

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2012

Estudio de Mercado

Estudio del mercado pesquero
de Suecia y Noruega



prom
perú

Resumen ejecutivo **1****SUECIA** **2**

INTRODUCCIÓN Y PANORAMA ECONÓMICO	2
DATOS CLAVE	3
VISIÓN GENERAL DEL MERCADO Y DESARROLLO	3
CONSUMO DE ALIMENTOS	3
PRECIOS DE ALIMENTOS	4
TENDENCIAS GENERALES EN ALIMENTACIÓN	4
TENDENCIAS DE CONVENIENCIA	4
TENDENCIAS DE SALUD	5
TENDENCIAS ORGÁNICAS	5
TENDENCIAS VEGETARIANAS	5
TENDENCIAS EN COMIDA ÉTNICA	5
OTRAS TENDENCIAS	5
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CADENA AL POR MENOR	5
ICA	6
COOP	7
AXFOOD	7
BERGENDAHL'S FOOD	7
NETTO	7
LIDL	8
VI	8
REGLAMENTOS DE IMPORTACIÓN	8
ETIQUETADO Y REQUISITOS DE EMBALAJE	8
MEDIO AMBIENTE Y REQUISITOS DE RECICLAJE	9
REQUISITOS DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA	9
CONSUMO DE PESCADO Y MARISCO Y TENDENCIAS	9
CONSUMO	9
PRECIOS	12
TENDENCIAS	12

NORUEGA **13**

INTRODUCCIÓN Y PANORAMA ECONÓMICO	13
DATOS CLAVE	13
VISIÓN GENERAL DEL MERCADO Y DESARROLLO	14
CONSUMO DE ALIMENTOS	14
PRECIOS DE ALIMENTOS	16
TENDENCIAS GENERALES EN ALIMENTACIÓN	17
TENDENCIAS EN COMER FUERA DE CASA	17
ECO DE COMERCIO JUSTO Y TENDENCIAS	17
TENDENCIAS DE CONVENIENCIA	17
TENDENCIAS DE LUJO Y PRIMICIAS	17
OTRAS TENDENCIAS	17
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CADENA AL POR MENOR	17
NORGESGRUPPEN	19
REITANGRUPPEN	19

COOP NORGE	19
ICA NORGE	20
BUNNPRIS	20
REGLAMENTOS DE IMPORTACIÓN	20
GENERAL Y TARIFAS	20
ETIQUETADO	21
CONSUMO DE PESCADO Y MARISCO Y TENDENCIAS	22
CONSUMO	22
PRECIOS	24
TENDENCIAS	25

INFORMACIÓN POR PRODUCTO (SUECIA y NORUEGA) 26

RESUMEN DE LAS RECOMENDACIONES DEL PRODUCTO	26
INFORMACIÓN DETALLADA POR PRODUCTO	26
ANCHOAS	26
CONCHAS DE ABANICO / VIEIRAS	28
JUREL / CABALLA DEL PACIFICO	29
LANGOSTINOS / CAMARÓN BLANCO	30
MAHI MAHI / DORADO	31
POTA/ CALAMAR GIGANTE	32
SARDINILLA ENLATADA / SARDINA PERUANA, ENLATADA	33
TRUCHA ARCO IRIS / TRUCHA RAINBOW	34

ENTREVISTAS A COMPRADORES 36

SUECIA	36
NORUEGA	44

Resumen ejecutivo

Suecia y Noruega son países escandinavos cuyas poblaciones tienen uno de los mayores poderes de compra y estándares de vida de Europa. Suecia es miembro de la Unión Europea pero no del sistema Euro; mientras que Noruega no es parte de la Unión Europea aunque integra el Espacio Económico Europeo en virtud del cual aplica la reglamentación de la UE sobre normas alimentarias, especialmente en seguridad alimentaria, etiquetado y trazabilidad.

La economía de Suecia está fuertemente orientada al comercio exterior y se sustenta en recursos como madera, energía hidroeléctrica, hierro, además de la industria principalmente de la ingeniería que representa la mitad de la producción y de las exportaciones. Casi el 90% de la industria sueca está en manos del sector privado.

Suecia es un productor pequeño de pescados y mariscos, y la mayoría del pescado que consume es importado desde el vecino Noruega, uno de los mayores exportadores mundiales de este tipo de productos. Las importaciones de pescados y mariscos de Suecia vienen creciendo constantemente en los últimos años, y además de Noruega otros proveedores aumentan sus ventas a este país: China, Tailandia, Vietnam, Letonia y Reino Unido.

La economía noruega combina actividades de libre mercado e intervención del gobierno. El Estado es el mayor propietario de empresas y controla sectores claves como el petrolero, el cual representa casi la mitad de las exportaciones y un tercio los ingresos estatales. Este país es rico en recursos naturales, y se ubica como segundo exportador de gas y noveno de petróleo del mundo, además cuenta con minerales, pesca, bosques y otros.

Noruega es uno de los mayores exportadores del mundo de pescados y mariscos. Hay muchas empresas dedicadas a la industria pesquera en este país, pero el negocio de importación de este tipo de productos es pequeño en valores y se concentra en pocas empresas. Los consumidores noruegos están acostumbrados a comer pescados, pero en general prefieren el producido localmente. Por otro lado, el consumo de pescado se ha incrementado sostenidamente en los últimos años este mercado.

El gusto de los consumidores en los países nórdicos es muy tradicional y local, y el interés por probar nuevos y exóticos pescados es relativamente pequeño. Sin embargo, nuestro estudio ha confirmado que hay interés por un grupo de productos que el Perú ofrece como por ejemplo dorado, trucha, conchas de abanico, caballa y langostinos.

Los mercados de Suecia y Noruega están concentrados en la distribución y en las cadenas de venta minorista. Además, en general son pequeños, y para los productos que el Perú ofrece se saturan rápidamente. Por ello puede ser una buena estrategia seleccionar un comprador grande y único para que se encargue de la distribución en lugar de vender los productos a varios compradores.

La mejor manera de ponerse en contacto con los importadores suecos o noruegos es a través de la feria de productos pesqueros de Bruselas (European Seafood Exposition), porque casi todos los importadores la tienen de referencia. Otra forma es contactar con los importadores directamente.

Suecia

Introducción y Panorama Económico

Ayudado por la paz y la neutralidad durante todo el siglo 20, Suecia ha alcanzado un nivel envidiable de estándar de vida en un sistema mixto de capitalismo de alta tecnología y de bienestar de amplias ventajas. Cuenta con un moderno sistema de distribución, excelentes comunicaciones internas y externas, y una fuerza laboral capacitada. En septiembre de 2003, los votantes suecos rechazaron la entrada en el sistema del euro preocupados por el impacto en la economía y la soberanía.

La madera, energía hidroeléctrica y el hierro constituyen la base de recursos de una economía fuertemente orientada hacia el comercio exterior. Empresas de propiedad privada representan aproximadamente el 90% de la producción industrial, de los cuales el sector de ingeniería cuenta con el 50% de la producción y de las exportaciones. La agricultura representa poco más del 1% del PIB y del empleo.

Hasta el año 2008, Suecia se encontraba en medio de un auge económico sostenido, impulsado por una mayor demanda interna, exportaciones considerables, y el importante financiamiento ofrecido por el gobierno de centro-derecha para poner en práctica reformas destinadas a aumentar el empleo, reducir la dependencia gubernamental, y racionalizar la función del Estado en la economía.

A pesar de las finanzas fuertes y los fundamentos subyacentes, la economía sueca entró en recesión en el tercer trimestre de 2008 y el crecimiento continuó en descenso en el 2009, cuando el deterioro de las condiciones globales redujo la demanda de exportaciones y el consumo. Las fuertes exportaciones de productos básicos y un retorno a la rentabilidad del sector bancario sueco llevaron a una recuperación firme en 2010.

La recuperación de Suecia de la recesión global ha sido muy fuerte en relación a otros países avanzados. En 2010, la producción subió un 5,5 %, y las exportaciones, la inversión y el consumo aumentaron rápidamente. El desempleo ha descendido a 7,75%, desde la crisis máxima de más de 9% y la inflación subyacente se ha mantenido cerca de la meta.

La economía sueca creció muy rápidamente en 2010 y también durante la mayor parte de 2011. Tanto la demanda interna y las exportaciones fueron cruciales para la recuperación postcrisis financiera. En el otoño del 2011, el crecimiento se desaceleró en Europa; debido a la crisis de deudas de los países del euro y a varios problemas en Grecia. La crisis también afectó a Suecia y el crecimiento se redujo significativamente al cierre de 2011. Mientras que el crecimiento será débil en 2012.

La recuperación económica en Europa no se espera que se de hasta el año 2014. En Suecia se proyecta que la economía recobre impulso en 2013, cuando disminuya la agitación global y, los hogares y las empresas recuperen poco a poco la confianza en la economía, dando lugar a un aumento del consumo y de las inversiones.

Suecia datos claves

	2010	2011	2012
PIB	+5,8%	+4,0%	+0,4%
Importación	+15,6%	+6,7%	-1,3%
Inflación (IPC)	+1,9%	+1,4%	+2,5%
Desempleo	8,4%	7,5%	7,5%

Fuente de información: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

	2008	2009	2010
Población (millones)	9.220	9.299	9.327
PIB (Dólares americanos billones)	486.159	403.613	455.848
Per cápita PIB (Dólares americanos)	52.728	43.403	48.874

Fuente de información: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

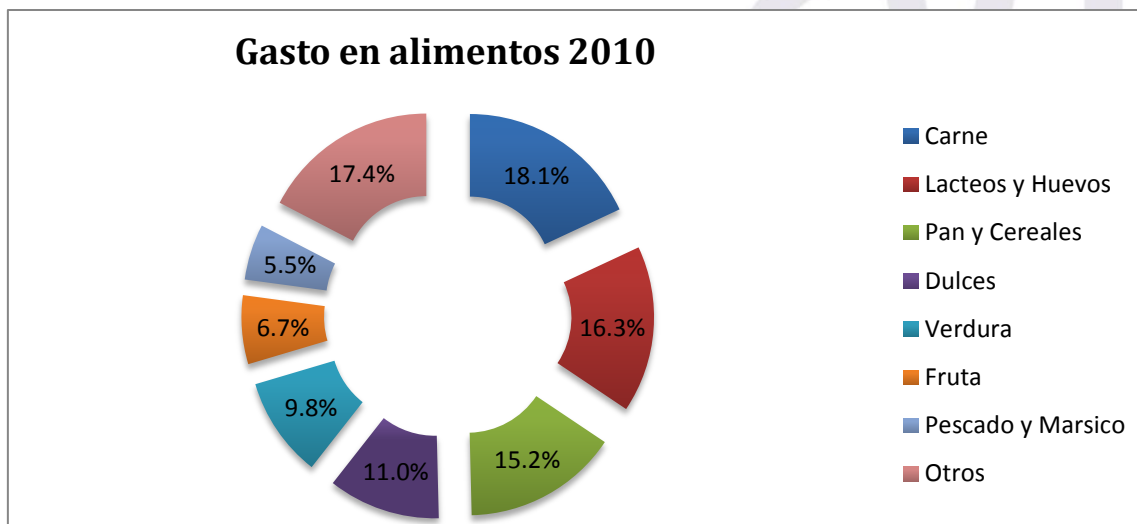
Visión general del Mercado y el Desarrollo**Consumo de alimentos**

De acuerdo con el Instituto Sueco de Estadísticas, los suecos están gastando una porción más pequeña de sus ingresos disponibles para comprar alimentos en la cadena de distribución en comparación con hace 30 años. La cantidad que se gasta no es menor en valores absolutos, pero el ingreso ha aumentado más que los gastos en alimentos para los hogares.

Al mismo tiempo, el 2008 fue el primer año en la última década que el volumen de ventas al por menor disminuyó. Esto podría ser debido a la recesión, el aumento de precios de los alimentos e incluso al debate sobre el problema climatológico.

El importe de la renta disponible que se gasta en alimentos y bebidas no alcohólicas sin embargo, se ha mantenido estable en alrededor del 12% en los últimos 10 años. En los dos últimos años estamos viendo un aumento pequeño en la porción de la renta disponible que se gasta en alimentos en la cadena de distribución, lo que indica que estamos una vez más viendo una tendencia positiva.

En 2010, el gasto en alimentos para un sueco medio se dividió entre las siguientes categorías de alimentos:



Fuente de información: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

Precios de Alimentos

Los precios de los alimentos están influenciados por una gran variedad de factores. La economía en su conjunto, el desarrollo del mercado agrícola, el entorno competitivo, la demanda de los consumidores y la oferta dentro de la cadena minorista.

Las categorías de alimentos que más han aumentado de precio en los últimos tiempos son las frutas, los dulces, el pescado y la carne. Todas estas categorías están sujetas a un gran comercio internacional y es muy probable que la debilidad de la moneda sueca ha contribuido a aumentar el precio de estos grupos de alimentos.

La susceptibilidad de los precios entre los consumidores en general es muy pequeña, aunque puede variar de acuerdo a la categoría de alimentos. Los modelos de consumo sin embargo, pueden cambiar a medida de que los consumidores se vuelvan más sensibles a los precios en tiempos de dificultades económicas y optaran por las variantes de bajo precio en más casos.

Tendencias Generales en Alimentación

Las tendencias generales de alimentos se pueden dividir en: comodidad, salud, orgánica, comida vegetariana, comida étnica y otras tendencias.

Tendencias de Conveniencia/ comodidad

- Los productos de valor agregado están experimentando una demanda creciente.
- Comer “en los supermercados” se está extendiendo.
- “Take away” comida para llevar, está aumentando.
- Las alternativas saludables que hoy en día ofrecen las cadenas de comida rápida como por ejemplo Max y Mc Donalds, están aumentando.
- El 20% de las comidas se comen fuera del hogar, y se supone que todavía tiene que aumentar.
- El embalaje conveniente agrega valor (por ejemplo: filetes de pescado individuales envasados).
- Alimentos saludables están aumentando en popularidad, especialmente los alimentos que son rápidos de preparar.

Tendencias Saludables

- Creciente demanda de alimentos y bebidas saludables y naturales (orgánicos)
- Todos los minoristas están lanzando embalajes con información clave sobre salud en la parte frontal.
- La filosofía verde está creciendo.
- Aumenta las preocupaciones del consumidor sobre los efectos que generan a largo plazo en el medio ambiente los envases y residuos.
- Los suecos están dispuestos a pagar más, si un producto cumple con la sanidad y el medio ambiente.
- Una gran concientización en el contenido de grasas trans y las alternativas bajas en carbohidratos.
- Alimentos “free from”- “libres de” se están convirtiendo en una gran corriente (por ejemplo, los productos libres de gluten y sin lactosa).

Tendencias Orgánicas

- El interés de los consumidores en este tipo de productos es cada vez mayor.
- La demanda de productos orgánicos es aún baja en Suecia.
- Existe aún una oferta limitada de productos orgánicos.
- Los minoristas que ofertan estos productos consiguen un posicionamiento ético.

Tendencias Vegetarianas

- Aumenta la oferta de productos que combinan conveniencia y vegetarianismo.
- Hay una variedad más amplia de productos vegetarianos congelados
- En categorías diferentes a las de congelados, la oferta aún es limitada.

Tendencias en comidas étnicas

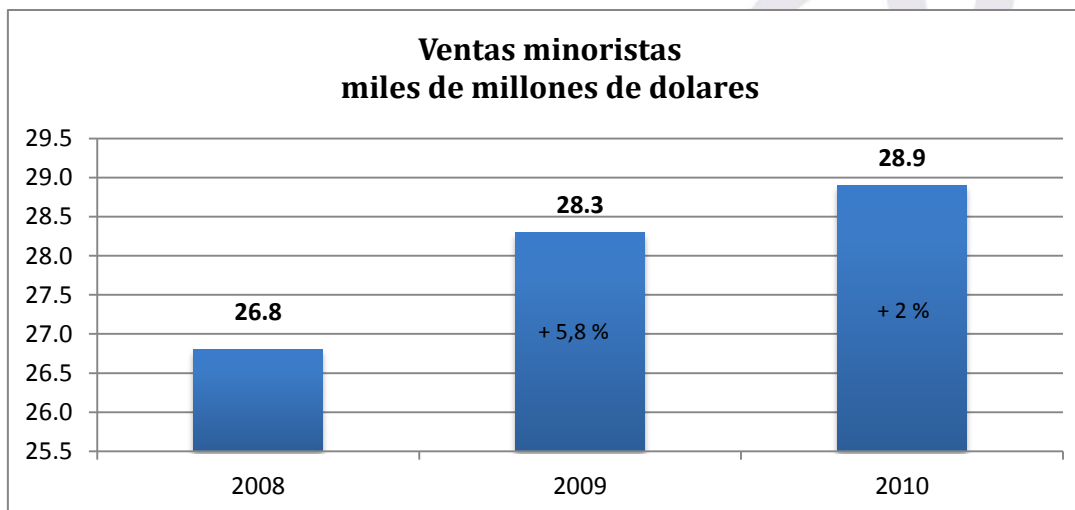
- Aumento de interés en nuevas cocinas.
- Sin embargo, el interés en comidas de la India, Tailandia y China es pequeña.
- Una parte cada vez mayor (12%) de la población son inmigrantes, y este grupo representa una base de consumidores cada vez más grande.
- Los alimentos Halal están comenzando a aumentar.
- Un número creciente de inmigrantes y la gran afición por viajar que tienen los suecos, son los factores principales que impulsan la popularidad de los alimentos étnicos.

Otras tendencias

- Autenticidad
- La producción local
- Trazabilidad
- Huellas de carbono
- Alimentos funcionales

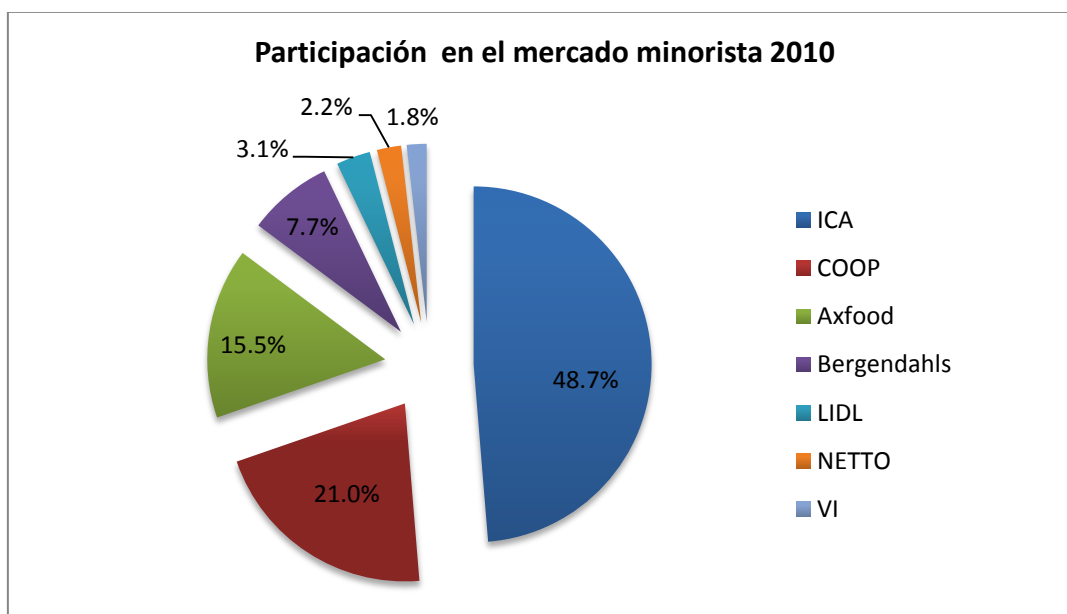
Descripción de la Cadena al Por Menor

Las ventas en las cadenas minoristas de alimentos de Suecia se han incrementado en los últimos años. Un fuerte repunte se vio en 2009, después de la recesión en 2008, al aumentar estas casi 6%; y en 2010 se tuvo un crecimiento moderado pero saludable de 2%.



Fuente: SCB(Instituto Sueco de estadísticas)

El mercado minorista sueco se divide entre 6 actores principales. ICA es, con mucha diferencia, la mayor cadena minorista de alimentos de Suecia, al tener casi la mitad del mercado. Otros dos grandes actores son Axfood y el COOP, mientras que las alternativas con precios más bajos, como Lidl y Netto tiene una participación relativamente pequeña del mercado. La cadena de Vi se reabrió en 2011 y fue rebautizada como Hemköp. Axfood ha adquirido desde entonces estas tiendas.



Fuente: DFK, Daglivgarukartan 2010

ICA

ICA es, con mucha diferencia, el mayor minorista de alimentos en los países nórdicos y, como tal, también el más grande para en Suecia, con una facturación anual de 8,4 mil millones USD (2010) y una cuota de mercado del 49%. ICA opera aproximadamente 1.350 tiendas en Suecia, que van desde pequeños supermercados (ICA Nara) a hipermercados de gran tamaño (Maxi ACI). Los centros logísticos de ICA se encuentran en Vasteras y Arlov.

El 40% de ICA AB es propiedad de Haakon Invest y el 60% de la holandesa Royal Ahold NV. Las tiendas en gran medida se ejecutan como franquicias, pero la compra e importación está centralizada. ICA tiene su propia función central de importación que representa aproximadamente el 80% del total de los bienes vendidos en sus 1350 tiendas. El otro 20% son pequeños lotes de compras realizados por las tiendas locales con el fin de adaptarse a las variaciones locales.

COOP

Coop es el segundo operador más grande en la cadena minorista de alimentos en Suecia, con una cuota de mercado del 21%. Coop tiene alrededor de 760 tiendas en Suecia con las cadenas: Konsum Coop, Coop Forum, Coop extra, y Nara Coop, y también operan la cadena Daglivi, y Cooponline.se, que se dedica a la venta por internet.

Las tiendas en gran medida se ejecutan como franquicias, pero la compra y la importación están centralizadas. Coop tuvo una facturación de alrededor de 5,8 mil millones de USD en 2010 y empleó a casi 7.000 personas.

Axfood

Axfood AB fue fundada en 2000 mediante la fusión de Hemköp, D & D Dagligvaror, Sverige Spar y Spar Inn Snabbgross. Con unas ventas de 4,4 mil millones de USD y una cuota de mercado de 15,5% son la tercera mayor minorista de alimentos en Suecia. En la actualidad opera a través de cuatro marcas: Hemköp, Willys, PrisExtra y Temo. Axfood tiene 1080 tiendas (240 tiendas de propiedad total y 840 a través de la cooperación).

Axfoods también opera tres cadenas de distribuidores al por mayor, y Dagab Närlivs Axfood y Snabbgross con un total de 27 centrales de distribución o tiendas de venta repartidos por toda Suecia.

Bergendahls Food

Bergendahls Food es un grupo de venta al por menor que crece cada vez más rápido, y opera las siguientes cadenas minoristas de alimentos: City Gross, Matrebelln, Matöppet y EKO.

Bergendahls tiene cerca de 3.000 empleados y una facturación de alrededor de 1,3 mil millones de USD. La City Gross ha crecido muy rápido en los últimos 3 años (la cadena al por menor de más rápido crecimiento en Suecia) y ha ganado premios por la calidad y la satisfacción del consumidor.

Netto

Netto es una cadena de tiendas danesas con un concepto de precios bajos en la que cada tienda tiene una base de 1500 artículos y cada semana se complementa con 150 promociones en alimentos y otros productos no alimenticios.

La primera tienda Netto abrió por primera vez en Suecia el 8 de mayo de 2002. Hoy en día hay alrededor de 100 tiendas en todo el país. Netto Suecia AB es propiedad exclusiva de la empresa danesa Dansk Supermarket Gruppen A / S, que a su vez es propiedad de AP Moller-Maersk Gruppen y Salling A / S.

Netto tiene alrededor de 1.500 empleados en Suecia y 15.000 empleados en todo el mundo. La gama de productos es específica y diferente por cada mercado y se esfuerza por tener los precios más bajos del mercado.

Lidl

Lidl es una cadena alemana de bajo precio que es un competidor directo de Netto. Ellos tienen un concepto similar al de Netto, con una amplia base de productos que se complementan con ofertas semanales.

Lidl se inició en los años 70 en Alemania, pero se estableció en Suecia por primera vez en 2003. Hoy en día Lidl cuenta con más de 150 tiendas a nivel nacional en Suecia. Lidl emplea cerca de 2.300 personas en Suecia y tiene su sede en Solna, Estocolmo, así como dos almacenes centrales en Halmstad y Eskilstuna.

Vi

La cadena minorista Vi quebró y cambió su nombre a Hemköp y, desde 2011 son parte de Axfood.

Reglamentos de importación

Requisitos de etiquetado y embalaje

El etiquetado de los alimentos es importante, principalmente para informar y proteger a los consumidores. Todos los alimentos vendidos en Suecia deben seguir la normativa europea y sueca para el etiquetado de los alimentos. Es responsabilidad del importador / distribuidor asegurarse de que los alimentos importados a Suecia siguen las normas establecidas de etiquetado.

El etiquetado de los alimentos será en sueco, fácil de entender y visible; y no debe engañar al consumidor.

La legislación comunitaria exige que todos los alimentos, incluyendo pescados y mariscos, deben tener una etiqueta que incluya el nombre bajo el cual se vende el producto, la lista de ingredientes en orden decreciente de peso, la cantidad neta de ingredientes preenvasados en unidad métrica, la fecha de duración mínima (excepto para productos frescos), condiciones especiales de conservación o condiciones de uso (excepto para productos frescos), y el nombre del fabricante, envasador o vendedor de la UE (a excepción de productos frescos no empaquetados). Por otra parte, el Reglamento UE 2065/2001 describe específicamente los requisitos de etiquetado para los productos pesqueros y acuícolas.

Además de los requisitos de la UE, que se enumeraron, los productores podrán elegir voluntariamente dar información adicional, tales como los métodos de producción o elementos nutricionales.

Todos los productos ofrecidos para la venta al por menor en la UE deben llevar una etiqueta con la siguiente información:

- Nombre comercial
- Método de producción utilizado: "pescado en .." para el pescado, "de granja" o "cultivado"
- la zona de pesca debe aparecer: para los productos pescados en el mar se requiera una referencia a las áreas (zonas de la FAO)
- Para los productos pescados en aguas dulces una referencia al país de origen
- Para los productos de granja una referencia al país en el que el producto fue sometido en la etapa final de producción

Para más información consultar en: Administración Nacional de Alimentos - www.slv.se

Requisitos ambientales y de reciclaje

Greenpeace recientemente investigó a cadenas de supermercados de Suecia respecto al uso de especies hidrobiológicas amenazadas, y a métodos de pesca que ponen en riesgo otras especies marinas.

Greenpeace explicó que ninguna de las cadenas tiene una política completamente sostenible. El grupo también ha creado una lista de pescado que se debe evitar por razones ambientales, como el bacalao, la platija y el pez espada.

En general, las cadenas suecas minoristas requieren que los proveedores cumplan con las regulaciones y leyes ambientales de la UE.

Requisitos de certificación orgánica

En 2001, la organización de sector privado KRAV, comenzó un proyecto para desarrollar normas para la inspección y certificación de pescado y marisco orgánico capturado en aguas escandinavas. (KRAV es reconocido por la Administración Nacional de Alimentos para llevar a cabo la inspección y certificación para la producción orgánica.)

Un grupo con representantes del gobierno sueco, pescadores, industria pesquera y otras partes interesadas se estableció para este proyecto. Como resultado, los productos pesqueros de captura, ahora pueden llevar el etiquetado ecológico y ser comercializados en Suecia como orgánicos desde julio de 2004.

Los importadores que tengan una licencia de importación expedida por KRAV o de IFOAM (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica) podrán importar los productos y venderlos con certificado KRAV.

KRAV está acreditada por la IFOAM, un movimiento mundial para la agricultura orgánica y una plataforma para el intercambio y la cooperación mundial. (Para obtener más información, visite www.krav.se)

Consumo de Pescado y Marisco y Tendencias

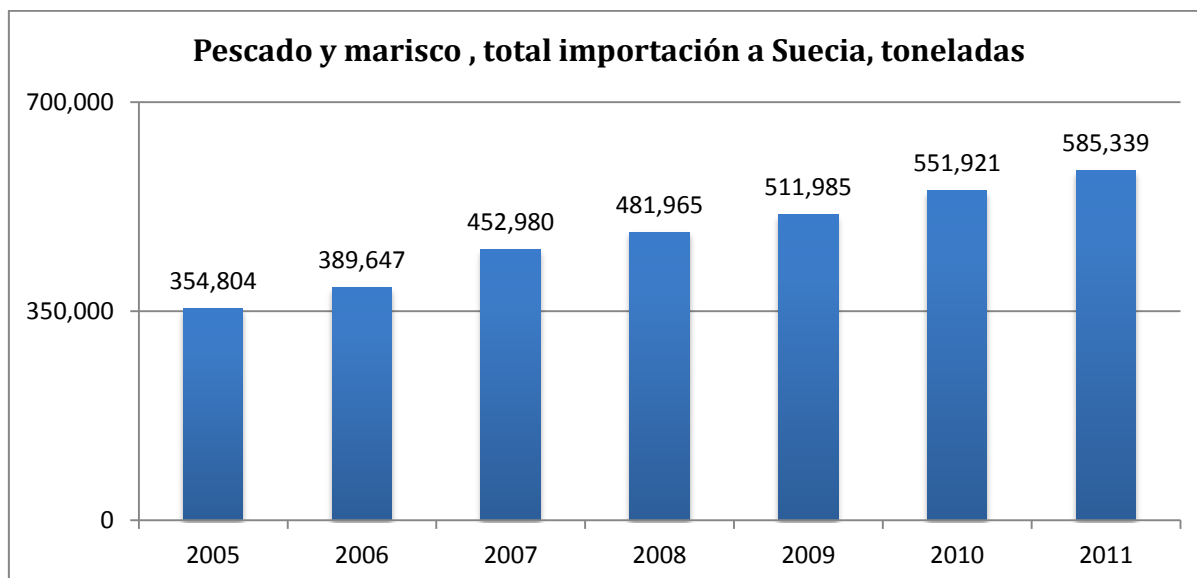
Consumo

Los datos recientes sobre el consumo de pescado y marisco no están disponibles, sin embargo, la percepción entre los comercializadores de pescado es que el consumo de productos pesqueros con valor agregado es cada vez mayor, mientras que el consumo de pescado y marisco fresco es relativamente estable.

El aumento general del consumo es atribuible en parte a las promociones de éxito de la organización de Svensk Fisk (Pescado Sueco). Además, un aumento en la variedad de productos parece haber tenido un efecto positivo sobre el consumo de pescado y marisco procesado y preparado. Los productos tales como gratinados, rollitos, sushi, colas de cangrejos empanizados, camarones, cangrejos y langostas están recibiendo más exposición al mercado.

Al observar las importaciones de pescado y marisco a Suecia, está claro que están creciendo a un ritmo constante con Noruega como mayor proveedor. Una serie de nuevos países proveedores van en aumento: principalmente países asiáticos como China, Tailandia y Vietnam, pero también países como Letonia y el Reino Unido están creciendo como proveedores de este mercado.

En contraste, las exportaciones del Perú a Suecia de pescado y marisco son muy limitadas. Por ello, debe haber una considerable oportunidad para aumentar las exportaciones del Perú a Suecia en esta categoría ya que estas ventas el año 2011 fueron la mitad de lo registrado en 2007.



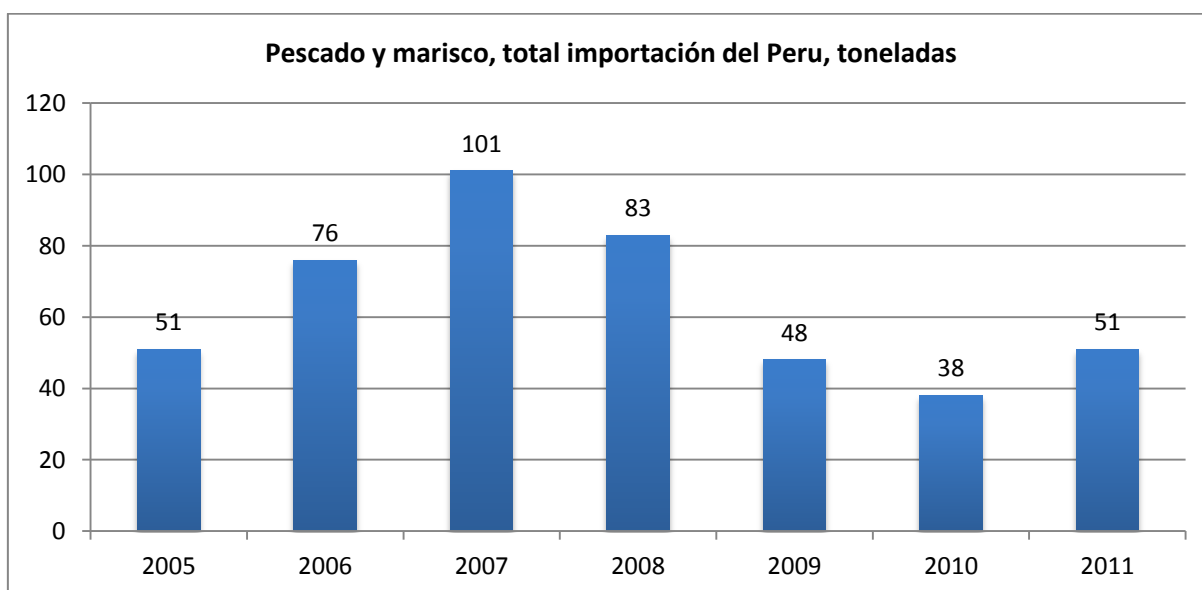
Fuente: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

Importación de pescado y marisco en Suecia por país (Toneladas)

	País	2007	2008	2009	2010	2011
1	Noruega	326,441	361,834	390,901	429,492	471,366
2	Dinamarca	42,851	43,699	39,084	40,507	40,413
3	China	14,055	13,342	14,994	15,632	15,993
4	Alemania	17,206	16,332	13,483	10,603	6,908
5	Polonia	1,804	2,104	10,252	10,941	8,104
6	Thailandia	6,536	6,411	5,749	5,521	5,576
7	Países Bajos	6,421	5,293	4,721	5,679	5,880
8	Finlandia	8,138	5,210	4,193	5,758	3,919
9	Francia	5,289	5,198	5,394	5,387	4,722
10	Vietnam	2,767	3,676	4,982	4,942	2,906

11	Canadá	2,587	2,416	2,191	2,602	2,582
12	Estados Unidos	3,202	2,120	1,854	2,045	2,399
13	Islandia	2,604	2,867	2,228	1,860	2,038
14	Gran Bretaña	1,767	1,789	1,481	1,500	2,314
15	Estonia	911	773	1,003	1,016	1,884
16	Las Islas Feroe	1,214	1,134	1,333	706	467
17	Nueva Zelanda	1,208	1,040	562	525	894
18	Marocko	294	642	1,097	1,244	741
19	Filipinas	1,095	1,420	623	547	262
20	Irlanda	537	579	952	899	965
40	Peru	101	83	48	38	51

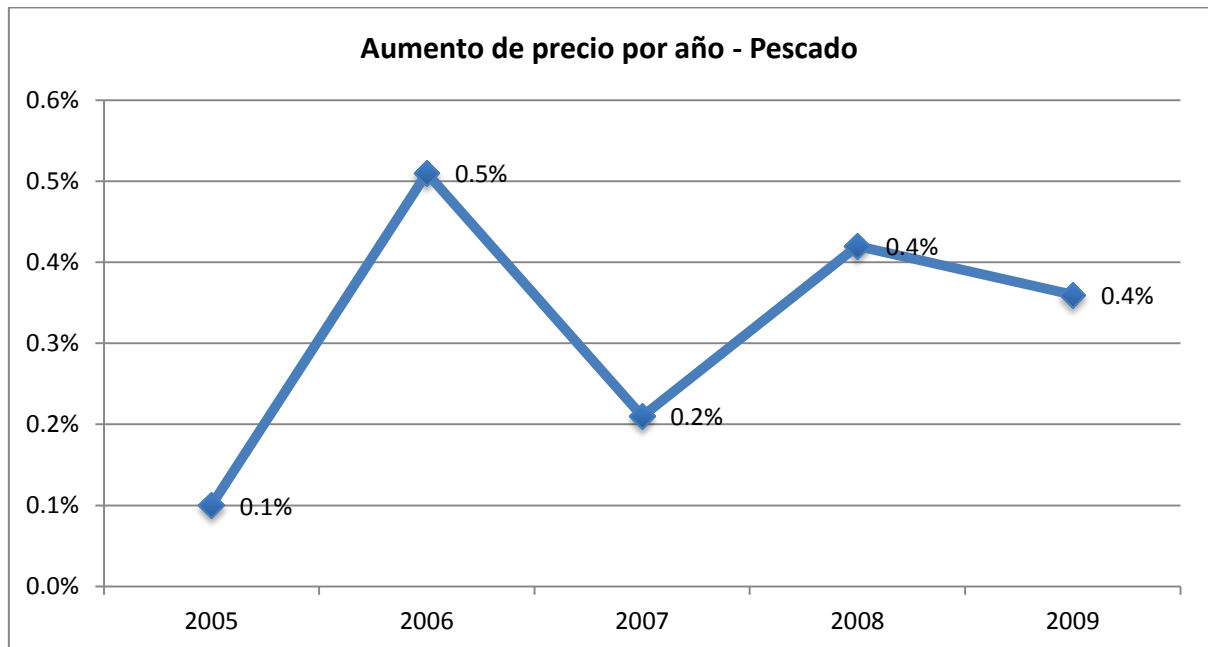
Fuente: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)



Fuente: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

Precios

Los precios de pescado al consumidor han ido aumentando en los últimos años en Suecia. Esto se debe en parte a grandes volúmenes de importación y a la debilidad de la moneda. Sin embargo, cuanto mas marisco y pescado procesado y preparado es consumido, se aumenta el nivel de precios. La siguiente figura muestra el aumento de precio anual de pescado en Suecia.



Fuente: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

Tendencias

En Suecia el pescado y marisco congelado es más popular que el pescado y marisco refrigerado. Cada supermercado tiene una parte considerable de pescado y marisco congelado y, a menudo existen incluso en los pequeños supermercados contadores individuales con camarones congelados.

Grandes supermercados tienen secciones de marisco fresco pero con frecuencia están sin personal. El marisco fresco se compra en su mayoría durante el verano en las ciudades con puertos.

Los consumidores suecos están cada vez más conscientes del medio ambiente y de llevar una vida saludable, y esto se refleja en la elección de alimentos. En general, los suecos ven los productos del mar como una alternativa más saludable que la carne.

Noruega

Introducción y Panorama General Económico

La economía de Noruega es un bastión de prosperidad con capitalismo y sociedad de bienestar, a través de una combinación de actividades de libre mercado y de intervención del gobierno. El gobierno controla áreas claves como el sector petrolero, además el Estado es mayor propietario de empresas.

El país es rico en recursos naturales: petróleo, energía hidroeléctrica, pesca, bosques y minerales; y es altamente dependiente del sector petrolero, que representa casi la mitad de las exportaciones y más del 30% de los ingresos del Estado. Noruega es el segundo mayor exportador de gas del mundo; su posición como exportador de petróleo a nivel mundial ha caído al noveno lugar, porque la producción ha comenzado a disminuir.

Noruega optó por permanecer fuera de la Unión Europea durante un referéndum de noviembre de 1994; sin embargo, es miembro del Espacio Económico Europeo. En previsión de eventuales caídas en producción de petróleo y gas, Noruega ahorra los ingresos estatales del sector del petróleo en un fondo, valorado en más de \$ 500 millones en 2010.

Después de un sólido crecimiento del PIB entre los años 2004 y 2007, la economía se desaceleró en 2008, y se contrajo en 2009, antes de regresar a un crecimiento positivo en 2010. Lo bajos intereses y el aumento de inversiones petroleras indican un crecimiento en la actividad económica el próximo año a la par con el promedio histórico. Se prevee que el PIB crezca un 2,8% en 2011 y un 3,1% en 2012.

El mercado de trabajo cobró impulso en la segunda mitad del 2010 y el desempleo se espera que permanezca estable en un 3,25% en 2011 y 2012.

La economía de Noruega podría verse afectada negativamente por el menor crecimiento internacional y el descontento de los mercados financieros internacionales. Sin embargo las orientaciones de la política económica sientan una base sólida para un desarrollo estable de la economía.

Noruega datos claves

	2010	2011	2012
PIB	+2,1%	+2,8%	+3,1%
Importación	+9,0%	+6,5%	+4,3%
Inflación	+2,5%	+1,5%	+1,6%
Desempleo	3,5%	3,25%	3,25%

Fuente: SSB (Instituto Noruego de Estadísticas)

	2008	2009	2010
Populación (millones)	4.768	4.829	4.889
PIB (Dólares americanos billones)	257.9	259.2	260.1
Per cápita PIB (Dólares americanos)	55.500	54.500	54.600

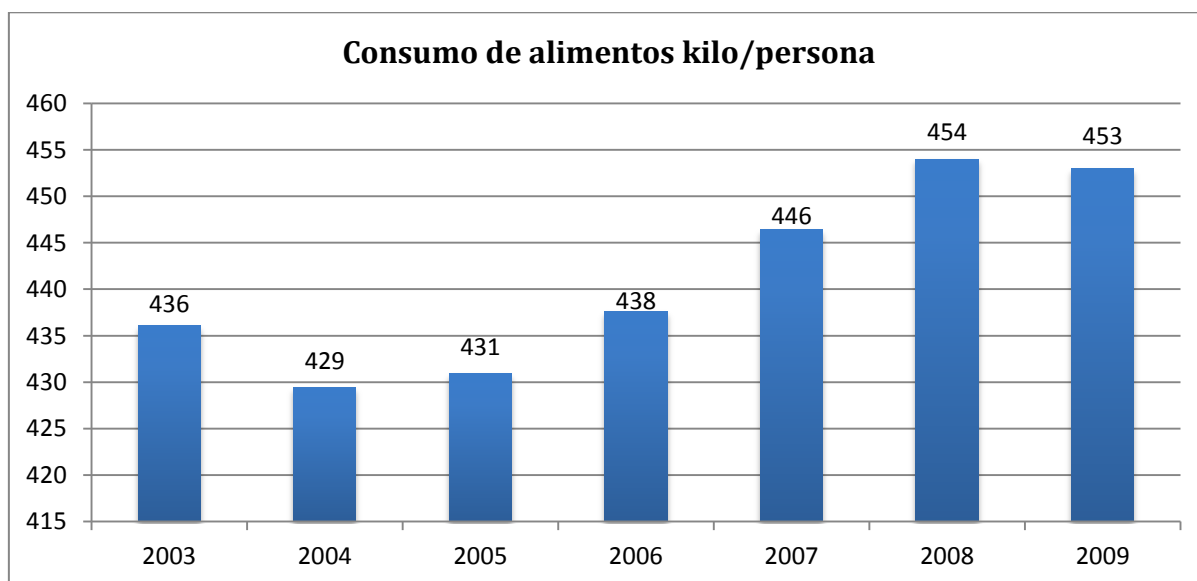
Fuente: SSB (Instituto Noruego de Estadísticas)

Descripción General del Mercado

Consumo de Alimentos

De acuerdo con el Instituto Noruego de Estadísticas, el consumo de alimentos en Noruega es bastante estable, con un ligero aumento en el volumen en los últimos 3 años. Sin embargo, el gasto promedio anual en alimentos por familia ha aumentado un 32% entre 2003 y 2009.

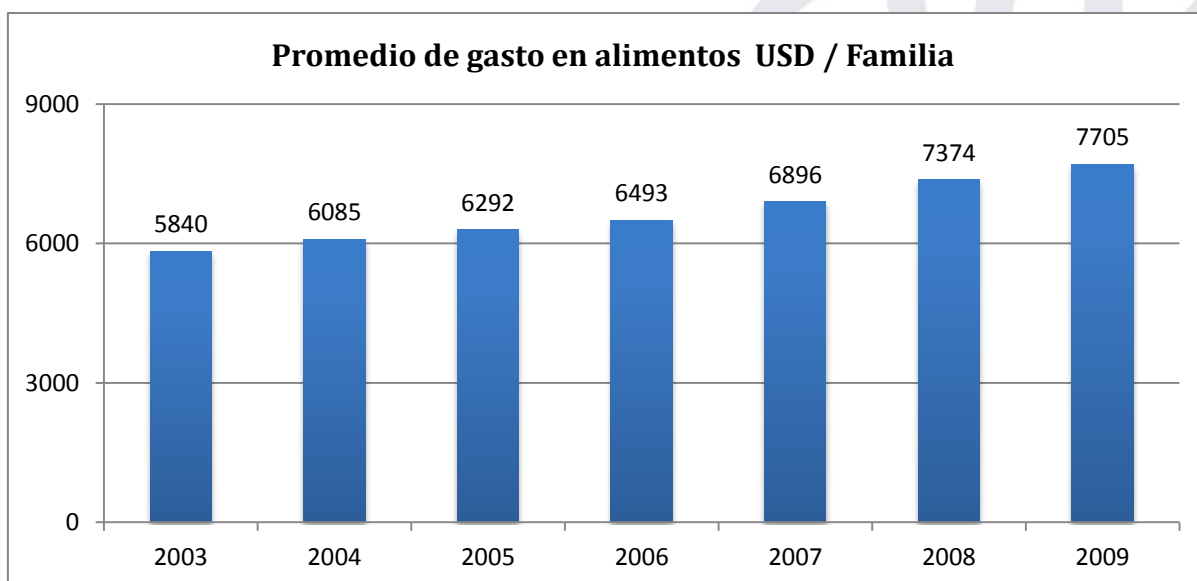
Este aumento puede atribuirse en parte a los precios de los alimentos pero también refleja un aumento del consumo de productos de primera calidad y elaborados.



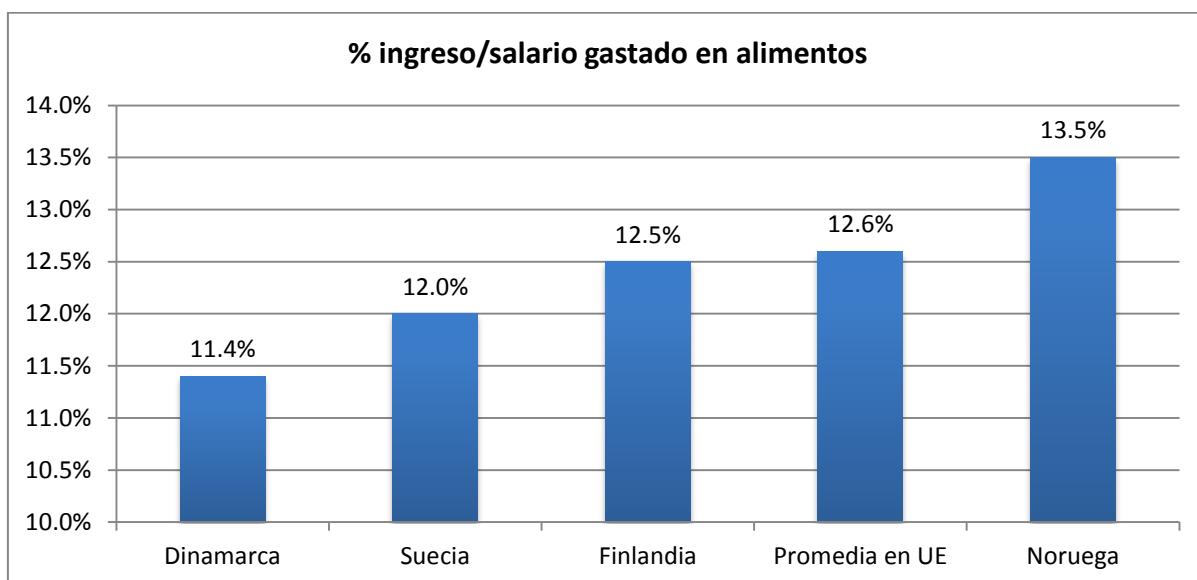
Fuente: SSB (Instituto Noruego de Estadísticas)

Noruega tiene el mayor porcentaje del ingreso gastado en alimentos entre todos los países nórdicos, al gastar 13,5% del ingreso promedio en alimentos y bebidas no alcohólicas, frente al 12% en Suecia. Esto es casi un punto porcentual superior a la media de la UE.

Esto se debe principalmente a que Noruega es un país de muy alto costo, y los altos precios han provocado que muchos noruegos estén muy descontentos con las cadenas de distribución.



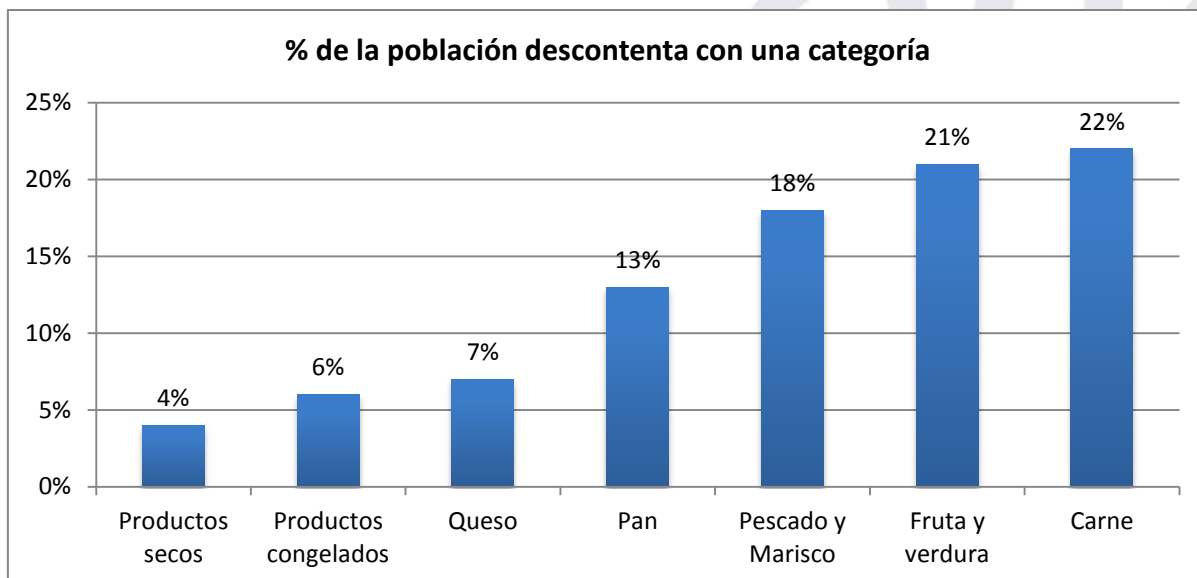
Fuente: SSB (Instituto Noruego de Estadísticas)



Fuente: SSB (Instituto Noruego de Estadísticas) 2010

En el siguiente diagrama las categorías de alimentos al por menor se clasifican en función de lo descontentos que están los noruegos con la variedad y los precios ofrecidos dentro de cada categoría.

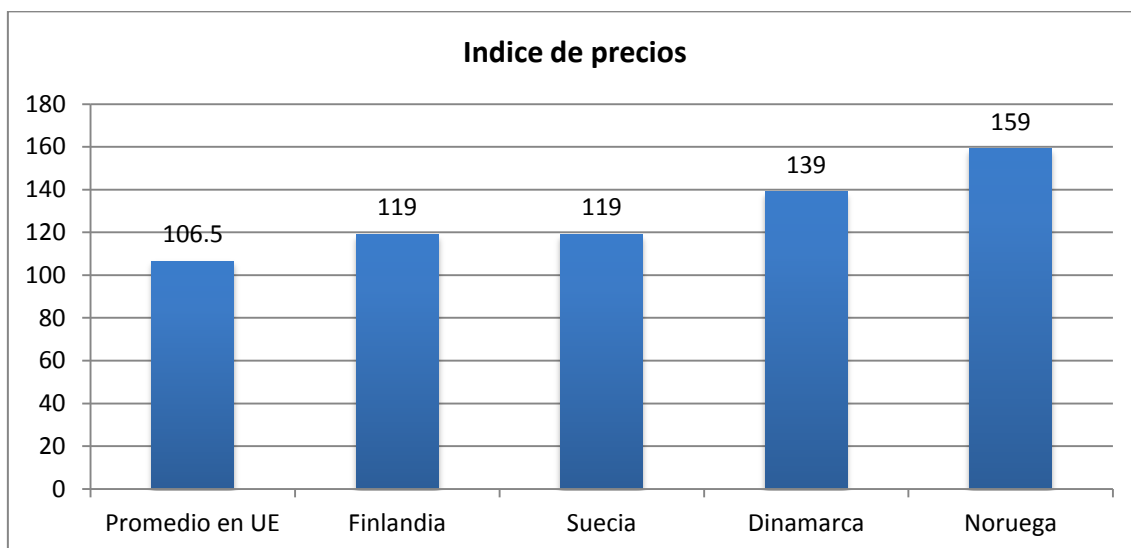
Está claro que las tres categorías con las que, con mucha diferencia, los noruegos están más descontentos son: pescado y marisco, frutas y hortalizas y la carne.



Fuente: SSB (Instituto Noruego de Estadísticas) 2008

Precios de Alimentos

Como ya se mencionó, Noruega es un país de alto costo y el precio de los alimentos no es una excepción en este sentido. Noruega tiene el mayor índice de precio de todos los países nórdicos y en toda Europa.



Fuente: Eurostat 2006

El diagrama muestra que Noruega tiene un índice de precios de 159 en comparación con la media comunitaria de 106,5 y los índices ligeramente más altos en Suecia y Finlandia de 119.

Noruega es una excepción en Europa, porque la abundancia de petróleo ha creado un microclima de ingresos y precios muy altos.

Tendencias Generales de Alimentación

Tendencias de comer fuera de casa

- Todas los formatos de restaurantes han aumentado sus ingresos en los últimos años, debido principalmente al incremento del ingreso disponible entre los noruegos
- Un aumento del número de mujeres que trabajan fuera de casa y la intensificación de las condiciones de trabajo crean mayor necesidad de comer fuera
- Dentro del segmento de la comida rápida dominan las hamburguesas y la pizza
- Una creciente demanda de comida rápida saludable también está emergiendo

Tendencias Ecológicas y de Fairtrade (comercio justo)

- Los productos ecológicos y de comercio justo aumentan cada vez más sus ventas
- Aumento de la concienciación por la alimentación saludable entre los noruegos
- Se centran en ingredientes nutritivos
- Los consumidores son escépticos al uso de aditivos y pesticidas

Tendencias de conveniencia/ comodidad

- La demanda de productos ya listos y fácil de usar está aumentando
- Incremento de la popularidad de las porciones individuales.
- La demanda de los productos refrigerados está aumentando fuertemente
- Crecimiento de la demanda de cenas saludables preelaboradas para comer delante del televisor

Tendencias en lujo y productos de primera calidad

- Aumenta la demanda de productos de lujo, autogratificantes y con ingredientes de la más alta calidad
- "Todo lo caro es bueno"
- Productos ecológicos se venden como saludables y de lujo

Otras tendencias

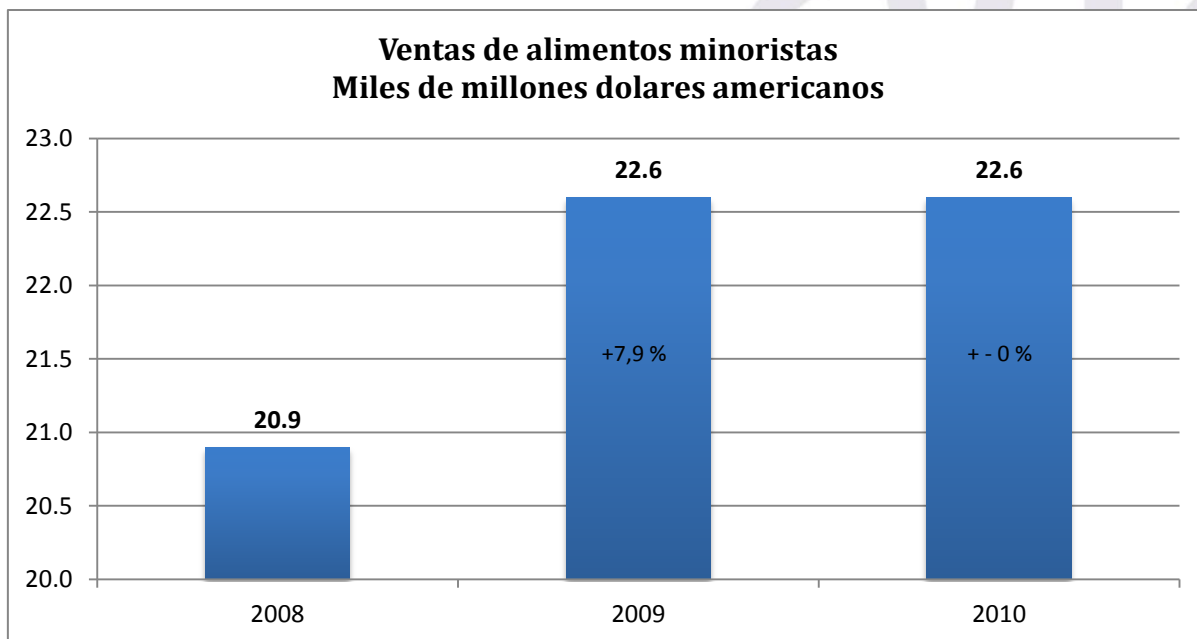
- Productos lácteos aromatizados
- Productos de origen étnico, y la comida de otras culturas (aunque los noruegos son muy conservadores en sus opciones de alimentos)
- Más opciones de comida vegetariana

Descripción General de las Cadenas de Venta al Por Menor

En los últimos tiempos, las ventas en las cadenas de minoristas de alimentos en Noruega se han incrementado. Un fuerte repunte se vio en 2009, después de la recesión en 2008, las ventas aumentaron casi un 8%; sin embargo, en 2010, no se registró un importante crecimiento, y las ventas anuales se han mantenido invariables en 22,6 mil millones de US\$.

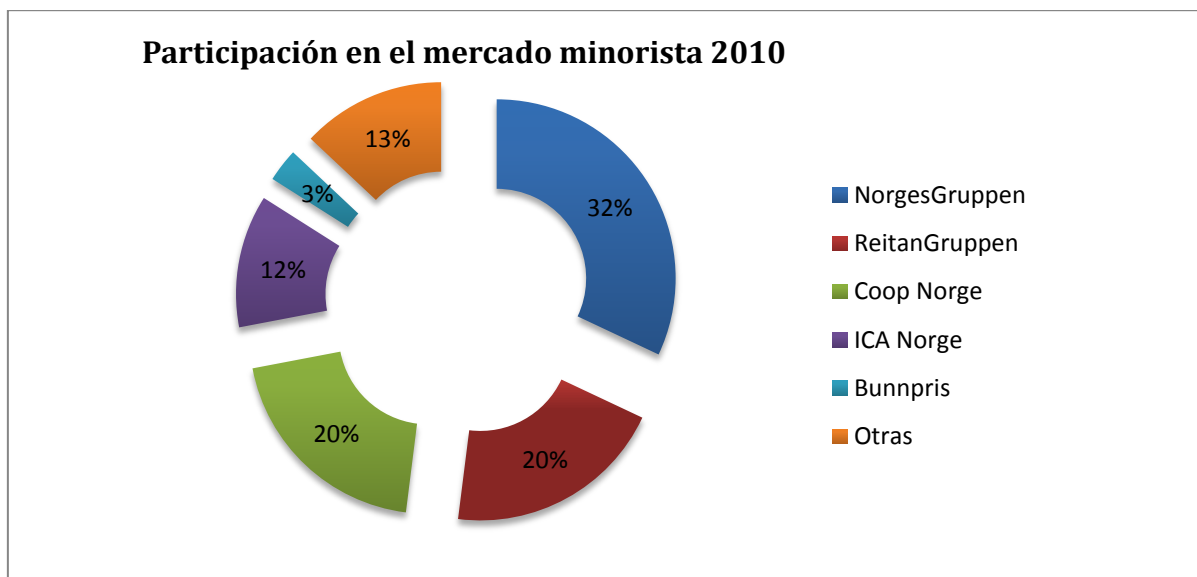
Mientras que las ventas aumentaron en los últimos 3 años, el número de tiendas al por menor se consolidó, al disminuir la cantidad de establecimientos 5,6% entre 2008 y 2010. Esto se puede atribuir a que Lidl cesó sus actividades en Noruega durante el año 2009, cuando vendieron sus operaciones a Reitangruppen.

Por otro lado, en 2010, un nuevo operador en el segmento de bajo precios, Bunnpris, ingresó al mercado noruego.



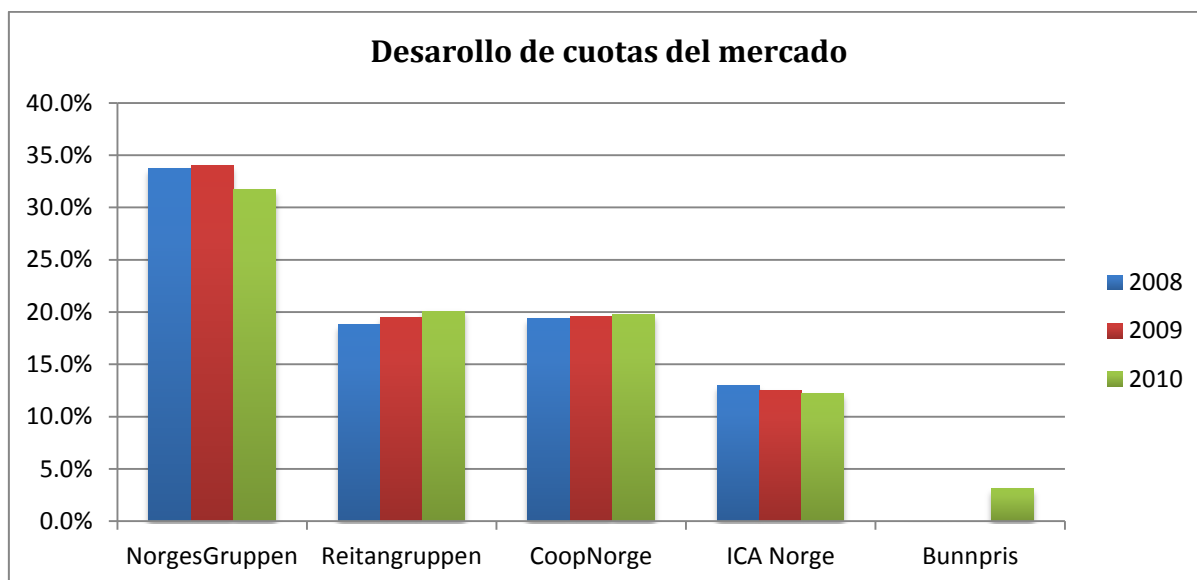
Fuente: Dagligvarekartet

El mercado de ventas de Noruega se compone de 4 operadores grandes y uno pequeño orientado al mercado de bajos precios. Los principales actores son NorgesGruppen, que es el más grande con 30% de participación de mercado, Coop Norge, y Reitangruppen ambos con una cuota de mercado de alrededor del 20% y Norge ICA (12% del mercado). El minorista de precios bajos, Bunnpris, es el jugador más pequeño, con un sostenido 3% de cuota de mercado.



Fuente: Dagligvarekartet 2010

Al observar la evolución de las cuotas de mercado entre los principales actores es evidente que especialmente Reitangruppen y Coop Norge están ganando cuota de mercado a expensas de NorgesGruppen y Norge ICA. Además el ingreso de Bunnpris ha impactado, también, en las ventas de NorgesGruppen.



Fuente: Dagligvarekartet

NorgesGruppen

NorgesGruppen es con diferencia la cadena más grande de venta de alimentos al por menor en Noruega, con una cuota de mercado superior al 30%. Este grupo cuenta con tres principales marcas de tiendas: Mény, Spar y Kiwi; además tiene una marca de conveniencia Joker y una marca de hipermercados llamado Ultra.

En 2010 NorgesGruppen tuvo una facturación total de 9,3 mil millones de dólares de los cuales 7,16 mil millones de dólares son de comercio minorista de alimentos. NorgesGruppen tiene 2.350 tiendas en todo el país y emplean a 27.000 personas.

Reitangruppen

Reitangruppen compite con Coop Norge como el segundo mayor minorista de alimentos en Noruega. Dentro de los alimentos al por menor Reitangruppen tiene una marca fuerte, Rema 1000, que se caracteriza por los precios bajos de sus productos.

En 2010, Reitangruppen tuvo una facturación total de 10,7 mil millones de US\$, de los cuales 4,5 mil millones de US\$ fueron del comercio minorista de alimentos. Además, este grupo posee en los países nórdicos los establecimientos 7-Eleven.

Coop Norge

Coop Norge Reitangruppen compite como la segunda cadena más grande de alimentos al por menor en Noruega, y su propiedad está organizada como cooperativa. Este grupo cuenta con alrededor de 1300 tiendas en toda Noruega, con las siguientes marcas: Mega, la Coop Coop Mercado y Coop extra, Coop Prix.

La facturación de Coop Norge para el año 2010 fue de más de 4,5 mil millones de US\$ y alcanzaron 20% de la cuota de mercado de alimentos en Noruega.

ICA Norge

ICA Norge es la cuarta mayor cadena minorista de alimentos en Noruega. ICA Noruega vende productos alimenticios en Noruega bajo dos marcas: ICA y Rimi. ICA trabaja con tres formatos de tiendas: ICA naer, ICA y Rimi Supermarket. Alrededor del 69% de las tiendas son de propiedad absoluta y el resto son franquicias.

ICA Norge tuvo una facturación de más de 2,7 mil millones de US\$ en 2010 y mantuvo una cuota del 12% del mercado minorista de alimentos de Noruega.

Bunnpris

Bunnpris es una cadena minorista noruega con 193 tiendas de comestibles, sobre todo en Sør-Trøndelag, Møre og Romsdal y Oslo, pero también muchos en el norte de Noruega. Bunnpris es un minorista de precios bajos, que ha acelerado su crecimiento considerablemente a partir de la compra de pequeñas tiendas de ICA entre los años 2006 y 2010.

En 2010 Bunnpris tenía una cuota de mercado del 3% en Noruega y tuvo una facturación de aproximadamente 0,7 mil millones de US\$.

Reglamentos de importación

General y Tarifas

Noruega no es miembro de la Unión Europea, lo que por supuesto tiene un efecto sobre las regulaciones de importación en comparación con otros países europeos. Por otro lado Noruega es miembro del Espacio Económico Europeo (EEE) y por ello se aplica la reglamentación de la UE sobre normas alimentarias, especialmente en la seguridad alimentaria, el etiquetado y la trazabilidad de la zona.

Cabe destacar que Noruega aplica un control de las fronteras más estricto que los países de la UE, y es más restrictiva que los EE.UU y la UE para la regulación de sanidad y los OGM.

La Autoridad Noruega de Seguridad Alimentaria (Mattilsynet www.mattilsynet.no) es la autoridad fundamental de la legislación alimentaria y la aplicación de la ley. Alimentos destinados a ser comercializados como "orgánicos" deben ser aprobados previamente por DEBIO (www.debio.no)

La mayoría de las importaciones a Noruega están sujetas a tarifas con excepción del pescado y los frutos exóticos, que ingresan sin el pago de tarifas (aranceles). El pescado tiene ingreso gratuito a este mercado, para evitar que otros países le pongan tarifas al pescado exportado por Noruega.

Las frutas exóticas están exoneradas de las tarifas con el fin de garantizar el suministro de frutas de temporada de otros países, cuando los productores nacionales no pueden abastecer el mercado debido a las condiciones de invierno.

Todas las mercancías importadas deben ser clasificadas de acuerdo con el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, que es la base del arancel aduanero de Noruega. Esto determina qué tipo de derecho se debe aplicar, y si existe o no una licencia de importación o permiso necesario para una mercancía.

El registro del IVA es obligatorio, y una empresa extranjera tiene que registrarse y tener un lugar físico en Noruega con el fin de poder importar los productos.

El etiquetado

La Directiva de la UE sobre etiquetado se aplica en Noruega; y por ello los requisitos de etiquetado en Noruega son similares a los de Suecia antes descritos.

Las etiquetas deben estar en noruego. Otros idiomas sólo se permiten si la ortografía es similar a la del noruego (sueco y danés), asimismo varios idiomas están permitidos en el mismo embalaje.

Las etiquetas deben contener la siguiente información:

- Denominación de venta del producto alimenticio
- Lista de ingredientes
- Cantidad de los ingredientes
- Cantidad neta
- La fecha de caducidad
- Las condiciones de almacenamiento especiales
- Nombre de la empresa y dirección
- Origen
- Instrucciones de uso

Las normas de la UE se aplican a las denominaciones de venta. El nombre de Venta debe ir acompañado de una explicación del estado físico de los productos alimenticios, o si el alimento ha sido sometido a un tratamiento especial, por ejemplo en polvo, liofilizado, concentrado, ahumado o ultracongelado.

En cuanto a los ingredientes deben estar listados, y la lista siempre debe comenzar con un texto en noruego con las palabras: ingredientes incluidos. Expresar el porcentaje del ingrediente utilizado en el momento de la producción. Para los productos alimenticios congelados, el peso debe hacer referencia al peso sin hielo.

Fecha de caducidad: El alimento no puede ser vendido al por menor después de la fecha indicada. En este caso, se debe dar recomendaciones de almacenamiento.

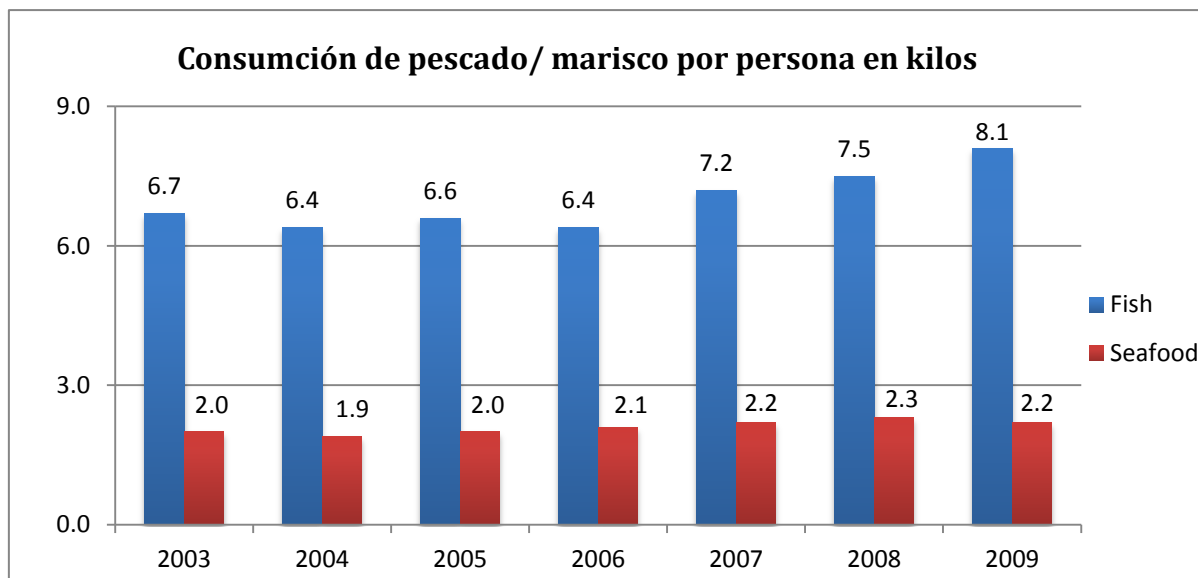
“Mejor antes de la fecha”: fecha hasta la cual un producto alimenticio, almacenado de una forma adecuada, conserva las propiedades específicas normalmente asociadas con ella. Puede ser vendidos al por menor (en su embalaje) también después de la fecha mejor-antes, siempre que permanezca en un estado totalmente aceptable durante un período de tiempo razonable. Para los productos alimenticios con un mejor-antes de la fecha, las condiciones de almacenamiento se debe indicar si es de importancia para la durabilidad del producto.

La dirección completa de un vendedor / empacador / importador con sede en Noruega debe ser proporcionada.

No existe ningún requisito general de proporcionar información sobre el origen de un producto, solo es obligatorio para la carne vacuna, una variedad de frutas frescas, frutos, y las patatas.

Tendencias de Consumo de Pescado y Marisco**Consumo**

De acuerdo con el Instituto Noruego de Estadísticas, el consumo de pescado está en aumento, habiendo aumentado 26,5% entre 2006 y 2009; sin embargo, el consumo de marisco ha permanecido estable durante este período.



Fuente: SBB (Instituto Norego de Estadísticas)

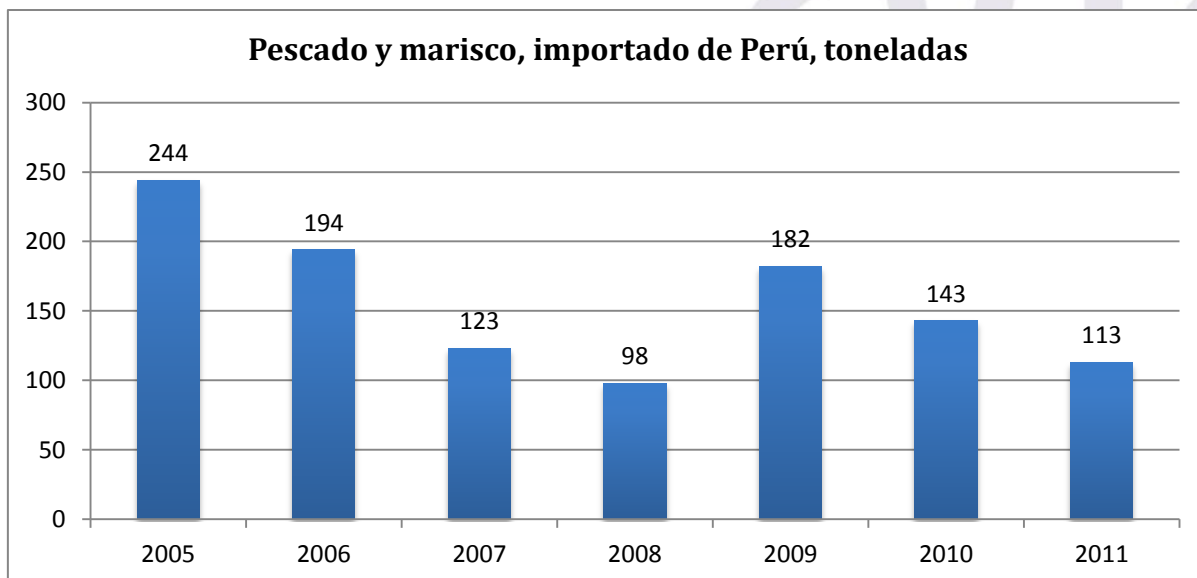
Al mismo tiempo las importaciones de Noruega de marisco y pescado desde el Perú han disminuido desde el año 2005 con incrementos breves en 2009 y 2010, estas compras se redujeron casi 54% entre 2005 y 2011.

Dado el aumento del consumo de pescado, y que los noruegos están descontentos con el estado actual de la categoría de pescado en venta, debe haber alguna oportunidad para aumentar las exportaciones de pescado a Noruega.

Importación de pescado y marisco en Noruega por país (Toneladas)

	País	2007	2008	2009	2010	2011
1	Gran Bretaña	19,465	20,984	71,594	56,626	74,838
2	Las Islas Feroe	37,003	34,895	50,338	28,794	16,730
3	Rusia	31,668	27,519	24,002	22,385	24,667
4	Dinamarca	17,380	17,047	8,132	1,4897	19,791
5	Irlanda	7,746	11,883	13,236	10,602	19,466
6	Estados Unidos	20,154	13,359	7,772	6,959	5,807
7	Suecia	7,251	11,285	11,329	9,814	10,787
8	Canadá	7,957	6,062	7,106	6,259	3,216
9	China	5,229	4,645	3,853	4,988	4,261
10	Thailandia	3,837	4,477	4,761	4,557	4,083
11	Islandia	4,786	2,493	948	1,174	2,133
12	Groenlandia	1,373	1,069	2,073	3,138	3,862
13	Polonia	2,873	1,774	1,835	1,966	1,869
14	Vietnam	745	1,173	1,287	1,561	2,013
15	Francia	1,519	953	929	1,302	1,066
16	Alemania	1,080	633	2,374	255	220
17	Lituania	1,135	495	21	1,350	1,108
18	Estonia	153	488	1,746	667	824
19	España	314	190	801	302	1,182
20	Bangladesh	490	372	573	412	267
27	Peru	123	98	182	143	113

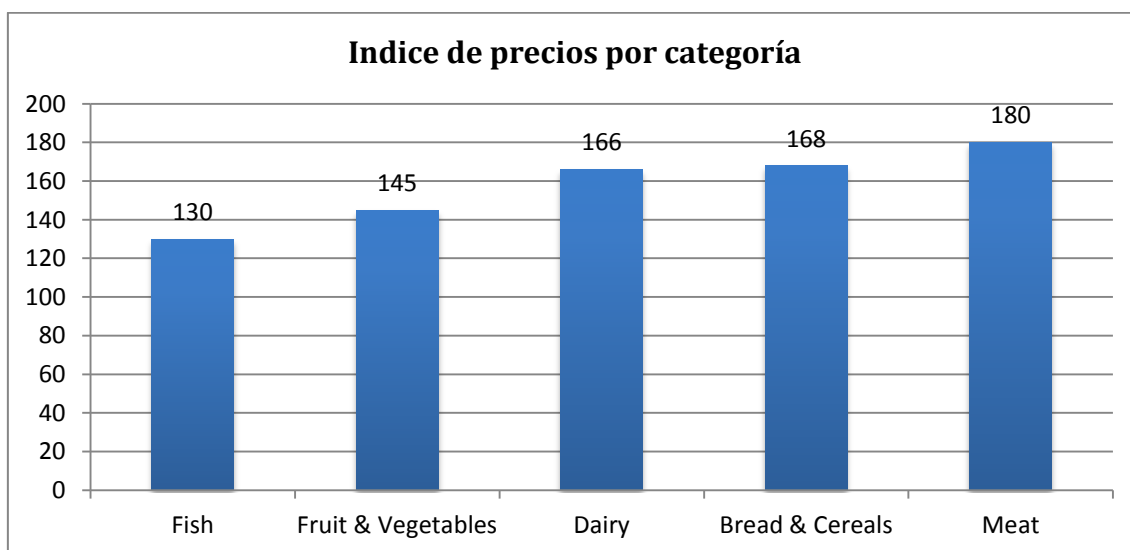
Fuente: SBB (Instituto Norego de Estadísticas)



Fuente: SBB (Instituto Norego de Estadísticas)

Precios

Tal y como se describe en el Desarrollo General del Mercado en Noruega, los noruegos están muy descontentos con el servicio de abastecimiento de pescado y mariscos, frutas y verduras, así como de carne.



Fuente: Eurostat 2006

Teniendo en cuenta las estadísticas de los índices de precios que les mostramos mas abajo, donde el índice de precios 100 corresponde a los países de la UE-27, se observa que la carne es la categoría más cara, mientras que el pescado, frutas y verduras se encuentran en la parte inferior.

Los precios relativamente bajos en pescado, frutas y hortalizas sugieren que el descontento de los consumidores noruegos en estas categorías está vinculado a la falta de variedad en vez de los precios. Es por ello que hay una clara oportunidad para el Perú para ofrecer mayor variedad y mejor opción de pescados a precios competitivos.

Tendencias

Los consumidores noruegos comen mucho pescado, pero son muy tradicionales en su sabor y por lo general prefieren el pescado y marisco local. Nuevos productos y variantes suelen fallar en el mercado de ventas de Noruega, debido a este conservadurismo de los consumidores. Sin embargo, los consumidores están cada vez más descontentos con la falta de variedad dentro de algunas categorías en el sector minorista, en particular, pescados y mariscos.

El consumo de pescado en Noruega va en aumento, principalmente porque los noruegos ven en este producto una alternativa saludable y más barata que la carne.

Información por producto

A continuación se muestra un esquema con el resumen de las recomendaciones por producto para cada mercado (Suecia y Noruega), y se indica si existe un interés sustancial por el producto o si no vale la pena investigarlo más a fondo.

Las razones para rechazar un producto pueden ser la falta de interés entre los compradores y la falta de un mercado sostenible para el producto (no hay demanda).

Después del resumen, se presenta para cada producto el detalle de las razones que justifican nuestras recomendaciones.

Resumen de productos recomendados

Nombre del producto	Descripción	Suecia	Noruega
Anchoas / Anchovy	Curadas	Descartar	Descartar
Anchoas / Anchovy	Congeladas	Descartar	Descartar
Conchas de Abanico / Scallops	Sin huevas	Importador interesado	Importador interesado
Jurel – caballa / Mackerel	Congelado	Importador interesado	Importador interesado
Langostinos / Whiteleg shrimp	Congelado	Importador interesado	Descartar
Perico / Mahi mahi	Porciones, filetes	Importador interesado	Importador interesado
Pota / Giant Squid	Anillos, Filetes, Tiras	Descartar	Descartar
Sardinilla / Peruvian sardine	Enlatada	Descartar	Descartar
Trucha Arco Iris / Rainbow trout	Filetes congelados	Importador interesado	Importador interesado

Información detallada por producto

Anchoas

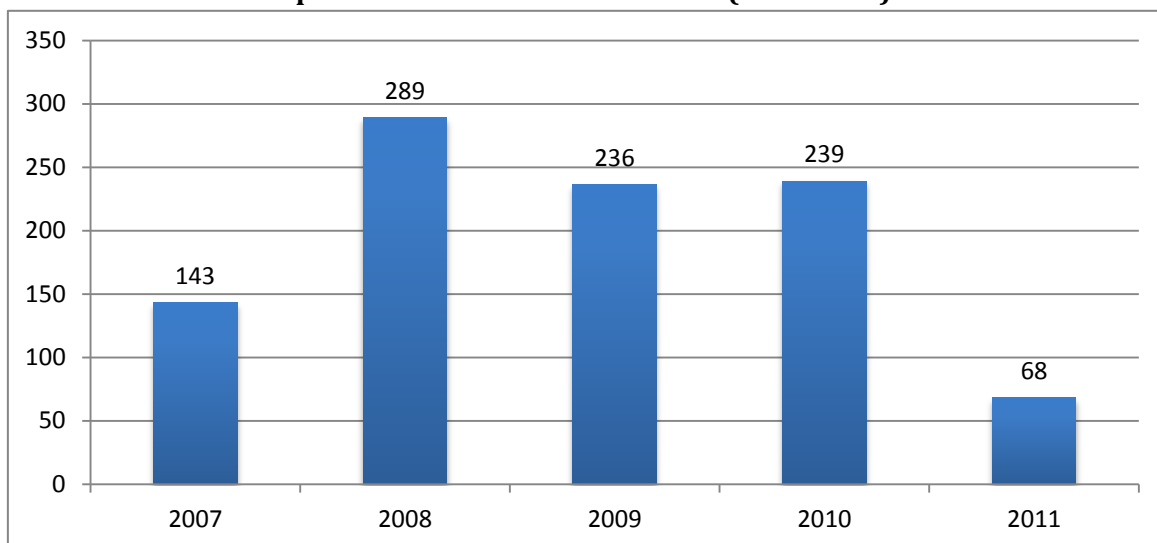
Anchoa congelada: De acuerdo a las entrevistas, el mercado de anchoa congelada en Suecia y Noruega prácticamente no existe - los consumidores no utilizan el producto y, por esta razón, no hay demanda.

Anchoas curadas: El mercado de la anchoa es bastante pequeño en Suecia y Noruega, y se centra en unos pocos operadores grandes que principalmente importan de Europa. Después de varias entrevistas, no hemos sido capaces de identificar interés en importar este producto en ninguno de los dos países.

Recomendación Suecia: Rechazar los dos productos

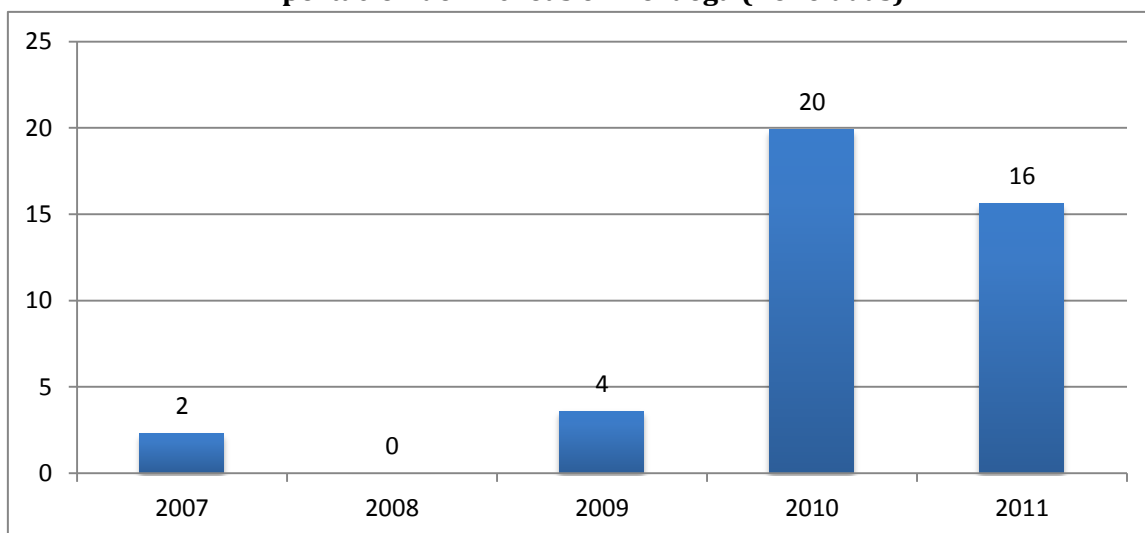
Recomendación Noruega: Rechazar los dos productos

Importación de Anchoas en Suecia (Toneladas)



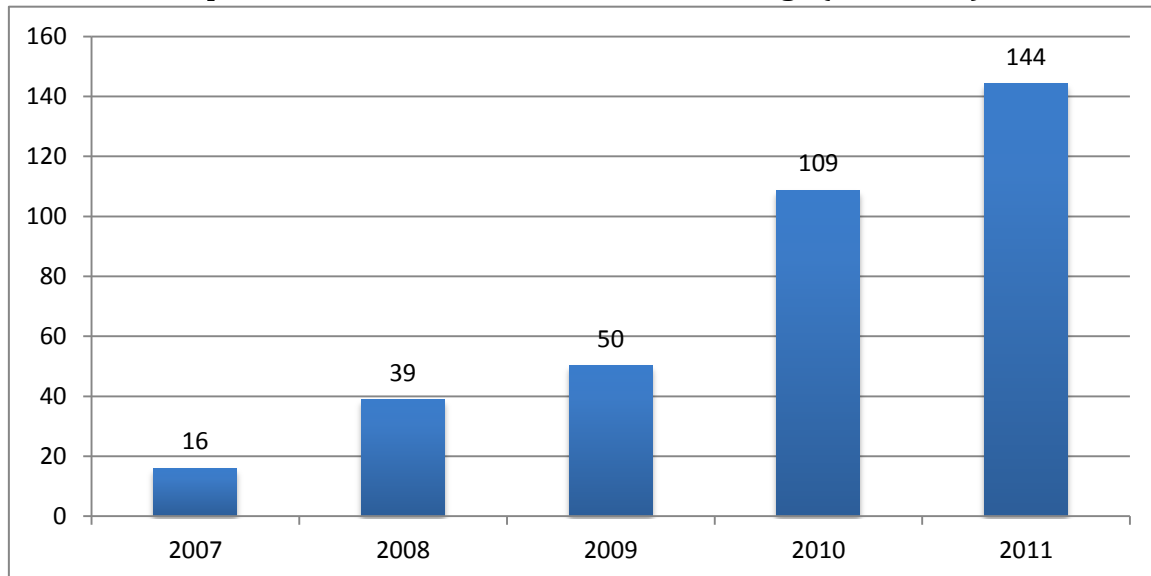
Fuente: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

Importación de Anchoas en Noruega (Toneladas)



Fuente: SBB (Instituto Noruego de Estadísticas)

Conchas de Abanico / Vieiras

Importación de Conchas de Abanico en Suecia (Toneladas)**No hay datos disponibles.****Importación de Conchas de Abanico en Noruega (Toneladas)**

Fuente: SBB (Instituto Noruego de Estadísticas)

Las vieiras se utilizan y se venden en Suecia y Noruega, tanto para los consumidores como para los restaurantes. Entre los factores importantes a considerar son:

- **Tamaño:** 10 a 20 vieiras por libra o inferior a 10 vieiras por libra - es decir, los tamaños más grandes - son los únicos que los suecos y los noruegos usan.
- **Color:** Las vieiras deben ser de color blanco, no amarillento (que, de acuerdo a las entrevistas, a menudo es el caso de las vieiras de Perú).
- **Huevas:** Las vieiras deben ser sin huevas para ser interesantes para Suecia y Noruega
- Grandes, blancas, sin huevas, se importan en volúmenes bastante grandes por contenedor.

Después de las entrevistas hemos identificado que en el mercado sueco hay varios importadores interesados - si la calidad y el precio es correcto.

En cuanto a Noruega, dos importadores están potencialmente interesados, pero no será fácil ya que el producto también se pesca localmente en Noruega.

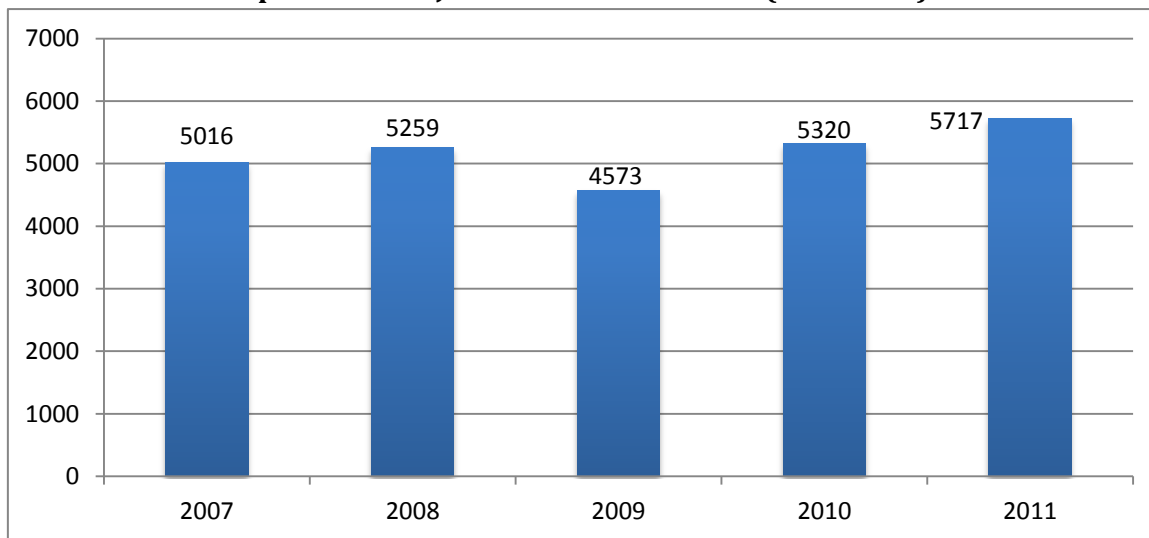
<i>Conclusión Suecia:</i> Proceder, hay varios importadores interesados

<i>Conclusión Noruega:</i> Proceder, unos pocos importadores pueden estar interesados

Jurel / Caballa del Pacífico

Suecia

Importación de Jurel – caballa en Suecia (Toneladas)



Fuente: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

De acuerdo a las entrevistas, el tipo más utilizado en Suecia, *Scomber scombrus* (caballa del Atlántico) es importada de Irlanda y Noruega. Los tipos de caballa del Pacífico no son muy populares en Suecia, el sabor es generalmente demasiado seco para los consumidores suecos.

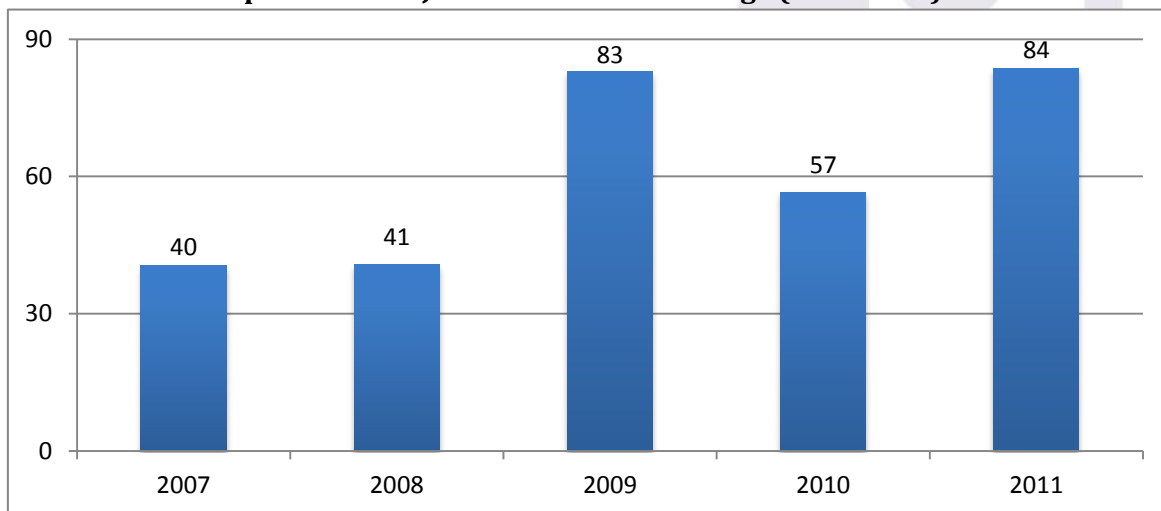
Sin embargo, hemos encontrado a dos potenciales importadores interesados.

Conclusión Suecia: Pequeño potencial, dos importadores pueden estar interesados

Noruega

Noruega es un gran exportador de la caballa, por lo que el interés por la importación del producto procedente de América del Sur es casi inexistente. Sin embargo, puede existir un interés de una compañía que importa y reexporta pescado a otros mercados, Drevik.

Conclusión Noruega: Pequeño potencial, interés en re-exportación, pero no en general

Importación de Jurel – caballa en Noruega (Toneladas)

Fuente: SBB (Instituto Norego de Estadísticas)

Langostinos – camarón / Langostino cola blanca**Suecia****Importación de Langostinos en Suecia (Toneladas)**

No hay datos disponibles.

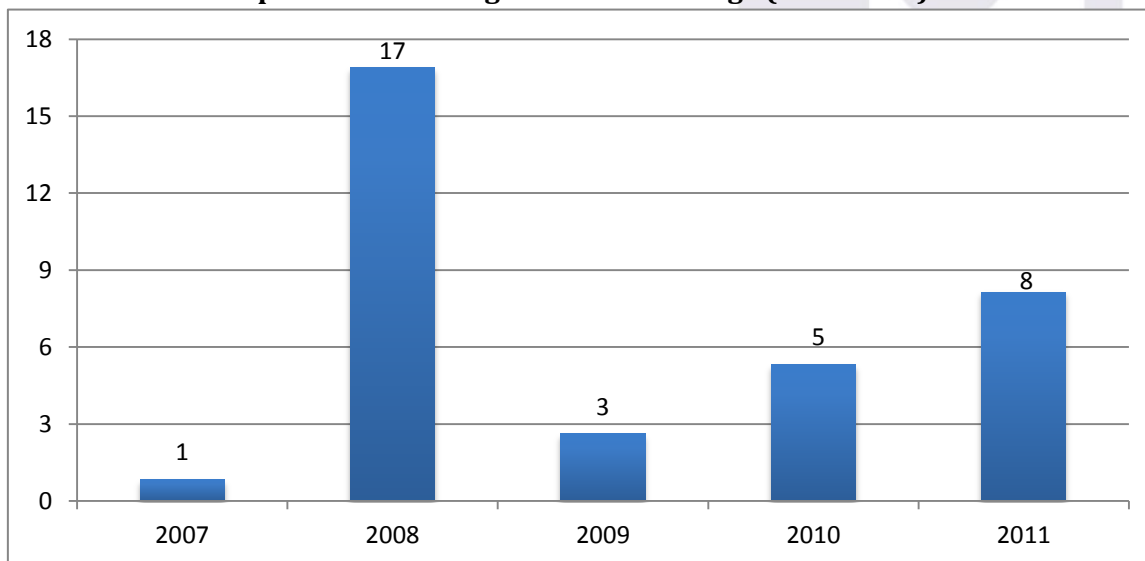
En Suecia hay un debate sobre el impacto ambiental de la producción del camarón, lo que hace el mercado del camarón un poco difícil. A pesar de esto, hay varias compañías en Suecia, que están interesadas en camarón blanco del Perú - sobre todo si son pescados en el medio natural y tienen certificación del MSC.

Conclusión Suecia: Proceder; hay varios importadores interesados

Noruega

No hay mercado en Noruega para camarones de aguas cálidas – a los consumidores simplemente no les gustan. Solamente tienen un mercado en este país los camarones de aguas frías, además se debe considerar que Noruega es un gran exportador de camarón.

Conclusión Noruega: Rechazar producto, no hay importadores interesados

Importación de Langostinos en Noruega (Toneladas)

Fuente: SBB (Instituto Noruego de Estadísticas)

Mahi Mahi**Suecia****Importación de Mahi Mahi en Suecia (Toneladas)**

No hay datos disponibles.

El Mahi mahi es considerado como un producto exclusivo en Suecia, que se utiliza sobre todo en los restaurantes. Dado que normalmente es demasiado caro para los platos del almuerzo, se utiliza como un manjar para la cena - por lo tanto los volúmenes son demasiado pequeños para llevar contenedores enteros a Suecia. No obstante, se podría trabajar con contenedores mixtos, y hemos encontrado varios proveedores potenciales interesados.

Conclusión Suecia: Proceder; hay varios importadores interesados, (pequeños volúmenes)

Noruega

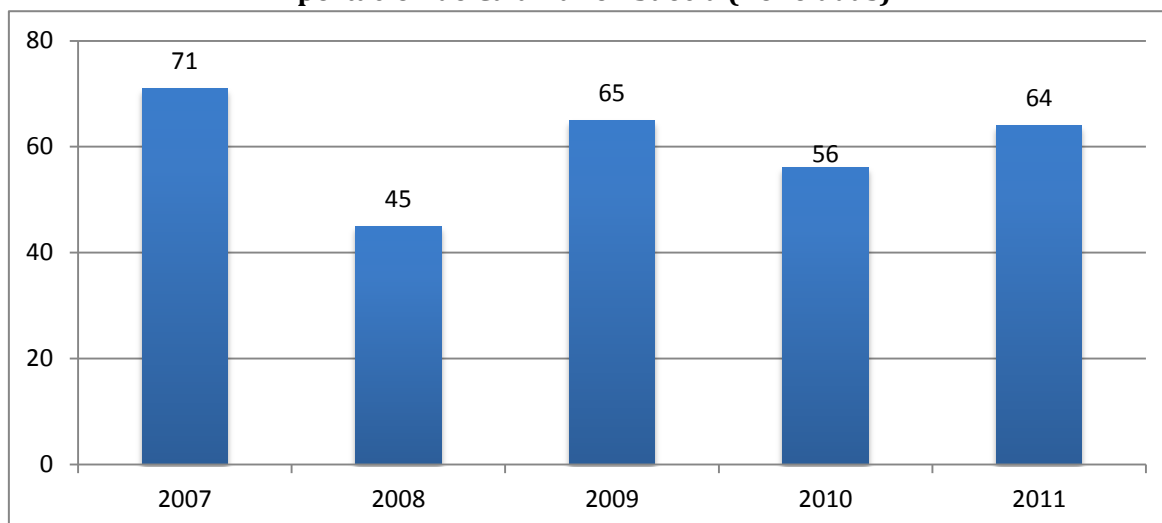
Importación de Mahi Mahi en Noruega (Toneladas)**No hay datos disponibles.**

El Mahi mahi no es muy utilizado en el mercado noruego, pero el sabor del pescado podría ser apreciado para los consumidores noruegos de acuerdo a las entrevistas. Puede haber un interés de introducir este pescado en el mercado noruego, y hemos encontrado dos importadores que están potencialmente interesados.

<i>Conclusión Noruega:</i> Proceder; hay buen interés entre los importadores
--

Pota / calamar gigante

Suecia

Importación de Calamar en Suecia (Toneladas)

Fuente: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

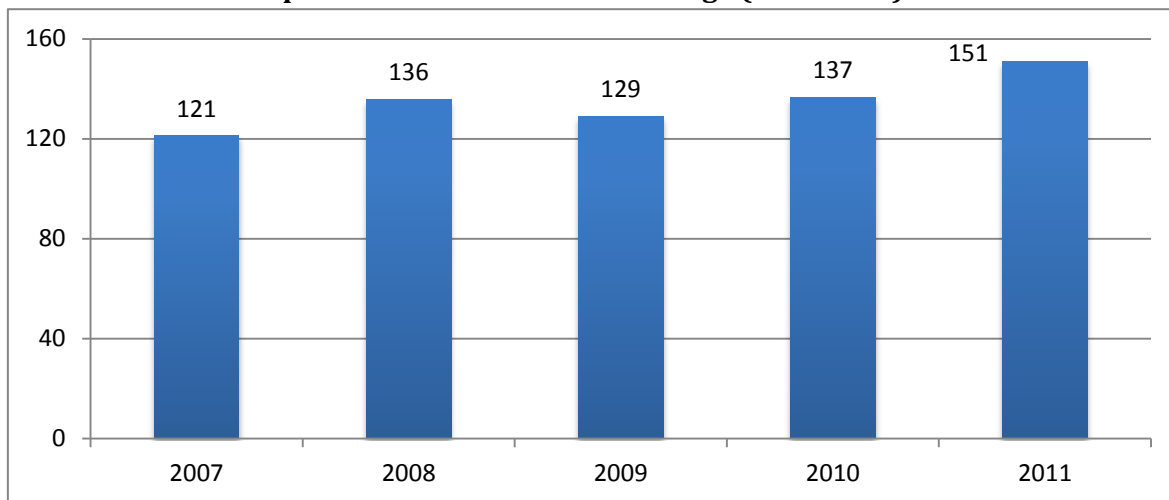
No hay grandes volúmenes de venta de calamar gigante en Suecia. Los principales importadores suecos compran calamar gigante en cantidades pequeñas de otros importadores europeos. El mayor importador y productor es España.

Los contenedores mixtos pueden ser interesantes, pero el potencial parece ser muy pequeño.

<i>Conclusión Suecia:</i> Rechazar; los volúmenes son demasiado pequeños
--

Noruega

Importación de Calamar en Noruega (Toneladas)



Fuente: SBB (Instituto Noruego de Estadísticas)

Los calamares gigantes se utilizan en Noruega, pero el mercado es muy pequeño. No hemos sido capaces de encontrar un importador que trate con el producto.

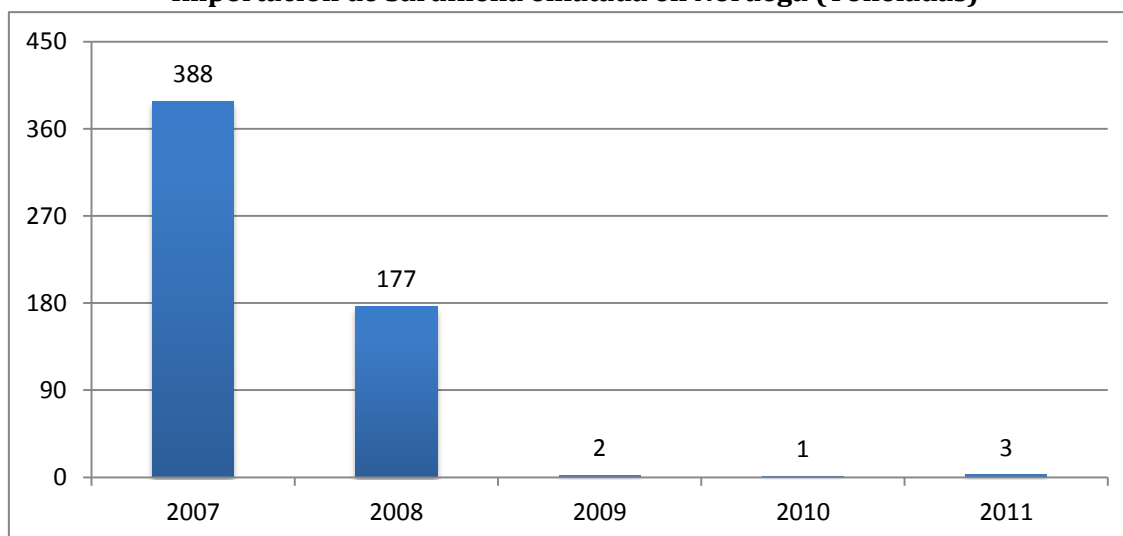
Conclusión Noruega: Rechazar producto

Sardinilla enlatada / sardina peruana, enlatada

Importación de Sardinella enlatada en Suecia (Toneladas)

No hay datos disponibles.

Importación de Sardinella enlatada en Noruega (Toneladas)



Fuente: SBB (Instituto Noruego de Estadísticas)

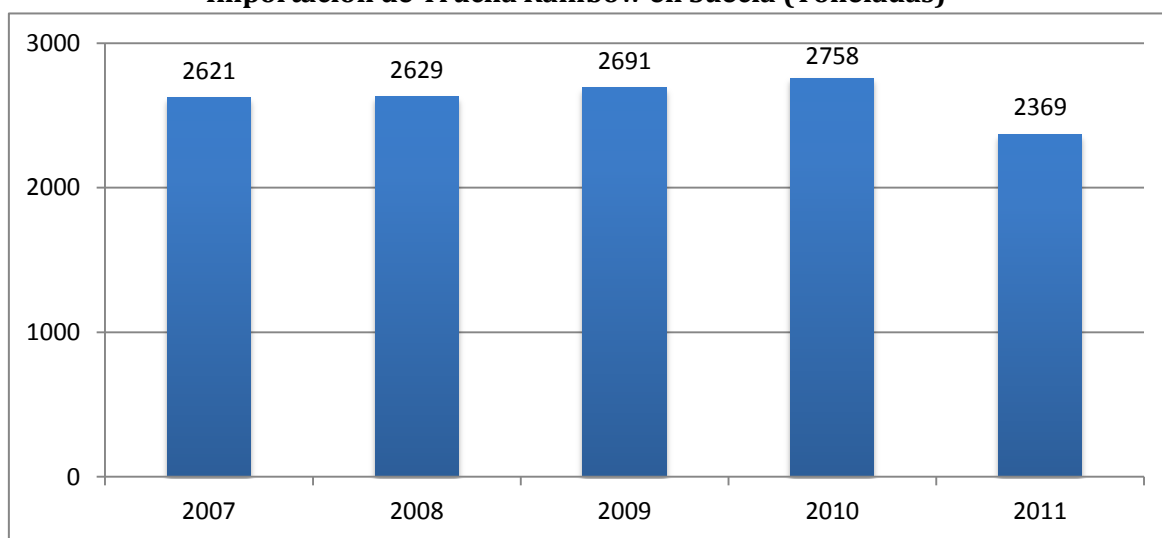
El mercado de las sardinas conservadas es muy pequeña en ambos países. Las sardinas que se utilizan son importadas principalmente desde Portugal. No hemos podido encontrar ningún importador interesado en ninguno de los dos países.

Recomendación Suecia: Rechazar productos

Recomendación Noruega: Rechazar productos

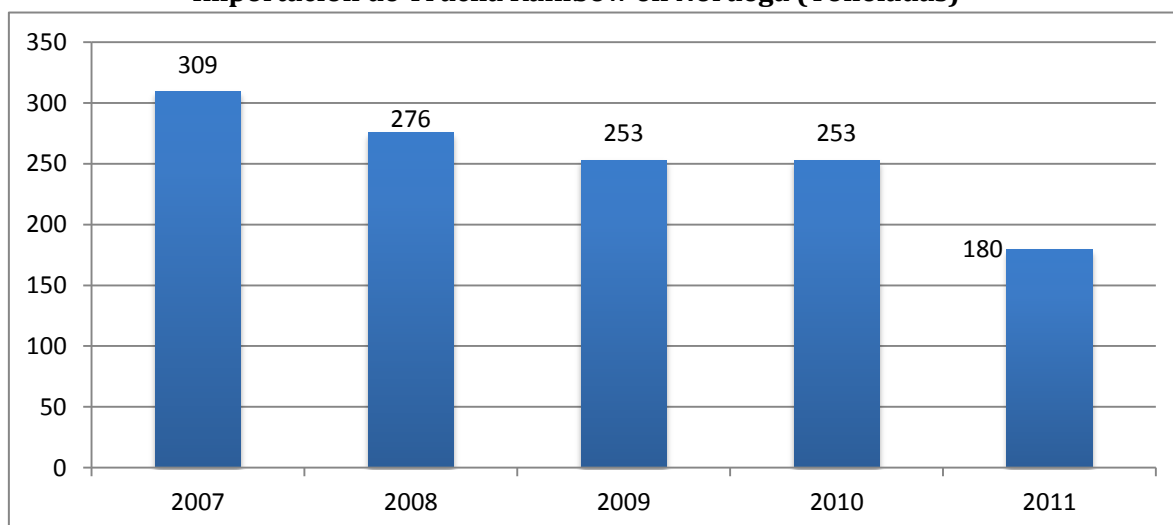
Trucha Arco Iris / trucha Rainbow

Importación de Trucha Rainbow en Suecia (Toneladas)



Fuente: SCB (Instituto Sueco de estadísticas)

Importación de Trucha Rainbow en Noruega (Toneladas)



Fuente: SBB (Instituto Norego de Estadísticas)

De acuerdo a las entrevistas, la trucha arco iris podría ser utilizada como un sustituto del salmón y es interesante para el mercado sueco y noruego. El precio es importante, ya que el pescado va a competir con el salmón de producción local. Además, la demanda oscila dependiendo del precio del salmón.

Recomendación Suecia: Proceda - varios importadores han expresado su interés

Recomendación Noruega: Proceda - puede haber un interés si el precio es bajo