notificada previamente, antes de ser vendidos.

Lo que es importante es que los productores deben saber que las pruebas se requieren para los productos finales y no para los ingredientes. Por ejemplo, los productos gelatinizados (maca o lúcuma) deben ser examinados después del proceso de gelatinización, no antes.

Un requisito muy importante del comprador es el nivel de la calidad de los productos. Cada envío tiene que estar en conformidad con las especificaciones del producto. Las especificaciones de los productos son diferentes para cada superalimento del Perú, pero comúnmente existen requisitos especiales con respecto a las siguientes cuestiones:

- El nivel de humedad - específica para cada producto (por ejemplo para quinua menos del 13%, para el amaranto menos del 12%, para las nueces de Brasil menos del 6%, para los productos en polvo por lo general menos del 10%)
- Pureza - por lo general máximo del 0,1% del nivel de impurezas
- Dimensionamiento: importante para los productos de granos y frutos secos
- Requisitos organolépticos como el color, aroma, sabor
- Porcentaje máximo de granos rotos o nueces o porcentaje de fruta no completamente seca
- Nivel del rancidez
- Presencia de saponine (usualmente por quinua y amaranto)
- Densidad de aceite de productos de aceite
- Nivel mínimo de las específicas sustancias químicas (por ejemplo, min 95% de curcumina en la cúrcuma en polvo)

6.2.3. Etiquetado

La normativa sueca de etiquetado está en línea con la [Legislación de etiquetado de la UE](#). La nueva legislación sobre el etiquetado prohíbe engañar al consumidor. Por otra parte, no se puede poner que algún alimento es de prevención, tratamiento o curación de una enfermedad humana. Otro punto importante es el etiquetado de alérgenos, donde los alérgenos tienen que ser resaltados en la lista de ingredientes. La lista de alérgenos incluye las nueces de Brasil.

Los productos deben ser reconocibles por los consumidores. Los textos de las etiquetas deben ser claros a los consumidores de qué producto está en cuestión.

El etiquetado debe ser escrito en sueco.

El etiquetado de un complemento alimenticio también indicará los nutrientes característicos del producto, la dosis recomendada para consumo diario y las siguientes advertencias:

- La dosis diaria recomendada no debe excederse.
- El complemento alimenticio no deberá utilizarse como sustituto de una dieta variada.
- El producto debe almacenarse fuera del alcance de los niños pequeños.

Algunas veces es difícil clasificar si el producto es el medicamento o alimento. La [Agencia de Productos Médicos](#) en Suecia toma esta decisión. Se puede encontrar más información sobre la clasificación de los medicamentos en su página web. Una regla importante es que los suplementos alimenticios no son destinados de prevenir, tratar o curar enfermedades humanas. Si esto se afirma en el paquete o en la comercialización de un producto, entonces se clasificará como un medicamento.

El proveedor debe asegurarse de que las declaraciones de propiedades nutricionales y de salud en los textos de la etiqueta estén de acuerdo con la Legislación sobre reclamaciones de salud. No está prohibido usar el término de superalimentos cuando comercialice un producto.

Las vitaminas y los minerales y sus formas que se pueden añadir a los complementos alimenticios se enumeran en el anexo I y II de [Regulación europea de vitaminas y minerales](#). No hay regulaciones

nacionales suecas sobre las cantidades máximas. Sin embargo, el producto debe ser seguro cuando se consume de acuerdo con las instrucciones de uso. La Comisión Europea está preparando actualmente una propuesta de las cantidades máximas de vitaminas y minerales en los complementos alimenticios (y en los productos alimenticios fortificados).

Además, los productos para los que el contenido de vitaminas o minerales es extremadamente alto por dosis diaria se pueden clasificar como medicamentos por parte de la Agencia de Productos Médicos. Cada producto se clasifica por separado.

El anexo del Reglamento (EC) 953/2009 de la Comisión enumera los [compuestos permitidos](#), los cuales pueden ser utilizados como fuentes de vitaminas, minerales y otros nutrientes en la producción de productos para la alimentación especial (por ejemplo, productos dietéticos para deportistas, productos de control de peso).

El símbolo Keyhole fue establecido en Suecia en 1989 y ahora se ha convertido en una etiqueta nórdica común para los productos alimentarios más saludables en Dinamarca, Noruega y Suecia. Keyhole es una etiqueta de alimentos que identifica los productos más saludables dentro de un grupo de productos alimenticios. Los alimentos etiquetados con Keyhole contienen menos azúcar y sal, más fibra e integrales y más saludable o con menos grasa. El sistema Keyhole tiene un conjunto de criterios para 25 grupos de productos. La Agencia Nacional de Alimentos de Suecia ha registrado el Keyhole como marca y el sistema de etiquetado se aplica a través de un reglamento. El símbolo de Keyhole facilita y reduce el tiempo de encontrar los productos más saludables.

6.2.4. Regulación específica de producto

Varios productos de la lista sugerida de productos se utilizan en la forma de polvo concentrado, con lo que se consideran como los suplementos alimenticios en el mercado europeo y sueco. El proveedor es el responsable de que los productos están de conformidad con las regulaciones de alimentos válidos en Suecia.

- [Suplementos alimenticios](#) – En la práctica del comercio, teniendo en cuenta todos los requisitos de los complementos alimenticios deben ser cumplidos por las empresas en el mercado sueco. Esto significa que los exportadores peruanos de los productos de superalimentos no tendrán a tratar con las autoridades suecas directamente. Sin embargo, se les pedirá proporcionar toda la información necesaria a los importadores.
- [Alimentos para reducción de peso](#) - Productos para la reducción de peso incluyen productos sustitutivos de comida y los productos de la dieta muy bajos en calorías (450 y 800kcal diarias). Más se puede leer en el enlace proporcionado.

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) ha elaborado un conjunto de herramientas para la evaluación de la inocuidad de los productos botánicos. En primero es un [documento de orientación](#) sobre la evaluación de la inocuidad de los productos botánicos y en segundo un [compendio de plantas](#) que informa del contenido de las sustancias tóxicas, adictivas u otras sustancias de interés. El compendio no es exhaustivo y se actualizará continuamente. Los dos documentos tienen por objeto guiar a los operadores de alimentos en sus evaluaciones de seguridad y de apoyar a los inspectores de alimentos en su control.

6.3. Otras regulaciones

Regulación de los alimentos orgánicos y nuevos y los requisitos del comercio ético son específicamente relevantes para los productos de superalimentos mencionados del Perú.

Alimentos orgánicos

Para vender superalimentos como orgánicos en la UE, tienen que estar plantados de acuerdo con los métodos de la producción orgánica. Los métodos son definidos en la [Legislación europea](#). Las condiciones e

instalaciones del procesamiento deben ser verificadas por un certificador acreditado, antes de que los proveedores puedan poner el logotipo ecológico de la UE sobre los productos.

Alimentos nuevos

Los nuevos productos alimenticios, que no se utilizaron para el consumo humano en un grado significativo dentro de la UE antes de mayo de 1997, se conocen como los alimentos nuevos. La seguridad de los nuevos alimentos se evalúa antes de que se permitiera la introducción al mercado. La comercialización de un nuevo alimento está autorizada bajo una decisión común de todos los países de la UE.

Nuevos alimentos autorizados incluyen, por ejemplo, ciertos alimentos con los esteroides vegetales añadidos, los aceites de krill y aceites de algas que son ricos en ácidos grasos omega, las semillas de chía (*Salvia hispánica*), así como productos de frutas procesadas por medio del tratamiento de pasteurización a alta presión. La seguridad de estos alimentos ha sido evaluada y varios operadores han emitido autorización de un nuevo alimento para los mismos.

Ejemplos de los productos alimenticios y de sus ingredientes, los cuales han sido clasificados como nuevos alimentos, pero por falta de autorización puesta en el mercado bajo el Reglamento sobre nuevos alimentos son hojas de la planta Stevia (*Stevia rebaudiana*) y frambuesa Andino (*Rubus glaucus*). Sin embargo, el extracto de stevia y el jarabe de yacón se pueden vender.

No hay listas completas de nuevos alimentos o los productos autorizados. El estado del nuevo alimento se determina siempre en cooperación con los nuevos expertos en alimentos de la UE sobre la base de los conocimientos y materiales disponibles en la actualidad. Estas interpretaciones de nivel comunitario se publican en el [Catálogo de la comida nueva](#), mantenido por la Comisión Europea. Los proveedores peruanos que quieren introducir nuevos productos en el mercado sueco se aconsejan de consultar siempre a los importadores o la Agencia nacional de los alimenticios.

Un nuevo alimento puede tener acceso al mercado a través de los dos procedimientos diferentes. El procedimiento de solicitud se utiliza para nuevos alimentos introducidos por primera vez al mercado europeo de alimentos. La autorización de comercialización a continuación se concederá a petición del operador, que deberá contener la clarificación de la seguridad del producto de acuerdo con los criterios aprobados en la Comunidad. El procedimiento de notificación simplificada se puede utilizar para los productos que son sustancialmente equivalentes a alimentos previamente autorizados.

6.4. Certificación

6.4.1. Certificación orgánica

La certificación más común requerida por los importadores suecos es la certificación de productos orgánicos. La mayoría de los importadores suecos está siguiendo [KRAV esquema de logo ecológico](#), que tiene requisitos adicionales en comparación con el [esquema europea de logo ecológico](#). Casi todos los consumidores suecos - el 98% - están familiarizados con la marca registrada de KRAV. Esto puede compararse con un 55% de familiaridad con el logotipo ecológico Euro-leaf. Siete de cada diez suecos saben que KRAV tiene estándares más estrictos que la Euro-leaf. Sin embargo, recientemente algunos de los importadores de superalimentos han comenzado a seguir el sistema de certificación orgánica de la UE, ya que resulta más fácil de aplicarlo.

KRAV acepta que las normas aplicadas en otros países llevan al etiquetado KRAV, aunque puede haber ciertas diferencias entre las normas. Por lo tanto, los productos certificados según la normativa de la UE, pueden ser marcados con KRAV si cumplen con los requisitos adicionales. Esos requisitos adicionales incluyen políticas sobre responsabilidad social: no hay violación de los derechos humanos, ni trabajo forzado ni trabajo infantil y no hay organismos OMG. Existen requisitos particulares para la recolección de productos silvestres (como las nueces de Brasil):

- Los importadores deben asegurarse de que los recolectores independientes siempre vendan las bayas, plantas o los hongos que ellos mismos han recogido. Un intermediario entre agentes y recolectores está prohibido. Esto es especialmente importante para asegurar cuando se entregan grandes volúmenes de las bayas, plantas o los hongos.
- Los importadores deben asegurarse de que los recolectores independientes estén libres de vender a cualquier agente que deseen, y también que los derechos humanos básicos de los recolectores no sean violados. Todo aquel que vende las bayas, plantas o los hongos a un agente, debe ser pagado el mismo precio por kilo equivalente a la calidad. La discriminación, por ejemplo en relación con el pago, está prohibida.

Las normas establecidas por KRAV se pueden encontrar en [KRAV website](#) (sólo en sueco). Algunos de los importadores que siguen el esquema de certificación de KRAV que son relevantes para los productos de superalimentos peruanos son: Kung Markatta, Biofood, Axfood, Caldic, Frebaco Kvarn, ICA, Lantmännen Cerealia, North & South Fair Trade, Renée Voltaire, Salt Kvarn y Urtekram International.

6.4.2. Certificación de seguridad alimentaria

Los importadores suecos prefieren importar los productos de proveedores peruanos que tienen algún tipo de certificaciones de seguridad alimentaria. Algunos ejemplos de las independientes compañías internacionales de certificación acreditada, recomendadas por los importadores son [SGS](#), [CIS](#), [TÜV](#) o [Bureau Veritas](#). Sin embargo, por lo general los importadores suecos no insisten siempre en la certificación de seguridad alimentaria. Al contrario, se basan en los resultados de pruebas de laboratorio que necesitan ser acompañados con cada envío de mercancías. La certificación GlobalGap es una necesidad para la exportación de los productos frescos a Suecia.

6.4.3. Certificación de Comercio Justo

La mayoría de los importadores de superalimentos prefieren trabajar con las empresas que tienen la confirmación de la conducta ética en los negocios. Por lo general, los proveedores no están obligados a ser certificados oficialmente de comercio justo, pero tienen que proporcionar prueba suficiente de la Responsabilidad Social Corporativa. Los principales importadores suelen visitar los productores de los países proveedores con el fin de comprobar si los agricultores son pagados justo o si la empresa invierte en la mejora de la vida en las aldeas locales. La certificación KRAV incluye también la responsabilidad social oficial y los éticos requisitos comerciales.

6.4.4. Otras certificaciones

Para los productos que contienen el cacao, la certificación UTZ es cada vez más importante. Así que muchos importadores suecos están comprando sólo productos certificados de UTZ.

7. Actividades de promoción

7.1. Ferias

Hay varias ferias comerciales que las empresas suecas visitan comúnmente. Los proveedores peruanos pueden utilizarlos como la oportunidad para los contactos directos. Las ferias más interesantes para los proveedores peruanos para reuniones con los importadores suecos son los siguientes:

- [BIOFACH](#) (Febrero, Alemania) – la comida orgánica, mayor del mundo.
- [Productos orgánicos y naturales de Europa](#) (Abril, el RU) – alimentos naturales, cosmética y estilo de vida saludable.
- [Productos naturales de Escandinavia](#) (Octubre en Malmö, Suecia) – alimentos naturales, vitaminas, minerales, suplementos, alimentos saludables, productos naturales de belleza y alimentos orgánicos. Fuerte enfoque en los países nórdicos.
- [ANUGA](#) (Alemania, años irregulares, octubre) y [SIAL](#) (Francia, de años, octubre) – los dos más grandes e importantes ferias de alimentos y bebidas en Europa y en el mundo.
- [Logística de frutos](#) (Febrero, Alemania) – frutas y hortalizas frescas, el más grande del mundo. Incluidas también las frutas secas y vegetales.

7.2. Exposiciones

Además de las ferias ya mencionadas, hay una interesante exposición local para los proveedores peruanos:

- [Allt för Hälsan](#) (All for Health) – la exposición más grande de salud y bienestar en la región nórdica. Está orientada al consumidor, pero los expositores y los visitantes de los superalimentos están presentes regularmente.

7.3. Publicaciones especializadas

Las publicaciones especializadas, que promueven un estilo de vida saludable, son las siguientes:

- [MåBra](#) - La revista de estilo de vida saludable más grande de Suecia. Dieta saludable es la parte regular de la revista y varios productos dietéticos se anuncian en la misma.
- [Hälsa & Fitness](#) – Revista popular de salud y fitness. Incluye artículos sobre alimentos saludables.
- [Women's Health](#) – Relativamente nueva en Suecia, pero muy popular.

Las actividades promocionales de superalimentos son mucho más intensivas en línea, en comparación con la comida regular. Los bloggers especializados en alimentos saludables pueden ser influyentes en la promoción de los productos de superalimentos peruanos. Algunos de los blogs más populares y sus enlaces son:

- [List of healthy life style relevant blogs in Sweden](#)
- [Wellness and Training](#)
- [Female bloggers promoting healthy life style](#) (ver los nombres bajo blogger)

8.8. Contacto de interés

8.1. Instituciones

- [Cámaras de comercio de Suecia](#) – Esta organización se compone de once cámaras de comercio regionales, ubicadas en todo el país. Algunas de las cámaras regionales pueden proporcionar los datos de importación de las aduanas, pero este servicio se carga adicionalmente.
- [Open Trade Gate Sweden](#) – Pequeña organización que pertenece a la Junta Nacional de Comercio. Proporcionan respuestas sobre los requisitos regulatorios del mercado en Suecia, a nivel de producto. Además, organizan las capacitaciones sobre el mercado sueco y los asuntos específicos.
- [Agencia Nacional de Alimentos](#) – Organización más importante de la seguridad alimentaria en Suecia. Proporcionan una orientación sobre la regulación de los complementos alimenticios, así como el apoyo a la introducción de nuevos productos alimenticios en el mercado sueco (y de la UE).

8.2. Publicidad

- [Svensk Egenvård](#) – Asociación de los proveedores suecos de medicamentos a base de plantas, los remedios naturales, los suplementos alimenticios, los productos de pérdida de peso, la nutrición deportiva y PARNUTS. Informan a los consumidores, medios de comunicación, autoridades y funcionarios electos. La asociación además ofrece apoyo e información a los miembros. Pueden ser una organización relevante cuando se trata de asuntos regulatorios. Además, algunos miembros de la asociación usan los superalimentos peruanos como ingredientes.
- [Swedish Food Federation](#) – Esta federación (Livsmedelsföretagen) cuenta con aproximadamente 800 empresas como miembros, que representan todo tipo de empresas de la industria alimentaria: pequeñas empresas locales, así como las grandes empresas internacionales.

9. Conclusiones & Recomendaciones

A nivel estratégico, las conclusiones y recomendaciones sobre cómo ingresar al mercado sueco o finlandés son más o menos las mismas (ver más adelante). Teniendo en cuenta los detalles, hay algunas diferencias entre Suecia y Finlandia:

- Suecia es completamente dependiente de las importaciones, mientras que el mercado finlandés de quinua es suministrado en gran medida por la producción local.
- Las importaciones directas del Perú a Suecia son bastante pequeñas, pero en general más establecidas que en el caso de Finlandia. Esto puede ser el resultado de autosuficiencia de Finlandia para la quinua. Hay una excepción importante: las importaciones directas de maca de Finlandia son mucho más altas que las importaciones directas de maca de Suecia (3,617 en comparación con 2,047 kilogramos).
- Suecia es el re-exportador pequeño de los productos de superalimentos en primer lugar a los países vecinos, incluido Finlandia. Finlandia no(re)-exporta los productos de superalimentos.
- Los principales proveedores de superalimentos a Suecia y Finlandia se encuentran en los Países Bajos, Alemania y España. En el caso de Suecia, también Dinamarca desempeña un papel, mientras que el Reino Unido juega un papel en las importaciones finlandesas de superalimentos.

Hay diferentes áreas que pueden ser considerados y recomendados para la mejora de las exportaciones peruanas de los superalimentos en mercado sueco. En este resumen se darán sugerencias para las formas más efectivas de mejorar las exportaciones directas a Suecia.

- Importación directa de los productos seleccionados de Perú a Suecia es muy pequeña en comparación con las exportaciones peruanas a grandes países importadores directos, como los Países Bajos, Reino Unido o Alemania. La razón principal es que los importadores por lo general necesitan cantidades más pequeñas de modo que para ellos es menos complicado para importar desde re-exportadores europeos.
 - Esta situación puede ser resuelta por la exportación de lotes combinados donde varios productos pueden ser exportados a la vez en el contenedor pequeño. Algunos de los importadores suecos están dispuestos a considerar la organización del transporte de esta manera.
 - Otro camino para la solución de este problema es el uso de las agencias de envío como DHL o UPS que son capaces de transportar pequeñas cantidades al destino deseado.
 - La tercera manera es el desarrollo del interés por el lado de los importadores suecos a través del marketing más fuerte, las visitas directas y la organización de eventos bilaterales de búsqueda de socios comerciales.
- Muchos de los productos de la oferta peruana no están bien conocidos en el mercado sueco. Esta toma de conciencia de los productos y por lo tanto aumento en el consumo puede ser incrementado por la comercialización en línea más intensa, por el uso de los famosos bloggers y por las promociones genéricas en el punto de venta. Promociones en el punto de venta se pueden organizar en las tiendas especializadas.
- Varias formas de los productos mencionados deben ser autorizados como nuevos alimentos y todavía no ha permitido venderlos en el mercado sueco. Esto se puede resolver por la solicitud de autorización de un nuevo alimento.
- Varios productos pueden ser producidos como productos de valor añadido, como en embalajes de consumo, complementos alimenticios, extractos, gelatinizados o alimentos listos para comer. Este enfoque requiere una mayor inversión en tecnología y la cooperación más directa con los importadores y procesadores suecos. Esto puede ser impulsado por la organización de eventos de búsqueda de socios comerciales en Suecia (o en Perú).
- La producción ética es importante para los principales importadores de superalimentos. Por lo tanto, la prueba del comercio ético y la coincidencia directa con los productores y las organizaciones de

productores mejorará la forma de abastecimiento directo del Perú. Como la política ética ya está incluida en la certificación orgánica de KRAV, se recomienda a los productores peruanos cumplir con la demanda de certificación de KRAV para tener una penetración más fácil en el mercado sueco.

- Superalimento es un producto bastante caro en la vista de los consumidores finales. Por lo tanto, las ofertas peruanas tienen que estar en línea con los precios del mercado sueco. Los compradores suecos están dispuestos a importar directamente del Perú si ven la diferencia del precio real en comparación con las importaciones procedentes de los re-exportadores europeos. Algunos importadores suecos informaron que la oferta de precios de los proveedores peruanos era la misma que la oferta de precios de los re-exportadores holandeses.
- Mejora de la comunicación es de la importancia clave. Los proveedores peruanos rara vez se acercan a las empresas suecas. Es más común que los importadores suecos encuentran los proveedores peruanos que a la inversa. Las empresas peruanas pueden ser entrenadas para mejorar su potencial de venta y para comprender la importancia de las entregas a tiempo y una comunicación frecuente.

10. Fuentes

- [Agenturföretagen](#) – Asociación sueca de los agentes comerciales.
- [AgrodataPeru](#) – Información sobre el comercio y las estadísticas internacionales peruanos.
- [Business Sweden](#) - El Consejo Sueco de Comercio e Inversiones. La misión es identificar y mostrar los centros de competencias - grupos de empresas, industrias y habilidades en el mercado sueco.
- [CBI](#) – Centro para la promoción de las importaciones de los países en desarrollo a la UE.
- [Eniro](#) - Base de datos de búsqueda de las empresas suecas que contiene informes anuales e información financiera de las empresas.
- [Europages](#) – El principal directorio europeo de empresas.
- [FairTrade Sweden](#) – La filial sueca de la organización internacional FairTrade.
- [FreshPlaza](#) – Portal de publicaciones en línea sobre el mercado europeo de frutas frescas y frutas secas.
- [Natural Products Scandinavia](#) – La principal feria escandinava para la vida natural, salud, nutrición, cuidado personal, belleza, cuidado de la piel y las industrias de alimentos y bebidas.
- [Open Trade Gate Sweden](#) - Centro de información para los requisitos de exportación del mercado sueco para los exportadores de los países en desarrollo.
- [Statistics Sweden](#) - Proporciona información agregada sobre las estadísticas de exportación e importación en Suecia.
- [Svensk Egenvård](#) – Asociación de los proveedores de los medicamentos a base de plantas, remedios naturales, suplementos alimenticios, productos de pérdida de peso, nutrición deportiva y PARNUTS en el mercado sueco.
- [Swedish Chambers of Commerce](#) – La asociación que agrupa 11 cámaras regionales de comercio en Suecia.
- [The Swedish Food Federation](#) – Asociación de aproximadamente 900 empresas miembros, que representan todo tipo de las empresas de la industria alimentaria, desde pequeñas empresas locales hasta grandes empresas internacionales.
- [World Trade Centre Stockholm](#) – Proporciona reuniones y otros servicios logísticos para la organización de reuniones bilaterales de carácter comercial.