

# Estudio de mercado para productos pesqueros en Dinamarca, Suecia y Finlandia



**PROMPERÚ, 2025**

**Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo**

**Subdirección de Inteligencia de Mercados y Prospectiva Comercial**

**Departamento de Inteligencia de Mercados**

**Coordinador:** Franck Pucutay Vásquez

**Supervisado por:** Andrés Bravo Ochoa

**Estudio desarrollado por:** GEMBA Seafood Consulting

**Equipo de trabajo:** Jens Henrik Moller

**Diseño y contraportada:** PROMPERÚ

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son proporcionadas únicamente con fines informativos.

## ÍNDICE

I.	Resumen Ejecutivo .....	5
II.	Alcance del Estudio Especializado.....	6
III.	Análisis de Producto (s).....	7
3.1.	Descripción del Sector.....	7
3.2.	Partidas Arancelarias .....	8
3.3.	Oferta Exportable Perú .....	9
3.3.1.	Producción nacional Perú .....	9
3.3.2.	Estacionalidad en Perú.....	11
3.3.3.	Exportaciones de Perú .....	11
IV.	Análisis de la Oferta en el mercado destino .....	14
4.1.	Producción del producto (s) en el mercado destino.....	14
4.2.	Exportaciones del producto (s) del país de destino .....	18
4.3.	Importaciones del país de destino del producto(s) .....	22
4.3.1.	Importaciones de productos pesqueros de Dinamarca .....	22
4.3.2.	Importaciones de productos pesqueros de Suecia .....	25
4.3.3.	Importaciones de productos pesqueros de Finlandia.....	28
4.4.	Estacionalidad de las importaciones del mercado de destino.....	30
4.4.1.	Estacionalidad de productos pesqueros de Dinamarca .....	30
4.4.2.	Estacionalidad de productos pesqueros de Suecia .....	31
4.4.3.	Estacionalidad de productos pesqueros de Finlandia.....	32
4.5.	Importaciones del mercado de destino desde Perú.....	33
4.5.1.	Importaciones de productos pesqueros de Dinamarca desde Perú .....	34
4.5.2.	Importaciones de productos pesqueros de Finlandia desde Perú.....	37
4.6.	Análisis de la competencia .....	38
4.6.1.	Principales Empresas Exportadoras Internacionales al mercado de destino 38	
4.6.2.	Principales Empresas Peruanas Exportadoras al mercado de destino....	41
V.	Análisis de la Demanda .....	43
5.1.	Perfil del Consumidor.....	43
5.2.	Análisis de Tendencias .....	47
5.3.	Variedades Más Consumidas (Especies y Formatos).....	50
5.4.	Presentaciones y Precios al Consumidor Final.....	52
5.5.	Percepción del Producto Peruano .....	57
VI.	Requisitos de Acceso al Mercado.....	60

6.1.	Medidas Arancelarias .....	60
6.2.	Medidas No Arancelarias .....	60
6.2.1.	Medidas Técnicas .....	60
6.2.2.	Medidas No Técnicas .....	61
6.3.	Normas Privadas.....	62
VII.	Logística .....	64
7.1.	Canales de Distribución.....	64
7.1.1.	Rutas de Acceso .....	64
7.1.2.	Costos Logísticos .....	65
7.1.3.	Principales Agencias de Transporte .....	65
7.2.	Canales de Comercialización.....	66
VIII.	Actividades de Promoción Comercial .....	69
8.1.	Ferias .....	69
8.2.	Exhibiciones .....	70
8.3.	Publicaciones Especializadas .....	71
8.4.	Otras Actividades de Promoción .....	72
IX.	Contactos de Interés .....	74
9.1.	Institucionales .....	74
9.1.1.	Dinamarca .....	74
9.1.2.	Suecia .....	74
9.1.3.	Finlandia.....	75
9.2.	Comerciales .....	75
9.2.1.	Dinamarca .....	75
9.2.2.	Suecia .....	76
9.2.3.	Finlandia.....	76
X.	Conclusiones y Recomendaciones .....	77
10.1.	Conclusiones.....	77
10.1.1.	Conclusiones a nivel de mercado.....	77
10.1.2.	Conclusiones a nivel de producto .....	78
10.2.	Recomendaciones estratégicas .....	80
XI.	Perfiles de Compradores.....	82
XII.	Bibliografía.....	82
11.1.	Nota metodológica .....	83

## I. Resumen Ejecutivo

El presente estudio de mercado tiene como objetivo identificar oportunidades reales y potenciales para la oferta exportable peruana de productos pesqueros para consumo humano directo en Dinamarca, Suecia y Finlandia, a partir de un análisis sistemático de la dinámica comercial, tendencias de consumo y requerimientos de acceso en estos mercados.

Dinamarca, Suecia y Finlandia constituyen plazas estratégicas para la expansión de las exportaciones pesqueras peruanas. En 2024, las importaciones conjuntas de productos pesqueros<sup>1</sup> de estos tres países superaron los USD 10 mil millones, distribuidos en Suecia (USD 6 130 millones), Dinamarca (USD 3 289 millones) y Finlandia (USD 604 millones). El crecimiento promedio anual de sus importaciones en los últimos cinco años fue de 5.1% en Suecia, 5.7% en Dinamarca y 4.1% en Finlandia.

Los principales productos de interés para la oferta peruana, dados los valores de importación en 2024, son:

- Preparaciones y conservas de atún: Dinamarca USD 45 M, Finlandia USD 43 M, Suecia USD 36 M,
- Langostinos congelados: Dinamarca USD 38 M, Suecia USD 23 M, Finlandia USD 11 M.
- Vieiras congeladas: Dinamarca USD 26 M, Suecia USD 3.5 M, Finlandia USD 0.5 M.
- Filetes de pescado congelados: Dinamarca USD 39 M, Suecia USD 14 M, Finlandia USD 1.5 M.

A nivel de desempeño exportador, en 2024 las exportaciones pesqueras totales de Perú alcanzaron USD 3 606 millones, de los cuales 36% correspondió a productos para consumo humano directo (CHD). Sin embargo, las exportaciones peruanas de productos pesqueros CHD hacia los países nórdicos son aún limitadas, totalizando USD 3.8 millones, con Dinamarca como principal destino (87% del total), seguido de Finlandia y Noruega.

Los principales productos pesqueros exportados por Perú a los países nórdicos<sup>2</sup> fueron:

- Vieiras congeladas: USD 1.7 millones.
- Colas de gambón argentino: USD 1.4 millones.
- Filetes congelados de mahi mahi: USD 293 mil.
- Subproductos congelados de pota: USD 243 mil.

---

<sup>1</sup> Según PROMPERÚ, se considera dentro de la categoría de “productos pesqueros” a aquellos comprendidos entre los subcapítulos arancelarios del Sistema Armonizado (SH04) 0302 al 0308, así como los subcapítulos específicos 1604 y 1605.

<sup>2</sup> PROMPERÚ - SUNAT

- Filetes de trucha congelados: USD 239 mil.

Respecto a la competencia, Perú enfrenta una fuerte presencia de Vietnam, China y Ecuador dominan en conservas y congelados.

Los consumidores nórdicos priorizan productos con certificaciones de sostenibilidad, aunque no es excluyente en plazas como Dinamarca y Finlandia; alta calidad, conveniencia y trazabilidad, lo que abre una ventana estratégica para los productos peruanos diferenciados.

En conclusión, el presente estudio permitirá identificar oportunidades específicas para incrementar la presencia de productos pesqueros peruanos en Dinamarca, Suecia y Finlandia, mediante estrategias de diversificación de producto, sostenibilidad certificada y adecuación a las tendencias de consumo locales.

## II. Alcance del Estudio Especializado

El presente estudio especializado tiene como finalidad identificar, evaluar y priorizar oportunidades comerciales para la oferta exportable peruana de productos pesqueros con valor agregado en los mercados de Dinamarca, Suecia y Finlandia, considerando su creciente dinamismo importador, sus altos estándares de calidad y sostenibilidad, así como las tendencias de diversificación en el consumo de productos hidrobiológicos.

Para ello, el alcance del estudio incluye:

- **Cobertura geográfica:** los tres principales países nórdicos de interés para la oferta pesquera peruana: Dinamarca, Suecia y Finlandia. Se abordarán de manera independiente y comparativa sus estructuras de mercado, niveles de consumo, canales de distribución, perfiles de importación, barreras de acceso y competidores principales.
- **Cobertura de producto:** se analizarán las principales líneas priorizadas por PROMPERÚ, incluyendo langostinos vannamei congelados, conchas de abanico, filetes congelados de mahi mahi, pota cruda congelada, conservas de túnidos, y otros productos con potencial identificado en base a la demanda específica de cada país.
- **Fuentes de información:** se empleará un enfoque mixto, integrando información secundaria (bases de datos internacionales como COMTRADE, Eurostat, Trademap, FAO y EUMOFA, entre otros), con información primaria obtenida a través de 20 entrevistas en profundidad a potenciales compradores (importadores, distribuidores, mayoristas y procesadores) seleccionados en coordinación con PROMPERÚ.
- **Componentes del análisis:**

- Descripción del perfil del consumidor nórdico y sus hábitos de compra en productos del mar.
- Evaluación de la estructura de la cadena de comercialización y distribución.
- Identificación y análisis de los requisitos normativos y técnicos (arancelarios, sanitarios, de trazabilidad y sostenibilidad).
- Análisis competitivo frente a proveedores regionales y extrarregionales.
- Identificación de los productos peruanos con mayor potencial de ingreso y posicionamiento, según el perfil de demanda de cada país.
- **Resultados esperados:** el estudio permitirá a PROMPERÚ y a los exportadores del sector tomar decisiones informadas para:
  - Iniciar o fortalecer acciones de prospección comercial.
  - Definir estrategias de acceso al mercado.
  - Detectar barreras técnicas y comerciales a superar.
  - Proponer mejoras en la articulación de la oferta exportable con los requerimientos del mercado nórdico.

## III. Análisis de Producto (s)

### 3.1. Descripción del Sector

Perú posee una oferta exportable pesquera diversa y de alta calidad, impulsada por la riqueza de sus ecosistemas marinos. Sus principales productos incluyen pescados frescos y procesados como la anchoveta, bonito, jurel, merluza y mahi mahi, así como cefalópodos (pota, calamar y pulpo), moluscos (vieiras) y crustáceos (langostinos). Además, se han desarrollado productos con valor agregado como surimi, mixturas marinas y preformados, respondiendo a la demanda de mercados internacionales.

El sector pesquero peruano destaca por su compromiso con la sostenibilidad, cumpliendo regulaciones estrictas y estándares sanitarios globales. Su competitividad se basa en el uso de tecnología avanzada en congelado y enlatado, garantizando frescura y valor nutricional. Esta oferta exportable representa una oportunidad clave para fortalecer la presencia del país en mercados estratégicos y diversificar su comercio exterior.

En 2024, las exportaciones pesqueras totales del Perú alcanzaron los USD 3.6 mil millones. De este monto, el 64% correspondió a commodities como el aceite y la harina de anchoveta, mientras que el 36% restante correspondió a productos destinados al consumo humano directo. Entre estos últimos, destacaron la pota (USD 340 millones), los langostinos (USD 177 millones), el jurel (USD 139 millones), las vieiras (USD 122 millones) y el mahi mahi (USD 105 millones).

Por otro lado, las exportaciones peruanas de productos pesqueros para consumo humano directo a los países nórdicos sumaron USD 3.8 millones en 2024, con Dinamarca como principal destino (87% del total). Otros mercados receptores fueron Finlandia (USD 243 mil) y Noruega (USD 239 mil). Entre los productos más demandados en la región destacaron las vieiras congeladas (USD 1.7 millones), las colas de gambón argentino (USD 1.4 millones), los filetes congelados de mahi mahi (USD 293 mil), los subproductos congelados de la pota (USD 243 mil) y los filetes congelados de trucha (USD 239 mil)<sup>3</sup>.

### 3.2. Partidas Arancelarias

**Cuadro N°01 – Partidas arancelarias de la oferta exportable peruana priorizadas para el presente estudio**

SUBPARTIDA (SH06)	DESCRIPCIÓN	IMPORTACIONES 2024
1604.14	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito “Sarda spp.”, enteros o en trozos (exc. Picados)	Dinamarca – USD 46 M Finlandia - USD 43 M Suecia – USD 36 M
0306.17	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumados, incluso pelados o no, incl. camarones y langostinos sin pelar, cocidos en agua o en agua hirviendo	Dinamarca – USD 38 M Suecia - USD 23 M Finlandia – USD 11 M
0307.22	Vieiras y otros moluscos de la familia Pectinidae, congelados, incluso con cáscara	Dinamarca – USD 26 M Suecia - USD 4 M Finlandia – USD 0.5 M
0304.99	Congelados de carne de pescado ncop (excl. Filetes)	Suecia – USD 16 M Dinamarca - USD 16 M Finlandia – USD 4 M
0304.89	Filetes de pescados congelados, nep	Dinamarca – USD 39 M Suecia - USD 14 M Finlandia – USD 1.5 M
0307.43	Pescado y calamar, congelados, con o sin cáscara	Dinamarca – USD 8.4 M Suecia - USD 1.4 M Finlandia – USD 1 M
1604.16	Preparaciones y conservas de anchoas, enteras o en trozos	Suecia – USD 1.7 M Dinamarca - USD 1 M Finlandia – USD 0.4 M

Fuente: Trademap

Las partidas arancelarias priorizadas por PROMPERÚ corresponden a productos pesqueros con alto potencial de exportación para el mercado nórdico, considerando su demanda histórica, volumen de importaciones y la capacidad de la industria peruana para abastecer estos productos. En particular, se priorizan productos de mayor valor agregado, como filetes congelados, preparaciones y conservas, así como mariscos y moluscos con alta aceptación en estos mercados. Esto responde a la tendencia de los consumidores nórdicos por productos listos para el consumo y de fácil preparación, además de su interés en fuentes de proteína sostenibles.

<sup>3</sup> PROMPERÚ - SUNAT

Asimismo, la selección se basa en el análisis de las importaciones de Dinamarca, Suecia y Finlandia, que reflejan una demanda significativa por especies como atún, vieiras, langostinos y calamares, productos en los que Perú tiene una oferta competitiva. Además, estos mercados tienen estándares de calidad exigentes y preferencias por productos con certificaciones de sostenibilidad, aspecto en el que varias empresas peruanas han avanzado en los últimos años. Por tanto, estas partidas representan oportunidades estratégicas para diversificar y consolidar la presencia de la oferta pesquera peruana en los países nórdicos.

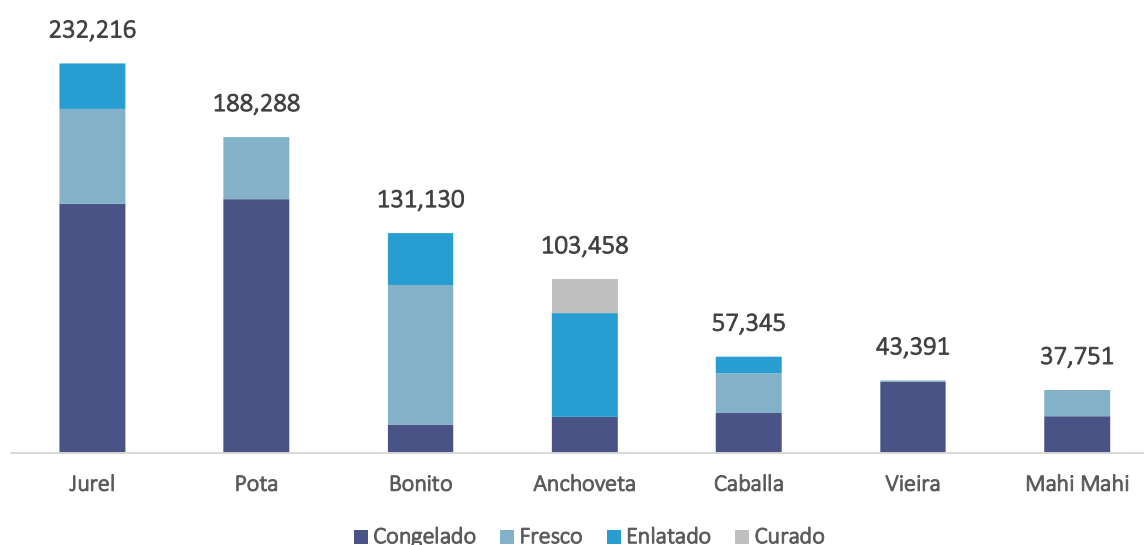
### 3.3. Oferta Exportable Perú

#### 3.3.1. Producción nacional Perú

Perú es uno de los cinco principales productores pesqueros a nivel global<sup>4</sup>. En 2023, alrededor de 4 654 empresas conformaron el sector pesquero peruano, de las cuales 1 318 se localizaron en Piura, 1 096 en Lima, 300 en Áncash, 251 en Lambayeque y 223 en Puno<sup>5</sup>.

En 2024, los desembarques peruanos alcanzaron 5.8 mil TM, de los cuales el 80% se destina a la elaboración de aceite y harina de pescado; mientras que el 20% restante se dirige al consumo humano directo.

**Gráfico N°01 – Desembarques de los principales productos pesqueros peruanos destinados al consumo humano directo por utilización en 2024**  
TM



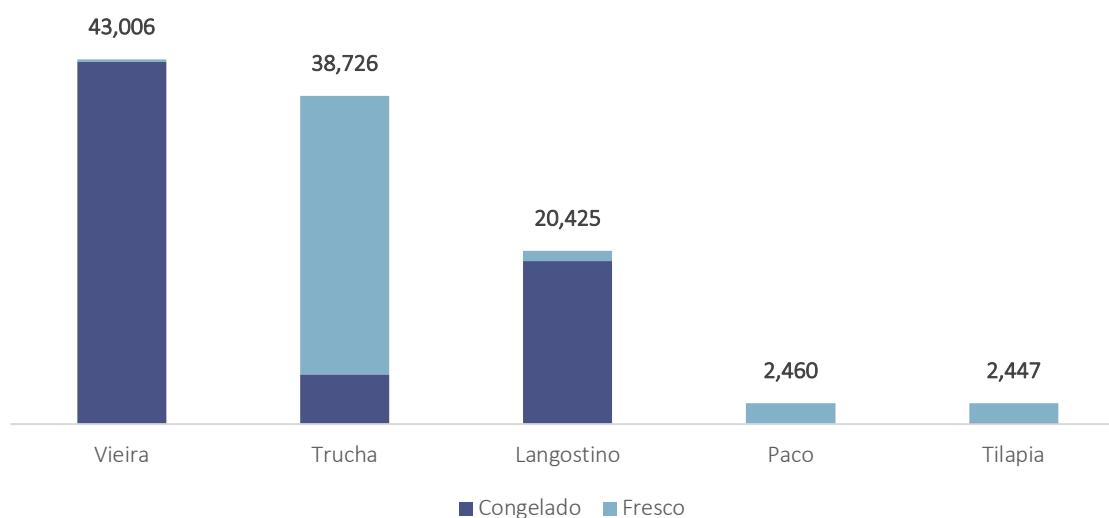
Fuente: Ministerio de la Producción del Perú

<sup>4</sup> FAOSTAT

<sup>5</sup> Ministerio de la Producción del Perú

La producción para consumo humano directo totalizó 1.2 millones de TM en 2024, con una distribución del 43% para productos congelados, 39% para productos frescos, 14% para enlatados y 4% para curados. Entre las especies más representativas de este segmento destacan el jurel (232 mil TM), la pota (188 mil TM), la caballa (57 mil TM), las vieiras (43 mil TM) y el mahi mahi (38 mil TM), todas fundamentales en la oferta exportable<sup>6</sup>.

Gráfico N°02 – Producción acuícola peruana por utilización en 2024  
TM



Fuente: Ministerio de la Producción del Perú

La producción acuícola peruana alcanzó las 108 mil TM en 2024, con una distribución del 59% en acuicultura marítima o maricultura y el 41% en acuicultura continental. Entre las principales especies cultivadas destacan las vieiras (*Argopecten purpuratus*), un recurso nativo de Sudamérica en el que Perú se consolida como el principal productor de la región. La trucha, por su parte, es la especie más relevante dentro de la acuicultura continental, con un fuerte consumo en las regiones andinas, donde se comercializa mayormente en presentaciones frescas. Adicionalmente, existe una menor pero significativa producción destinada a la exportación en formatos congelados, principalmente hacia Estados Unidos y Japón.

Otro producto de gran importancia es el langostino (*Litopenaeus vannamei*), cuya producción se concentra en las regiones del norte del país, cercanas a la frontera con Ecuador. Su comercialización se orienta principalmente a la exportación, con destinos clave como Estados Unidos, Corea del Sur, Canadá y China. En términos de competitividad, la industria acuícola peruana enfrenta retos asociados a la sostenibilidad,

<sup>6</sup> Ministerio de la Producción del Perú

certificaciones internacionales y el acceso a mercados con altos estándares sanitarios. Ante estos desafíos, las estrategias de promoción y diversificación comercial resultan fundamentales, ya que permiten posicionar mejor la oferta peruana en segmentos que valoran prácticas responsables y productos con valor agregado, así como reducir la dependencia de mercados tradicionales y acceder a nuevos nichos internacionales. Tal como lo han demostrado experiencias de países como Chile o Noruega, una adecuada articulación entre certificación, trazabilidad y posicionamiento internacional puede convertirse en una ventaja competitiva clave.

### 3.3.2. Estacionalidad en Perú

La estacionalidad de la producción pesquera peruana varía según la naturaleza del recurso, diferenciándose entre productos de acuicultura y productos de captura.

Por un lado, en la acuicultura, especies como el langostino (*Litopenaeus vannamei*) y las vieiras (*Argopecten purpuratus*) presentan una disponibilidad relativamente constante a lo largo del año, ya que su producción se gestiona en función de ciclos de cultivo programados. Dependiendo de la especie y la zona de cultivo, pueden realizarse una o más campañas anuales, lo que permite una oferta estable en el mercado.

Por otro lado, los productos de captura, como el mahi mahi, la pota y los túnidos, están sujetos a una mayor variabilidad en su disponibilidad debido a factores climáticos y oceanográficos. Fenómenos como El Niño y La Niña afectan la distribución y abundancia de estos recursos, influyendo en los períodos de captura y, en consecuencia, en la oferta de productos procesados, como filetes congelados y conservas.

### 3.3.3. Exportaciones de Perú

**Cuadro N°02 – Evolución de las exportaciones peruanas de productos pesqueros por categoría para el periodo 2020 – 2024**  
Miles de USD

Categoría	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 24 - 23	Part. % 2024
<b>CHI</b>	<b>1,563</b>	<b>2,363</b>	<b>2,407</b>	<b>1,165</b>	<b>2,296</b>	<b>97%</b>	<b>64%</b>
Harina	1,196	1,833	1,838	927	1,618	75%	45%
Aceite	367	530	569	238	678	185%	19%
<b>CHD</b>	<b>1,283</b>	<b>1,448</b>	<b>1,544</b>	<b>1,707</b>	<b>1,286</b>	<b>-24%</b>	<b>36%</b>
Congelados	1,143	1,306	1,402	1,564	1,104	-29%	31%
Conservas	98	90	91	100	140	40%	4%
Curados	33	40	34	25	27	7%	1%
Frescos	9	12	17	18	15	-16%	0%
<b>Otros</b>	<b>23</b>	<b>42</b>	<b>75</b>	<b>49</b>	<b>24</b>	<b>-52%</b>	<b>1%</b>
Diversos	21	39	73	47	22	-54%	1%

Vivos	2	3	2	2	2	3%	0%
<b>Total</b>	<b>2,868</b>	<b>3,853</b>	<b>4,026</b>	<b>2,921</b>	<b>3,606</b>	<b>24%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

En 2024, las exportaciones peruanas de productos pesqueros alcanzaron USD 3,606 millones, registrando un crecimiento interanual del 23%. Este aumento se debió principalmente a la expansión de los envíos de productos destinados al consumo humano indirecto (CHI), que prácticamente se duplicaron en comparación con 2023, impulsados por una mayor captura de anchoveta, el principal insumo para la producción de harina y aceite de pescado. En conjunto, estos productos representaron el 64% del total exportado, consolidándose como la categoría más relevante dentro del sector.

Este incremento coincidió con la recuperación de las cuotas de pesca y la estabilización de las condiciones oceanográficas tras el impacto del fenómeno de El Niño, que en 2023 redujo la disponibilidad del recurso. Además, el mercado asiático, especialmente China, mostró una mayor demanda de harina de pescado debido al repunte en la producción de alimentos para acuicultura, reforzando el dinamismo de esta categoría.

Por otro lado, las exportaciones de productos para consumo humano directo (CHD) sumaron USD 1 286 millones en 2024, reflejando una caída del 24.7% respecto al año anterior. La contracción en esta categoría se atribuye a factores logísticos y sanitarios, como los mayores costos del transporte marítimo y restricciones en mercados clave, como la Unión Europea y Estados Unidos<sup>7</sup>.

Dentro de esta categoría, los productos congelados fueron los más representativos, con los siguientes valores destacados:

- Pota: USD 338 millones (-59.4%), afectada por los menores niveles de capturas en Perú.
- Langostinos: USD 177 millones (-32.0%), impactados por la sobreoferta en mercados asiáticos.
- Jurel: USD 136 millones (+73.1%), favorecido por acuerdos comerciales con mercados africanos.
- Conchas de abanico: USD 122 millones (+96.0%), con una fuerte demanda en Europa.
- Mahi-mahi: USD 105 millones (+7.7%), con recuperación en el mercado estadounidense.

Las exportaciones de conservas alcanzaron un récord histórico de USD 140 millones, lo que representó un crecimiento del 40% en comparación con 2023. Este desempeño

---

<sup>7</sup> PROMPERÚ

positivo estuvo impulsado por la diversificación de mercados y el aumento de la demanda en Latinoamérica y Europa. Entre los productos más relevantes se destacan:

- Atún: USD 77 millones (+71.2%), con mayor penetración en Reino Unido y Países Bajos.
- Anchoeta: USD 53 millones (+33.2%), beneficiada por su posicionamiento como un producto saludable y sostenible.

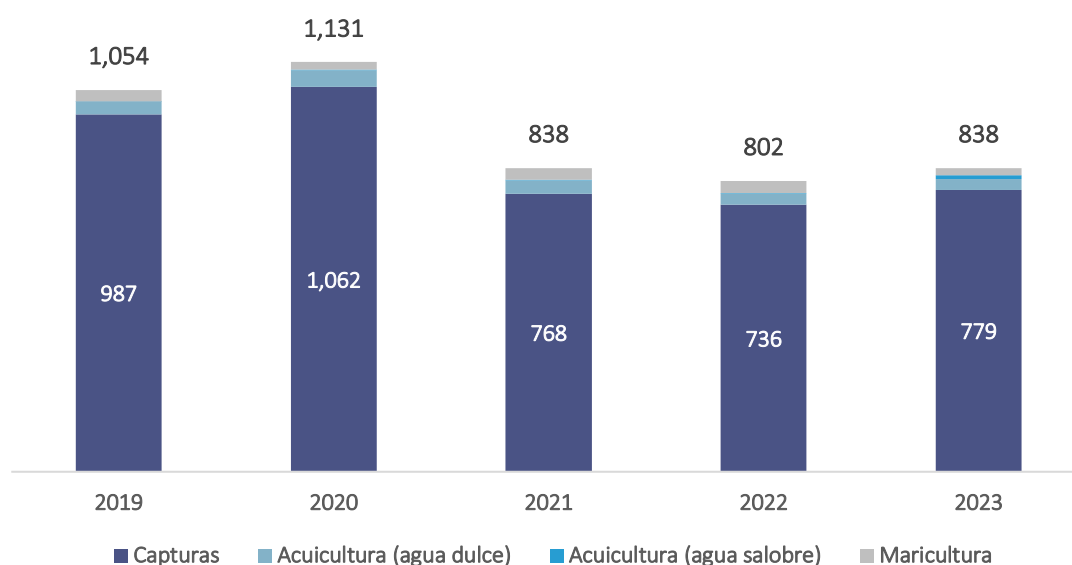
La oferta exportable de conservas se concentró en presentaciones en aceite vegetal, salmuera y salsas especiales, adaptándose a las preferencias de los consumidores internacionales.

Finalmente, las exportaciones de productos curados totalizaron USD 27 millones, destacando los envíos de anchoas en salazón, impulsados por la demanda en el mercado europeo, especialmente en España e Italia.

## IV. Análisis de la Oferta en el mercado destino

### 4.1. Producción del producto (s) en el mercado destino<sup>8</sup>

Gráfico N°03 – Evolución de la producción pesquera danesa por método de producción  
2019 - 2023  
Miles de TM



Fuente: FAO FishStatJ

La producción pesquera en Dinamarca se encuentra en un punto de inflexión donde la captura tradicional sigue siendo dominante, pero enfrenta desafíos que han impulsado el crecimiento de la acuicultura como alternativa sostenible. Aunque la flota pesquera danesa sigue siendo robusta, con 1 841 embarcaciones activas y un volumen de capturas de 779 mil toneladas en 2023, la reducción de las poblaciones de peces y las regulaciones pesqueras pueden estar limitando el crecimiento del sector<sup>9</sup>.

La pesca industrial, centrada en la producción de harina y aceite de pescado, se basa en especies como el lanzón, el bacaladilla azul y el espadín. Por otro lado, la pesca para consumo humano se concentra en especies como el arenque y la caballa (pesca pelágica), así como bacalao, merluza, solla y eglefino (pesca demersal). Las principales regiones pesqueras se encuentran en Jutlandia, especialmente en los puertos de Hanstholm, Hirtshals y Skagen, donde se registra más del 55% de la flota y el 83% del tonelaje total<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> Para esta sección se optó por utilizar principalmente la base de datos FishStatJ de la FAO como fuente estandarizada, en lugar de EUMOFA o fuentes nacionales oficiales, debido a su mayor cobertura internacional, consistencia metodológica y disponibilidad de datos actualizados al año 2023. En comparación, EUMOFA presenta datos hasta 2022, mientras que las fuentes nacionales pueden presentar barreras idiomáticas y diferencias en criterios de clasificación que dificultan la comparabilidad.

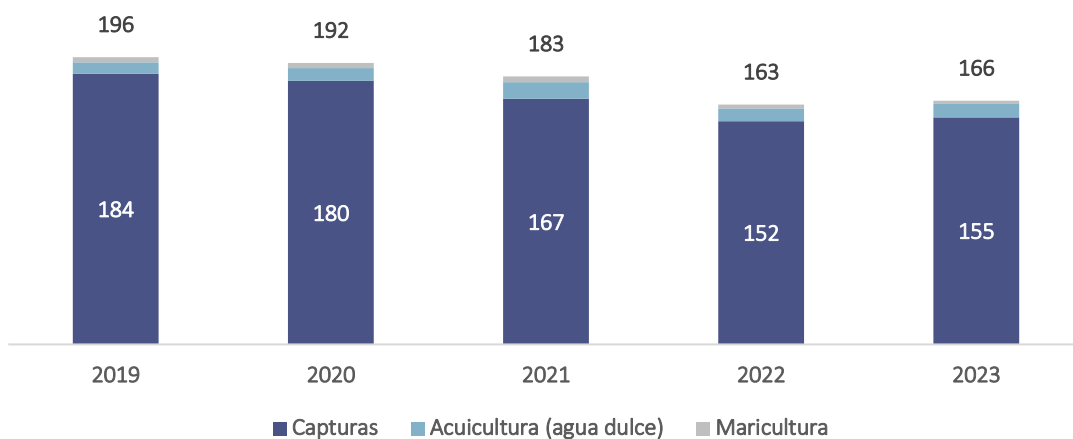
<sup>9</sup> FishStatJ - FAO

<sup>10</sup> EUMOFA

Ante este panorama, la acuicultura ha ganado relevancia como una alternativa viable para mantener la producción pesquera y reducir la presión sobre las poblaciones silvestres. La acuicultura danesa alcanzó una producción de 33 mil TN en 2023, impulsada principalmente por la cría de trucha arcoíris, que representa más del 74% del total. La producción acuícola se distribuye en dos segmentos: las granjas terrestres, ubicadas mayormente en Jutlandia, y las jaulas marinas, concentradas en el mar Báltico. Aunque la acuicultura aún representa una fracción menor de la producción total, la implementación de sistemas de recirculación y la diversificación de especies como el salmón, la anguila europea y el pez limón amarillo sugieren que este sector podría desempeñar un papel crucial en el futuro sostenible de la pesca danesa

En materia de sostenibilidad, según el Marine Stewardship Council (MSC), Dinamarca cuenta con diversas pesquerías certificadas, entre las que destacan las de mejillones (incluidos los de concha azul), ostras, berberechos, así como las de especies demersales, vieiras reina (*queen scallops*) y arenques en las Islas Feroe. Por su parte, bajo el estándar del Aquaculture Stewardship Council (ASC), Dinamarca posee 27 granjas certificadas, principalmente de salmón y trucha arcoíris. Adicionalmente, en su territorio de ultramar, las Islas Feroe cuentan con 19 granjas certificadas, todas ellas dedicadas exclusivamente al cultivo de salmón.

**Gráfico N°04 – Evolución de la producción pesquera sueca por método de producción 2019 - 2023**  
Miles de TM



Fuente: FAO FishStatJ

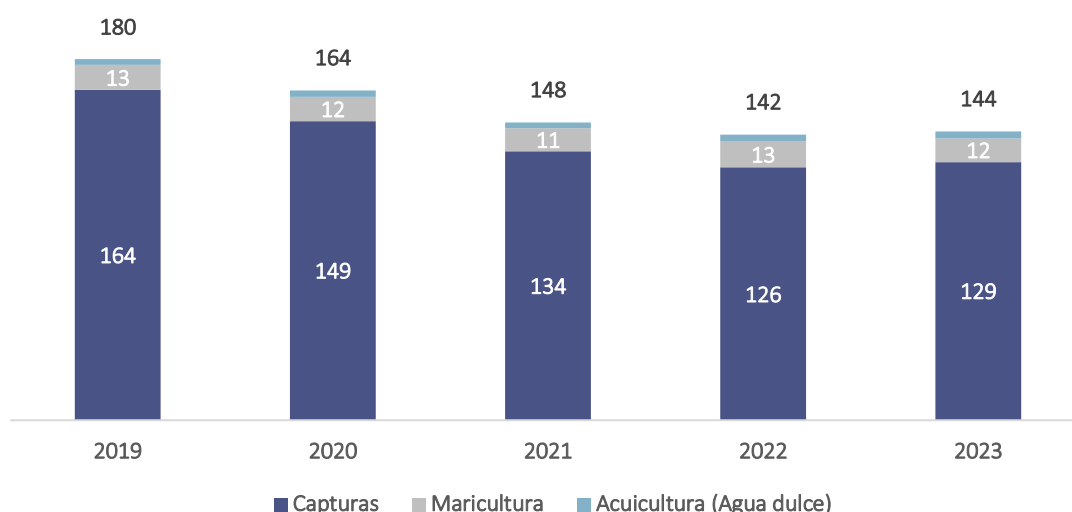
La producción pesquera en Suecia ha experimentado una disminución en los últimos años, pasando de 196 mil TN en 2019 a 166 mil TN en 2023. Esta reducción se debe principalmente a la caída en las capturas, mientras que la acuicultura, tanto en agua dulce como en maricultura, ha mostrado una estabilidad con ligeras alzas. Las especies más

relevantes siguen siendo el arenque del Atlántico y el espadín, que representan cerca del 70% de las capturas totales, confirmando la tendencia especializada del país en especies pelágicas. En paralelo, especies como la trucha arco iris (74% de la producción acuícola en 2023, coincidentemente similar proporción que en Dinamarca) y el mejillón común han ganado protagonismo en el cultivo acuícola, lo que refleja una diversificación moderada en la producción.

El informe de la Comisión Europea sobre el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (EMFF) refuerza estos datos al evidenciar que, aunque la pesca representa solo el 0,10 % del PIB sueco, tiene un rol clave en algunas regiones costeras. El país cuenta con una flota pesquera reducida pero eficiente, concentrada mayoritariamente en la costa oeste, y aplica sistemas de cuotas transferibles para mejorar la gestión en pesquerías pelágicas. Además, la implementación del veto a los descartes y las medidas de control sobre la actividad pesquera responden al compromiso del país con la sostenibilidad, impulsado también por una política nacional alineada con la Política Pesquera Común de la Unión Europea.

En materia de sostenibilidad, según el Marine Stewardship Council (MSC), Suecia cuenta con algunas pesquerías certificadas, entre las que se encuentran las de luciopercas, arenques y mejillones. Por su parte, bajo el estándar del Aquaculture Stewardship Council (ASC), Suecia solo tiene una piscigranja certificada de trucha de agua dulce.

**Gráfico N°05 – Evolución de la producción pesquera fina por método de producción 2019 - 2023**  
Miles de TM



Fuente: FAO FishStatJ

La producción hidrobiológica de Finlandia ha experimentado avances notables en los últimos años, destacando en 2022 con un récord en producción acuícola que no se alcanzaba desde finales de los años noventa. La especie predominante en la acuicultura es la trucha arcoíris, que representó aproximadamente 14 mil TN producidas ese año para consumo humano. En Finlandia, la trucha arcoíris se cultiva principalmente en jaulas marinas ubicadas en el mar Báltico<sup>11</sup>.

En cuanto a la captura marina, el arenque del Báltico es la especie más significativa, representando alrededor del 54 % del volumen total, seguido por el espadín (*sprat*). Estas especies, además de su valor alimentario, desempeñan un papel clave en la industria de harinas y aceites de pescado utilizados en la alimentación animal.

Las zonas de producción están claramente diferenciadas entre el ámbito marino y el continental. En el sector acuícola, las Islas Åland lideran con el 43 % del total, seguidas por el suroeste de Finlandia y la región costera de Satakunta. En aguas interiores, destacan Savonia, Kainuu y Laponia, regiones que aprovechan los vastos recursos hídricos del país, conformado por más de 180 mil lagos y numerosos ríos. En el sector marino, las principales áreas de desembarque se ubican en Uusimaa, el suroeste, Satakunta y Ostrobotnia, zonas desde donde se capturan las especies más importantes del Báltico. La infraestructura pesquera incluye unas 3 200 embarcaciones, en su mayoría pequeñas, aunque con una participación creciente de buques más grandes, como los arrastreros, que dominan la pesca comercial<sup>12</sup>.

El crecimiento de la acuicultura contrasta con la disminución del número de piscigranjas, que se ha reducido a casi la mitad desde 2006. No obstante, el sector ha logrado incrementar su eficiencia y producción gracias a nuevas tecnologías como los sistemas de recirculación (RAS), que generaron 15 mil TN en 2023. También se observa una disminución en la producción de alevines para repoblamiento, atribuida a políticas de gestión más estrictas y a la recuperación natural de ciertas especies. La combinación de prácticas sostenibles, innovación tecnológica y diversificación de especies posiciona a Finlandia como un ejemplo de desarrollo pesquero y acuícola adaptado a las condiciones ambientales y económicas actuales.

En materia de sostenibilidad, según el Marine Stewardship Council (MSC), Finlandia la pesquería de arenque certificada, la cual es compartida con Suecia. Por su parte, bajo el estándar del Aquaculture Stewardship Council (ASC), Finlandia tiene 4 granjas certificadas, las cuales se enfocan en la producción de truchas.

---

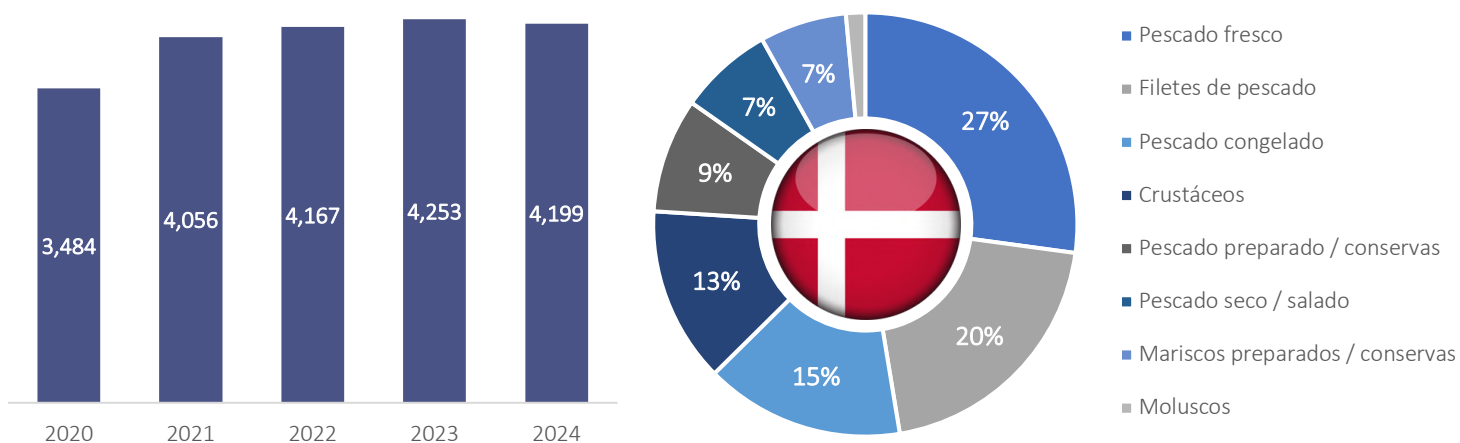
<sup>11</sup> European Comission - Finland

<sup>12</sup> EUMOFA

## 4.2. Exportaciones del producto (s) del país de destino

Para el desarrollo de la presente sección, y de acuerdo con PROMPERÚ, se han considerado como exportaciones del sector pesquero aquellos productos clasificados dentro del capítulo (HS02) 03, con la excepción del subcapítulo (HS04) 0301, correspondiente a productos pesqueros vivos. Asimismo, se incluyen los subcapítulos 1604 y 1605, que abarcan productos pesqueros procesados o conservados. Para fines de este estudio no se están tomando en cuenta subpartidas correspondientes a commodities como la harina y el aceite de pescado.

**Gráfico N°06 – Evolución de las exportaciones danesas de productos pesqueros para consumo humano directo para el periodo 2020 – 2024**  
USD Millones



Fuente: COMTRADE

Dinamarca se posiciona como el decimoquinto exportador mundial de productos pesqueros y el cuarto dentro de la Unión Europea. En 2024, sus exportaciones alcanzaron los USD 4 200 millones, consolidando su estatus como exportador neto de recursos hidrobiológicos. Aproximadamente el 60% de estos envíos se dirigieron a países de la UE, destacando Alemania (14%), Francia (8%), Polonia (7%) e Italia (7%) como los principales destinos. La relevancia de Dinamarca para estos mercados radica en su capacidad para suministrar salmón y bacalao frescos, así como arenques en conserva.

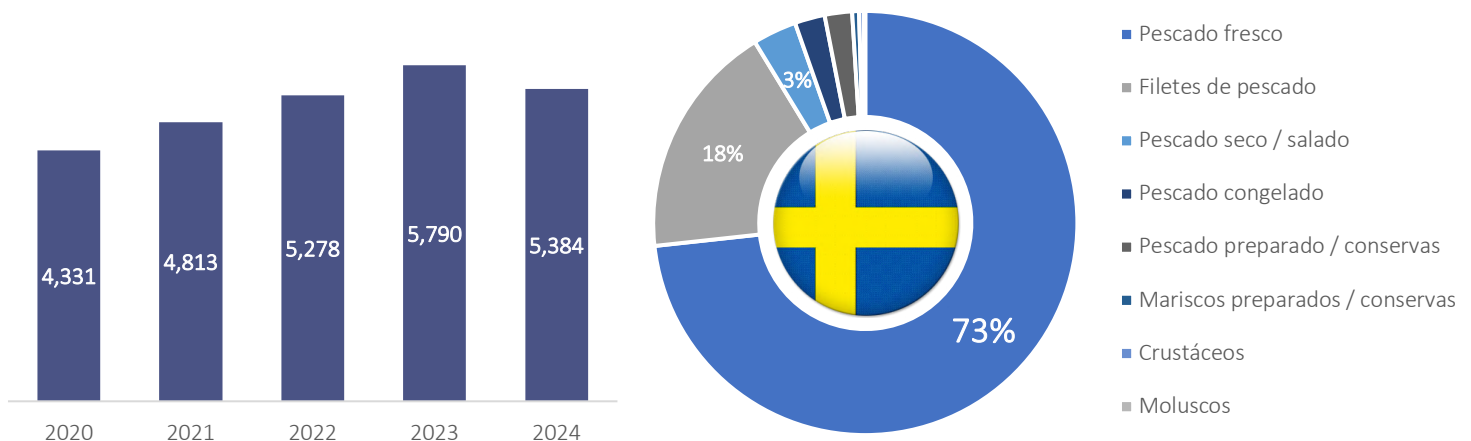
Además, China ha emergido como un mercado dinámico para las exportaciones danesas, experimentando un incremento del 48% en los últimos cinco años y posicionándose como el segundo destino más importante en 2024. Los productos daneses más demandados en China incluyen halibut groenlandés congelado, camarones del Ártico y bacalao.

Dinamarca también desempeña un papel crucial como centro de procesamiento y reexportación de productos pesqueros. La mayoría de las plantas de procesamiento se ubican en el norte de Jutlandia, cerca de los principales puntos de desembarque. Según Eurofish, en 2022 operaban alrededor de 92 fábricas en el país.

En 2024, Dinamarca exportó una amplia variedad de especies pesqueras, destacando por su oferta diversificada y de alto valor. El salmón atlántico (*Salmo salar*), en sus presentaciones frescas, congeladas y ahumadas, lideró las exportaciones con un valor combinado superior a USD 1 090 millones, siendo mayormente reexportado desde Noruega y procesado localmente. Le siguió la trucha (*Oncorhynchus mykiss*) con más de USD 346 millones, representando una mezcla de cultivo propio y reprocesamiento.

Entre las especies de pesca extractiva, el bacalao del Atlántico (*Gadus morhua*) generó exportaciones por más de USD 250 millones, distribuido en productos frescos, congelados y preparados. El arenque (*Clupea harengus*), exportado en distintas presentaciones (entero, en filetes, curado o en conserva), alcanzó cerca de USD 148 millones. Otras especies importantes incluyeron el halibut de Groenlandia (*Reinhardtius hippoglossoides*) con USD 235 millones, el carbonero (*Pollachius virens*) con USD 59.7 millones y el eglefino (*Melanogrammus aeglefinus*) con USD 44.8 millones.

**Gráfico N°07 – Evolución de las exportaciones suecas de productos pesqueros para consumo humano directo para el periodo 2020 – 2024**  
USD Millones



Fuente: COMTRADE

Suecia es el octavo (8º) exportador más importante de productos pesqueros, así como el primero (1º) a nivel de la Unión Europea, incluso por encima de España. Las exportaciones suecas de productos pesqueros destinados al consumo humano mostraron una tendencia creciente entre 2020 y 2023, al pasar de USD 4 300 millones en 2020 a USD 5 800 millones en 2023, lo que representa un incremento del 33,6 % en tan solo tres años. No obstante, en 2024 se registró una leve contracción del 7 % respecto al año anterior.

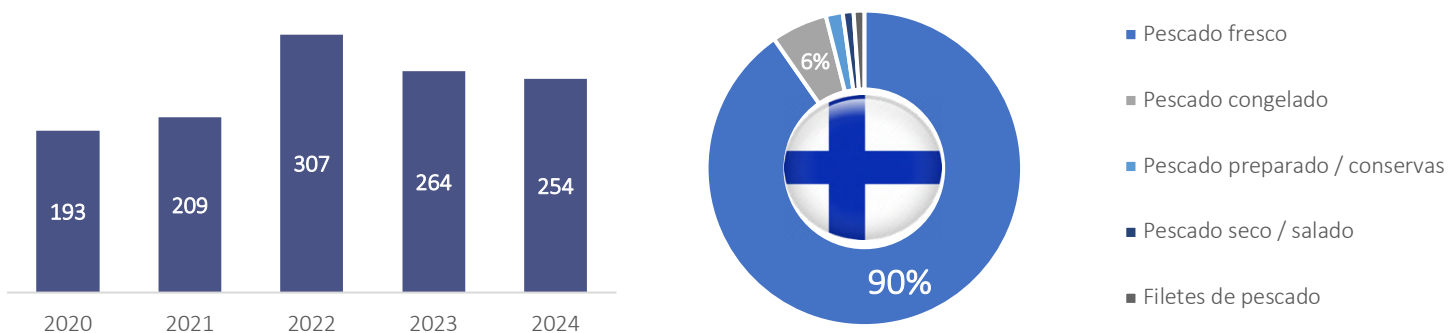
Esta caída se atribuye principalmente a una disminución en los envíos de salmón fresco/refrigerado del Báltico —el principal producto de exportación del país, que representa cerca del 70 % de las ventas totales—, como resultado de una reducción en la producción y de cuotas de captura históricamente bajas.

El portafolio exportador de Suecia está marcadamente dominado por el pescado fresco, que representa el 73 % del total, seguido por los filetes (18 %), mientras que productos como el pescado seco, salado y los mariscos tienen una participación significativamente menor. Esta concentración en productos frescos refleja una estrategia orientada a mercados cercanos, donde los tiempos de transporte permiten preservar la calidad.

En cuanto a los destinos, las exportaciones suecas están fuertemente concentradas en la Unión Europea, siendo Polonia, Francia, España e Italia los principales compradores. En 2024, por ejemplo, Polonia importó casi USD 977 millones, consolidándose como el mayor socio comercial de Suecia en este sector. Este patrón geográfico se explica por factores como los acuerdos comerciales intraeuropeos, similitudes en las preferencias alimentarias y cadenas logísticas altamente eficientes, especialmente con Polonia, que funciona como un importante centro de procesamiento en Europa del Este.

En 2024, las exportaciones pesqueras estuvieron dominadas por el salmón atlántico (*Salmo salar*), que representó más de USD 3 673 millones en sus distintas presentaciones (fresco, congelado, ahumado). Le siguieron en importancia el bacalao del Atlántico (*Gadus morhua*), con más de USD 200 millones combinados en diversas formas (fresco, salado, congelado o deshidratado), y la trucha (*Oncorhynchus mykiss*), con USD 70 millones. También destacaron especies como el arenque (*Clupea harengus*, *Clupea pallasii*), el carbonero (*Pollachius virens*), la caballa, el espadín, los camarones y langostinos, exportados mayormente en formatos procesados o conservados.

**Gráfico N°08 – Evolución de las exportaciones finas de productos pesqueros para consumo humano directo para el periodo 2020 – 2024**  
USD Millones



Fuente: COMTRADE

Las exportaciones de productos pesqueros constituyen un eje relevante en la economía alimentaria de Finlandia, con un marcado enfoque en el comercio intraeuropeo. En 2024, estas exportaciones alcanzaron un valor de USD 254 millones, reflejando una leve disminución respecto al máximo de USD 307 millones registrado en 2022, según datos de COMTRADE. El mercado está claramente dominado por el pescado fresco, que representa cerca del 90% del volumen exportado, seguido por el pescado congelado (6%) y, en menor medida, conservas, filetes y productos secos.

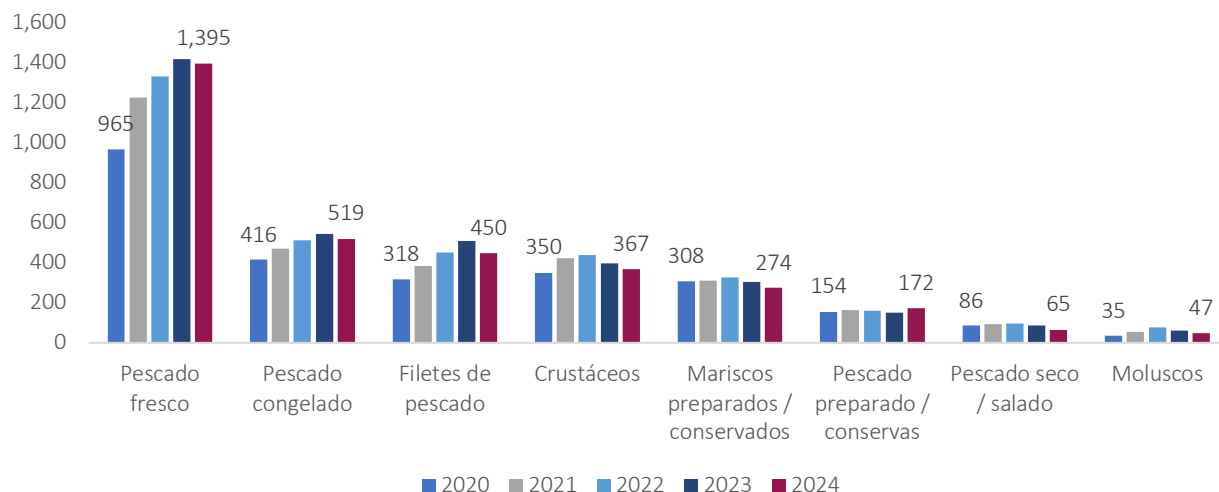
Los principales destinos de exportación fueron Estonia (USD 40 millones), Países Bajos (USD 39 millones) y Francia (USD 35 millones), con Polonia y Lituania como otros compradores relevantes. Esta distribución refleja la ventaja geográfica y la eficiencia logística de Finlandia para el transporte de productos perecederos, como el pescado fresco. Además, parte de esta mercadería puede ser reimportada en forma procesada, lo que evidencia una cadena de valor regional integrada.

Entre los productos más destacados se encuentran los salmones frescos o refrigerados, con exportaciones por USD 192.8 millones en 2024. También se exportan ovas frescas/refrigeradas, arenque (fresco y congelado), trucha, sardina y sucedáneos de caviar. La oferta exportable finlandesa combina productos nacionales con materia prima importada, principalmente salmón noruego, que se reprocessa localmente para satisfacer la demanda internacional. En este contexto, resulta clave la experiencia finlandesa en el procesamiento de ovas, especialmente de capelín y otras especies, utilizadas en la elaboración de sucedáneos de caviar.

### 4.3. Importaciones del país de destino del producto(s)

#### 4.3.1. Importaciones de productos pesqueros de Dinamarca

Gráfico N°09 – Evolución de las importaciones danesas de productos pesqueros para consumo humano directo para el periodo 2020 – 2024  
USD Millones



Fuente: COMTRADE

Dinamarca se posiciona como el décimo tercer (13.º) importador mundial de productos pesqueros para consumo humano directo y el séptimo (7.º) dentro de la Unión Europea. En 2024, sus importaciones alcanzaron los USD 3 300 millones, reflejando un crecimiento promedio anual del 5,7 % en los últimos cinco años. La estructura de sus compras muestra una marcada orientación regional, con Noruega y las Islas Feroe como principales proveedores, representando conjuntamente el 56 % del total importado.

En 2024, Dinamarca importó aproximadamente USD 1 395 millones en pescado fresco, lo que representó el 42 % del total de sus compras pesqueras. Las especies más demandadas incluyen salmón del Atlántico (*Salmo salar*), bacalao (*Gadus morhua*), carbonero, arenque y bacaladilla, reflejando una marcada preferencia por pescados propios del norte de Europa. Noruega lidera este segmento con una participación del 74 %, gracias a su robusta industria acuícola, mientras que otros socios relevantes son Suecia y las Islas Feroe. Estas últimas destacan por la calidad de su salmón, producido por empresas como Bakkafrost, Hiddenfjord y MOWI Faroes, consolidándose como actores clave en el abastecimiento del mercado danés.

Los pescados congelados se consolidaron como la segunda categoría más importante dentro de las importaciones pesqueras de Dinamarca, con un valor que alcanzó los USD 519 millones, lo que representa el 16 % del total, y un crecimiento promedio anual del 5,7 % entre 2020 y 2024. La especie más importada fue el halibut de Groenlandia, que

concentró cerca del 36 % del valor total de la categoría, seguida por otras especies de alta demanda como el salmón del Atlántico (*Salmo salar*), el bacalao (*Gadus morhua*) y la caballa (*Scomber scombrus*). Esta composición refleja la preferencia del consumidor danés por especies del Atlántico Norte. Las importaciones están fuertemente concentradas en tres proveedores —Groenlandia, Canadá y Suecia— que en conjunto representaron aproximadamente el 75 % del total importado, reafirmando la relevancia de mercados cercanos y de confianza. En particular, Groenlandia destaca no solo por su cercanía geográfica y vínculos políticos con Dinamarca, sino también por su capacidad productiva a través de empresas como Royal Greenland, compañía estatal que opera extensamente en ambos territorios.

En 2024, Dinamarca importó filetes de pescado por un valor aproximado de USD 450 millones, lo que representó el 14 % de sus compras pesqueras y reflejó un crecimiento anual promedio del 9,0 % en los últimos cinco años. Este dinamismo responde, en gran medida, al incremento en las adquisiciones de filetes frescos de salmón, especialmente de Noruega y procesados en Polonia. Por su parte, los filetes congelados representan el 55 % de esta categoría, con especies como el abadejo de Alaska y diversos pescados planos. En este contexto, Perú, aunque todavía ocupa un lugar modesto como proveedor, incrementó significativamente sus exportaciones en el segmento de filetes congelados, pasando de USD 130 mil a USD 234 mil en apenas un año, principalmente gracias a la creciente demanda de filetes con piel de mahi mahi (*Coryphaena hippurus*). Además, el desarrollo de un FIP (Fishery Improvement Project) en la pesquería peruana de mahi mahi, enfocado en la mejora de la gestión y las prácticas pesqueras, refuerza su compromiso con la sostenibilidad, un factor de peso en los mercados nórdicos, reconocidos por su enfoque en la responsabilidad ambiental.

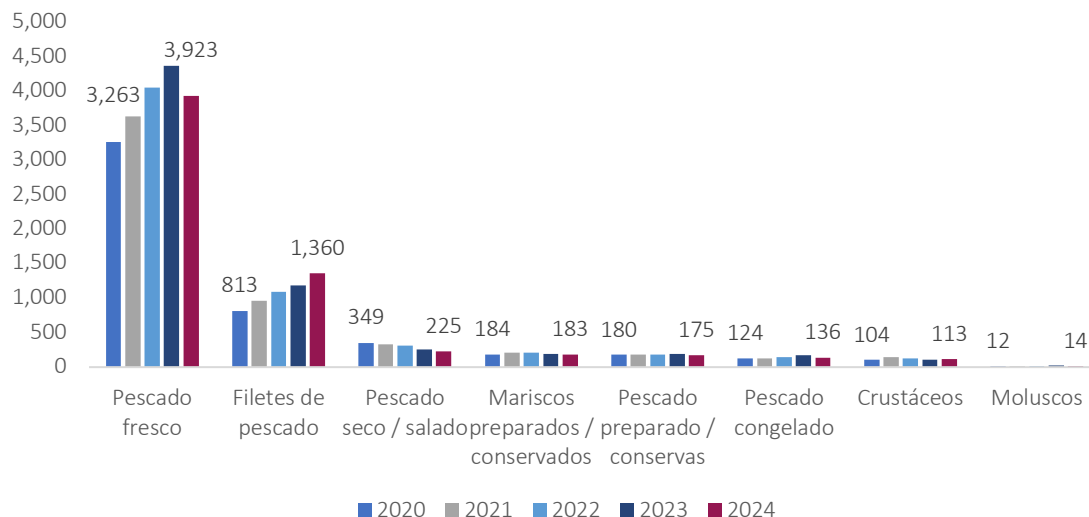
En 2024, los crustáceos representaron la cuarta categoría en las importaciones pesqueras de Dinamarca, alcanzando alrededor de USD 367 millones y creciendo un 1,2 % anual entre 2020 y 2024, impulsados por la tradición nórdica y la alta demanda de especies de aguas frías (74 % de las compras) provenientes de Groenlandia e Islas Feroe. Los langostinos de acuicultura, especialmente de la especie vannamei, constituyen el 8 % de estas importaciones, con Vietnam, Ecuador, Bangladesh e India como principales proveedores, mientras que las importaciones de gambón argentino (*Pleoticus muelleri*) alcanzaron unos USD 6 millones, posicionando a Perú como el segundo proveedor en este segmento a través de colas P&D. Además, el mercado de camarones y langostinos ha evolucionado por tendencias en salud, recomendándose un consumo diario de 75 a 100 gramos por sus beneficios nutricionales. A pesar del impacto del conflicto entre Rusia y Ucrania en el índice de precios, empresas líderes como Iceberg Seafood, Launis, Maresco Seafood A/S, Wecofish A/S y Ocean Prawns, junto con la Danish Seafood Association, consolidan la posición de Dinamarca como un referente en la importación de camarones en los países nórdicos.

En lo que respecta a las importaciones de conservas y preparaciones a base de pescados, estas alcanzaron los USD 172 millones en 2024, siendo la única categoría del sector que evidenció un crecimiento, con un alza del 14.9%. Este comportamiento se explica por la creciente demanda de productos prácticos y listos para consumir, impulsada por consumidores que priorizan la conveniencia sin sacrificar sabor ni valor nutricional. Las presentaciones más relevantes son los pescados empanizados/preformados (USD 35 millones), las preparaciones a base de salmónidos (USD 22 millones) y las conservas de *skipjack* o bonitos (USD 22 millones). Entre los principales proveedores destacan Polonia, como centro conservero clave en Europa, así como Holanda, Alemania y Ecuador. En los últimos años, se ha incrementado la presencia de proveedores latinoamericanos, incluyendo a Colombia y El Salvador, que exportan *skipjack* tanto en conserva como en lomos precocidos, además de otros túnidos. Este auge también responde a los esfuerzos de marcas por reposicionar las conservas como opciones modernas, saludables y sostenibles, en un contexto donde, pese a la preferencia histórica por productos frescos, los consumidores valoran cada vez más la innovación en empaques, el origen del producto y el equilibrio entre precio y calidad. En este entorno competitivo, jugadores como Glyngøre y Amanda Seafood han liderado el mercado gracias a su capacidad de innovación, con productos dirigidos a segmentos específicos como niños y hogares unipersonales..

Finalmente, los moluscos representan la octava categoría de importación en Dinamarca, con compras valorizadas en USD 47 millones en 2024. Aunque su demanda es menor en comparación con otras proteínas del mar, debido a una tradición de consumo más limitada entre los daneses, se mantiene estable y presenta oportunidades específicas de crecimiento. Dentro de esta categoría, las vieiras destacan como el segmento más relevante, concentrando más de la mitad del valor importado, seguidas por calamares, ostras y pulpos. Las vieiras han ganado especial tracción en el mercado gracias a su posicionamiento como producto premium, valorado por su sabor, textura y facilidad de preparación. Perú ocupa el décimo lugar entre los proveedores de moluscos en general y se posiciona como el quinto mayor exportador de vieiras congeladas a Dinamarca, una posición que ha ganado relevancia no solo por la calidad del producto, sino también por la certificación bajo el sello ASC (Aquaculture Stewardship Council), que garantiza prácticas responsables y sostenibles de producción. Este aspecto es especialmente valorado por el consumidor danés, cada vez más consciente del impacto ambiental de sus decisiones de compra. Además, la creciente demanda también responde a los menores niveles de captura de moluscos, particularmente vieiras, en el Atlántico Norte, lo cual ha incrementado la necesidad de abastecimiento desde mercados alternativos.

### 4.3.2. Importaciones de productos pesqueros de Suecia

Gráfico N°10– Evolución de las importaciones suecas de productos pesqueros para consumo humano directo para el periodo 2020 – 2024  
USD Millones



Fuente: COMTRADE

Suecia se posiciona como el séptimo (7º) mayor importador mundial de productos pesqueros destinados al consumo humano directo y ocupa el cuarto (4º) lugar dentro de la Unión Europea. En 2024, sus importaciones alcanzaron los USD 6 130 millones, tras marcar un récord histórico en 2023, lo que refleja un crecimiento anual promedio del 5.1% durante los últimos cinco años. La estructura de sus compras se caracteriza por una marcada concentración regional y una limitada diversificación, con Noruega como principal proveedor, abarcando el 89 % del mercado. No obstante, en los últimos años se ha observado una creciente incorporación de proveedores extracomunitarios, especialmente para abastecerse de productos específicos como langostinos preparados, langostinos congelados o conservas de atún listado (*skipjack*), provenientes de países como Marruecos, Vietnam y Mauricio.

En 2024, Suecia registró importaciones por aproximadamente USD 3 923 millones en pescado fresco, lo que representó el 64 % del valor total de sus compras pesqueras. Este segmento se encuentra dominado por especies de alta demanda en el mercado europeo, destacando el salmón del Atlántico (*Salmo salar*), el bacalao (*Gadus morhua*) y la trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*). Estas preferencias evidencian una clara inclinación hacia productos de acuicultura —especialmente salmónidos— así como hacia especies autóctonas del Mar Báltico. Noruega lidera ampliamente este segmento, concentrando cerca del 99 % de las importaciones suecas de pescado fresco. Esta hegemonía responde tanto a la proximidad geográfica como a la fuerte integración logística y comercial entre ambos países. En Suecia, numerosos operadores noruegos cuentan con plataformas de

distribución, centros logísticos y plantas de procesamiento que permiten reexportar productos hacia otros mercados de la Unión Europea con eficiencia y valor agregado, consolidando así la posición noruega en la cadena de suministro regional.

Destacan las importaciones suecas de filetes de pescado, que en 2024 alcanzaron un valor estimado de USD 1 360 millones, lo que representó el 22 % del total de sus compras pesqueras. Esta categoría se posiciona como la más dinámica del sector, con un crecimiento promedio anual del 13.7 % en los últimos cinco años. El notable dinamismo de este segmento se explica, en gran medida, por el aumento sostenido en la demanda de filetes frescos y/o refrigerados de salmón, así como por la creciente preferencia por productos congelados, en particular filetes de arenque y caballa. Estas últimas presentaciones han experimentado una expansión aún más acelerada, con tasas de crecimiento anual superiores al 20 %. La provisión de filetes responde principalmente a una cadena de suministro regional, ya que ocho de los diez principales proveedores de esta categoría son países europeos, lo que refuerza la orientación intracomunitaria del comercio pesquero sueco. No obstante, también se registra una participación relevante de actores extracomunitarios como China —proveedor clave de filetes congelados de bacalao, carbonero y abadejo de Alaska— y Vietnam, que abastece filetes congelados de bonito. Esta combinación de proveedores refleja tanto la demanda por productos específicos de distintas especies como la optimización de costos a través de cadenas de valor globalizadas.

En 2024, las importaciones suecas de conservas y preparaciones a base de pescados totalizaron aproximadamente USD 175 millones, experimentando una leve contracción respecto al récord alcanzado en 2023. Esta disminución no refleja una pérdida de interés, sino una estabilización del mercado tras un fuerte crecimiento postpandemia, en el cual los consumidores adoptaron con mayor fuerza productos prácticos, duraderos y listos para consumir. La demanda se mantuvo impulsada por la preferencia por alimentos convenientes, sin renunciar al sabor ni al valor nutricional. Esto ha beneficiado especialmente a productos como los pescados empanizados y preformados (USD 44 millones), las preparaciones a base de salmónidos (USD 22 millones), y las conservas de pelágicos (USD 19 millones), categorías que continúan mostrando dinamismo en los canales minoristas y de foodservice. Entre los principales proveedores destacan Polonia, consolidada como un hub clave de conservas en Europa, junto a Alemania, Dinamarca y Países Bajos, quienes lideran el suministro gracias a su capacidad productiva, estándares de calidad y cercanía geográfica. En contraste, la participación de países extracomunitarios sigue siendo limitada. Un ejemplo es Ecuador, que si bien tiene presencia en el mercado, principalmente con conservas de atún y bonito, sus exportaciones aún no superan el medio millón de dólares, lo que indica un margen de crecimiento frente a la demanda de productos alternativos con valor añadido.

Los pescados congelados representan la sexta categoría de mayor valor en las importaciones suecas de productos del mar, con adquisiciones que alcanzaron los USD 136 millones en 2024, y un crecimiento promedio anual de 2.5% en los últimos cinco años. Cerca del 85% de estas importaciones provienen de Noruega, país que se ha consolidado como proveedor clave gracias a su cercanía geográfica y la reputación de sus productos del Atlántico Norte. Las especies más demandadas incluyen el salmón del Atlántico (*Salmo salar*) con un valor de USD 35 millones, el carbonero o abadejo (*Pollachius virens*) con USD 24 millones, el bacalao (*Gadus morhua*) con USD 24 millones y la caballa (*Scomber scombrus*) con USD 9 millones. Este patrón responde tanto a factores culturales —como la preferencia por pescados tradicionales y de sabor suave— como a la amplia disponibilidad de estos recursos en las zonas de pesca sostenibles del Mar del Norte y el Mar de Noruega.

Las importaciones de crustáceos alcanzaron un valor de USD 113 millones en 2024, posicionándose como una categoría relevante dentro del portafolio de productos del mar. Cerca del 27% de estas compras correspondieron a camarones del Ártico (*Pandalus borealis*), una especie silvestre de amplia aceptación en los países nórdicos, especialmente consumida en preparaciones tradicionales y proveniente en gran medida de Dinamarca, país que opera como un hub logístico y procesador regional. No obstante, destaca el notable dinamismo del segmento de langostinos congelados de cultivo, pertenecientes al género *Penaeus*, donde predomina la variedad *vannamei*. Este producto ha mostrado un crecimiento medio anual de 12.2% entre 2020 y 2024, impulsado por su precio competitivo, disponibilidad todo el año y su incorporación en menús étnicos y de conveniencia. Vietnam se ha consolidado como el principal proveedor directo, concentrando casi el 50% del total importado en esta categoría. En contraste, la participación directa de países latinoamericanos es aún marginal, limitándose principalmente a operaciones indirectas a través de traders establecidos en Dinamarca, Bélgica y Países Bajos. En este contexto, se recomienda a los exportadores de la región explorar alianzas comerciales con estos intermediarios o considerar su establecimiento estratégico en dichos mercados para facilitar el acceso al consumidor sueco.

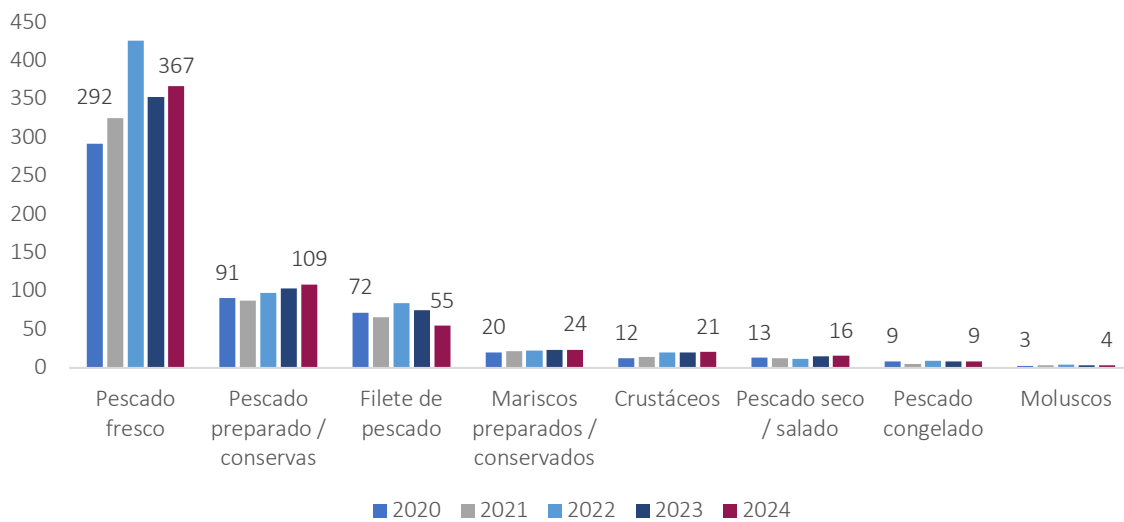
En el contexto del mercado sueco de productos del mar, los moluscos representan la categoría con menor nivel de importación, alcanzando un valor estimado de USD 12 millones en 2024. Esta limitada participación responde tanto a la menor tradición culinaria vinculada al consumo de mariscos en la dieta escandinava, como a factores estructurales relacionados con disponibilidad, estacionalidad y patrones culturales de consumo. A pesar de ello, se identifican nichos de mercado con crecimiento moderado y orientados a consumidores más exploradores, especialmente en entornos urbanos y gastronómicos especializados. Cerca de un tercio del valor importado corresponde a vieiras congeladas (USD 3.5 millones), con una clara preferencia por productos silvestres provenientes de Canadá, reconocidos por su calidad organoléptica y origen sustentable. No obstante, existe un interés creciente —impulsado por criterios ambientales y de

trazabilidad— por explorar alternativas provenientes de maricultura certificada, particularmente de origen europeo. Otros moluscos con presencia significativa en las importaciones suecas incluyen vieiras vivas (USD 1.9 millones), calamares congelados (USD 1.4 millones) y pulpos congelados (USD 700 mil). En el caso de los cefalópodos, las importaciones se abastecen principalmente de China como proveedor directo, o a través de intermediarios comerciales ubicados en España y Dinamarca, países que operan como centros logísticos clave debido a su cercanía geográfica, eficiencia en distribución y adecuación a los volúmenes relativamente bajos requeridos por el mercado sueco.

Estudios académicos y de organismos como la FAO y el Consejo Nórdico de Ministros han señalado que el consumo de moluscos en Suecia, aunque históricamente bajo, se encuentra en una etapa de diversificación, motivado por la influencia de tendencias gastronómicas globales, mayor disponibilidad en retail especializado y la creciente valorización de productos certificados bajo criterios de sostenibilidad y bienestar animal. Este escenario abre oportunidades para exportadores que puedan combinar diferenciación de producto, sostenibilidad comprobada y logística eficiente.

### 4.3.3. Importaciones de productos pesqueros de Finlandia

**Gráfico N°11– Evolución de las importaciones finlandesas de productos pesqueros para consumo humano directo para el periodo 2020 – 2024**  
USD Millones



Fuente: COMTRADE

Finlandia se posiciona como el decimocuarto (14º) mayor importador de productos pesqueros dentro de la Unión Europea, con un valor de compras que alcanzó los USD 604 millones en 2024, reflejando un crecimiento medio anual del 4.1% durante el período 2019–2024. Este desempeño sostenido evidencia tanto la estabilidad del consumo interno como la creciente integración del país en las cadenas globales de suministro

pesquero. Siguiendo un patrón característico de los países nórdicos, la estructura de importación finlandesa presenta una elevada concentración regional: Noruega lidera con una participación del 62%, seguida por Suecia (10%) y Dinamarca (3%), lo que significa que cerca del 75% de las importaciones provienen de países escandinavos. Esta concentración responde a factores logísticos, regulatorios y de preferencia por especies del Atlántico Norte, especialmente salmónidos, arenques y pescados blancos, siendo el salmón del Atlántico (*Salmo salar*) y la trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*) los productos más representativos. En 2024, las importaciones de pescados frescos o refrigerados sumaron USD 367 millones —equivalente al 60% del total—, con un 91% proveniente de Noruega y un 8% de Suecia, lo cual denota una dependencia significativa de la acuicultura tecnificada noruega.

Sin embargo, en los últimos años ha emergido una tendencia clara hacia la diversificación de la matriz de proveedores, motivada por el dinamismo de segmentos como los langostinos congelados y las conservas de túnidos. Países extracomunitarios como Vietnam, Filipinas y Ecuador han ganado relevancia mediante exportaciones de langostinos del género *Penaeus* (en particular *P. vannamei*) y conservas de atún (*Katsuwonus pelamis*), respectivamente. Esta diversificación responde a la búsqueda de precios competitivos, disponibilidad constante y variedad de productos, en línea con los patrones de consumo modernos que demandan practicidad y sostenibilidad.

Las importaciones de pescados preparados y/o en conserva alcanzaron un récord de USD 109 millones en 2024, creciendo a una tasa anual del 4.5% durante los últimos cinco años. Este segmento destaca por su conveniencia y larga vida útil, con las conservas de atún — en aceite vegetal (USD 29 millones) y en agua y sal (USD 12 millones)— como principal producto, representando casi el 40% de esta categoría. La red de abastecimiento es amplia, incluyendo a España, Mauricio, Tailandia, Filipinas, Vietnam y Ecuador. Asimismo, los productos empanizados y congelados (USD 10 millones), provistos principalmente por Suecia y Alemania, han mantenido su atractivo, incluso con una leve disminución en volumen, gracias al alza de precios y el valor percibido por el consumidor.

En contraste, los filetes de pescado han experimentado una contracción sostenida, pasando de USD 72 millones en 2020 a USD 55 millones en 2024. Esta caída se debe en gran medida a la reducción de las importaciones de filetes frescos de salmón noruego. No obstante, ha aumentado la demanda de filetes congelados de especies blancas como el abadejo de Alaska (*Theragra chalcogramma*) y el bacalao (*Gadus morhua*), más económicos y con mayor vida útil. Además, se observa una incipiente diversificación con el ingreso de proveedores como Vietnam —con filetes congelados de pangasius y atún— y Sudáfrica, con filetes de merluza, cada uno con colocaciones superiores a USD 300 mil.

Por su parte, las importaciones de crustáceos alcanzaron los USD 21 millones en 2024, registrando un crecimiento medio anual del 14.5% y consolidándose como la categoría

más dinámica del sector. Más del 40% corresponde a langostinos de acuicultura (USD 8.6 millones), adquiridos mayoritariamente a través de intermediarios en Países Bajos y Dinamarca, reflejando la importancia de los hubs logísticos europeos. Este auge se vincula con factores como estabilidad del suministro, menor precio frente a variedades silvestres, y atributos de sostenibilidad, cada vez más valorados por consumidores y canales institucionales.

Finalmente, los moluscos se muestran como la categoría de menor valor importado, totalizando apenas USD 4 millones en 2024. No obstante, presentan una estructura de demanda diversificada: los calamares congelados lideran con USD 1 millón, seguidos por vieiras (USD 544 mil) y pulpos (USD 449 mil). Estos productos, orientados principalmente a nichos gastronómicos y retail premium, son adquiridos a través de una red mixta de traders europeos —en Países Bajos, Dinamarca, Francia y España— así como de proveedores directos de Indonesia, India, China y Chile.

#### 4.4. Estacionalidad de las importaciones del mercado de destino

En conjunto, Suecia, Dinamarca y Finlandia muestran una alta concentración de importaciones en los meses fríos del año, especialmente entre septiembre y diciembre, lo cual responde tanto a patrones de consumo estacional como a las prácticas logísticas de aprovisionamiento en vísperas del invierno y las festividades (Navidad y Año Nuevo). Asimismo, hay un repunte menor en la temporada previa al verano (abril-junio), en consonancia con la preparación para el turismo y mayor consumo fuera del hogar.

Desde el lado del consumo, el Eurobarómetro indica que en los países nórdicos, el pescado es consumido principalmente en casa y de manera frecuente durante el otoño e invierno. Esto coincide con el comportamiento de compra más orientado a productos frescos y congelados, buscando practicidad y almacenamiento prolongado para meses de temperaturas más extremas<sup>13</sup>.

##### 4.4.1. Estacionalidad de productos pesqueros de Dinamarca

Dinamarca, siendo un exportador neto, utiliza estas importaciones para abastecer nichos específicos (restaurantes, retail gourmet, y reexportación). El consumo doméstico, por su parte, tiene un perfil muy constante, aunque los meses fríos y festivos aumentan la demanda de preparaciones más tradicionales como *gravlax*, bacalao en salsa blanca, entre otros.

---

<sup>13</sup> Euro barómetro 2024

En lo que respecta a langostinos, Dinamarca actúa como plataforma de entrada y reexportación en Europa. Sus importaciones muestran dos picos: junio-julio (verano europeo y turismo costero) y noviembre-diciembre (fin de año y canal retail).

Dinamarca registra importaciones regulares de calamares y sepias para abastecer tanto al consumo interno como al procesamiento. El análisis por especie revela que los flujos son más intensos entre abril-julio y octubre-diciembre. La demanda proviene tanto del canal HORECA local como de la industria danesa que reprocesa para países nórdicos y bálticos.

Las importaciones de vieiras en Dinamarca presentan una clara estacionalidad, con picos entre octubre y diciembre, impulsados principalmente por la demanda del canal HORECA y la preparación para la temporada festiva. Estas importaciones se presentan en formatos congelados, en media concha o con valor agregado. Aunque el consumo doméstico no es masivo, las vieiras ocupan un lugar destacado en la oferta gourmet, especialmente en restaurantes y supermercados especializados.

Las importaciones de caballa en Dinamarca muestran una fuerte concentración estacional entre agosto y diciembre, coincidiendo con la temporada de pesca en el Atlántico Norte y con la preparación para su procesamiento y exportación. Dinamarca importa caballa principalmente en formato congelado para luego reprocesarla en filetes, conservas o productos ahumados destinados tanto al mercado interno como a países vecinos como Alemania, Polonia y los Países Bajos. Aunque el consumo doméstico de caballa es estable, su verdadero peso en el mercado danés radica en su papel como insumo clave dentro de una cadena industrial altamente especializada, donde la eficiencia logística y la demanda externa marcan el ritmo de las importaciones.

Finalmente, las importaciones de conservas de atún y otros pescados procesados muestran menor variabilidad estacional, pero con ligeros aumentos entre mayo-julio y noviembre-diciembre, en línea con la preparación para el turismo de verano y las festividades. Dinamarca importa tanto para consumo doméstico como para reexportación dentro del norte de Europa

#### 4.4.2. Estacionalidad de productos pesqueros de Suecia

El consumo en Suecia también presenta una pauta similar a Dinamarca. De acuerdo al Eurobarómetro, es uno de los países donde el consumo frecuente y en el hogar es más alto, especialmente de productos frescos y sostenibles. El fuerte vínculo cultural con el pescado en celebraciones como *Midsommar* y Navidad explica picos específicos.

Suecia mantiene una importante demanda de langostinos importados, especialmente las especies de acuicultura (*vannamei*), y el gambón argentino como variedad silvestre de

alto valor. Las importaciones muestran un patrón estacional fuerte durante los meses de verano (junio-julio) y hacia diciembre, lo cual se explica por el mayor consumo a nivel HORECA en época turística y alta demanda durante las fiestas navideñas, donde los langostinos forman parte de las cenas tradicionales.

Las importaciones de calamar en Suecia presentan una estacionalidad moderada, con incrementos notables durante los meses de junio-julio y octubre-noviembre, lo cual responde tanto al alza del consumo en temporada turística como a la preparación de la oferta para el último trimestre del año. El calamar se importa principalmente en formato congelado, entero o en anillos. Este producto está orientado principalmente al canal HORECA y supermercados, con una creciente demanda por parte de consumidores jóvenes y urbanos que buscan opciones culinarias versátiles y de fácil preparación. Aunque su consumo no es tradicional en la dieta sueca, el calamar ha ganado espacio como una alternativa práctica y accesible.

Las vieiras tienen una presencia más estacional y de nicho, con flujos de importación muy marcados entre octubre y diciembre. Estas suelen consumirse en cenas especiales, eventos o en el canal HORECA, debido a su precio elevado y presentación gourmet (media concha, congeladas IQF o en preparaciones elaboradas). La demanda se concentra en regiones urbanas como Estocolmo y Gotemburgo, donde el consumidor busca experiencias de alto valor culinario.

La caballa tiene una larga tradición en Suecia, especialmente en formato en escabeche, ahumado o en conserva. Se trata de un producto con estacionalidad clara en importaciones entre septiembre y diciembre, en línea con su papel protagónico en festividades como Julbord (Navidad) y celebraciones tradicionales como *Midsommar*. El consumidor valora su contenido nutricional, versatilidad y origen. Aunque buena parte es procesada localmente, Suecia también importa caballa desde Noruega, Reino Unido y Países Bajos para abastecer a la industria local de conservas. Se trata de un producto esencial en la identidad alimentaria nacional.

Finalmente, Suecia presenta una estacionalidad marcada en las importaciones de conservas de pescado, particularmente de atún, con mayores volúmenes registrados entre marzo y junio, y un repunte adicional en septiembre. Estos flujos responden al abastecimiento de supermercados previo al verano y al inicio del otoño, cuando el consumo práctico y fuera del hogar aumenta.

#### 4.4.3. Estacionalidad de productos pesqueros de Finlandia

En consumo, el Eurobarómetro señala que Finlandia es uno de los países con menor frecuencia de consumo fuera del hogar, y donde el pescado congelado tiene mayor protagonismo en los meses fríos por su capacidad de almacenamiento. Además, el alto

nivel de concentración en pocas especies refuerza los picos en función de la disponibilidad noruega.

El consumo de langostinos congelados o preparados ha crecido en los últimos años, aunque sigue siendo inferior al de salmón o trucha. El mercado se concentra en productos prácticos: cocidos, pelados y congelados, con aumentos de importación en abril-junio y noviembre-diciembre.

Tanto las vieiras como los calamares tienen una presencia discreta pero creciente en el mercado finlandés. Sus importaciones son estacionales y se concentran en noviembre y diciembre, enfocadas en consumidores gourmet, restaurantes de alta gama y cadenas premium. Aunque no forman parte del consumo cotidiano, representan una oportunidad de nicho en crecimiento, impulsado por consumidores urbanos jóvenes e influencias de cocinas internacionales.

La caballa no es parte de la tradición pesquera local, pero se ha integrado bien en el consumo moderno, especialmente en conservas y platos preparados. Su consumo se asocia a su valor nutricional (omega-3), disponibilidad todo el año y su formato práctico. La oferta en supermercados incluye caballa en salsa de tomate, en aceite y ahumada. Tiene buena aceptación en hogares urbanos y entre personas mayores.

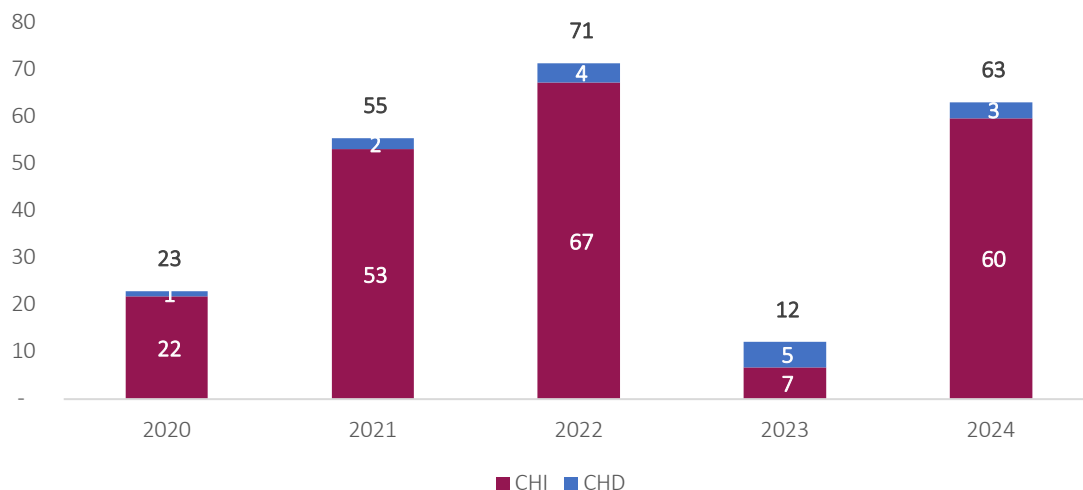
Finalmente, Finlandia muestra un patrón más marcado de estacionalidad en las conservas de túnidos, con importaciones que se incrementan en el segundo y cuarto trimestre del año, coincidiendo con la preparación para el verano y las compras de fin de año. El atún listado representa la mayor parte de las importaciones en esta categoría, adquirido en formatos básicos y económicos.

#### 4.5. Importaciones del mercado de destino desde Perú

Para realizar el presente análisis se tomará como referencia la información de las exportaciones de productos pesqueros de Perú a los países nórdicos priorizados para el periodo 2020 - 2024, proveída por parte de PROMPERÚ y extraída de SUNAT. De acuerdo a dicha data, Perú solo registró envíos a Dinamarca y Finlandia, más no a Suecia, lo cual se reflejará en el siguiente análisis.

#### 4.5.1. Importaciones de productos pesqueros de Dinamarca desde Perú

Gráfico N°12– Evolución de las exportaciones de productos pesqueros de Perú a Dinamarca para el periodo 2020 – 2024, por categoría  
USD Millones



Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

Históricamente, las exportaciones pesqueras de Perú a Dinamarca han estado marcadas por una fuerte concentración en productos destinados al consumo humano indirecto, particularmente harina y aceite de anchoveta, los cuales han constituido el eje central del comercio bilateral en este rubro. En 2024, estos productos representaron aproximadamente el 95% del total exportado por Perú al mercado danés, reflejando una relación comercial basada principalmente en la demanda de insumos para la industria acuícola y de alimentación animal de Dinamarca, una de las más desarrolladas de Europa. En ese contexto, Dinamarca se consolidó como el séptimo destino más importante para el aceite de anchoveta peruano, con compras que alcanzaron los USD 56 millones, evidenciando su rol como un actor estratégico en la transformación y redistribución de ingredientes marinos en el norte de Europa. Sin embargo, esta dependencia de productos primarios plantea oportunidades para explorar una diversificación exportadora hacia productos de mayor valor agregado y dirigidos al consumo humano directo.

Cuadro N°03 – Evolución de las exportaciones peruanas de productos pesqueros para consumo humano directo a Dinamarca, por producto para el periodo 2020 – 2024

### Millones de USD

Producto	2020	2021	2022	2023	2024	TCP % 2020 - 2024	Part. % 2024
Vieiras	1	1	2	3	2	24.8%	49.9%
Langostino	0	1	2	2	1	64.3%	41.3%
Mahi Mahi	0	-	-	0.2	0.3	20.6%	8.7%
Pota Cruda	-	-	0.3	0.3	-	-	-
Pota Precocida	0.1	0.2	0.1	0.3	-	-	-
Calamar	-	0.1	0.2	0.0	-	-	-
Ovas de Pez volador	-	-	0.0	-	-	-	-
<b>Total CHD</b>	<b>1.1</b>	<b>2.3</b>	<b>4.1</b>	<b>5.4</b>	<b>3.4</b>	<b>31.3%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

A partir del Cuadro N°03, se observa que las exportaciones peruanas de productos pesqueros para consumo humano directo (CHD) hacia Dinamarca durante el periodo 2020–2024 han sido lideradas por tres productos: vieiras, langostino y perico, los cuales han sumado USD 3.4 millones en 2024.

Las exportaciones peruanas de vieiras hacia Dinamarca han mostrado un desempeño sostenido y con tendencia al crecimiento durante el periodo 2020–2024, al pasar de USD 1 millón a USD 2 millones, lo que representa una tasa de crecimiento promedio (TCP) del 24.8%. En 2024, este producto concentró el 49.9% del total de exportaciones peruanas para consumo humano directo (CHD) al mercado danés, consolidándose como el principal producto dentro de esta categoría. A pesar de que en el último año se registró una ligera contracción en las colocaciones, las vieiras peruanas continúan posicionándose como una oportunidad comercial relevante en el corto plazo, gracias a su certificación ASC, que garantiza prácticas de producción sostenibles y valoradas en mercados exigentes como el europeo. Además, Perú se ubica actualmente como el quinto proveedor mundial de vieiras congeladas a Dinamarca, mercado que muestra claras preferencias por presentaciones en media valva, especialmente en tallas 10/20, 20/30 y 30/40, así como, en menor medida, por tallos con coral en tallas medianas - grandes (10/20 y 20/30), lo cual abre espacio para una oferta peruana más diversificada y adaptada a las especificaciones del canal HORECA y del retail especializado.

Por su parte, el langostino evidenció un comportamiento más dinámico, con una tasa de crecimiento promedio (TCP) del 64.3%, la más alta del grupo, a pesar de haber cerrado 2024 con un valor inferior (USD 1 millón) al de los años anteriores. Su participación fue del 41.3% del total de exportaciones peruanas de productos para consumo humano directo (CHD) a Dinamarca en 2024. Esta caída reciente se atribuye a factores coyunturales como variaciones en la oferta y ajustes logísticos, pero el crecimiento acumulado a lo largo del periodo analizado resalta su potencial estratégico como producto de exportación. Actualmente, la totalidad de los envíos peruanos a Dinamarca

corresponden a colas de gambón argentino (*Pleoticus muelleri*), sin pelar, un producto valorado en el segmento HORECA por su tamaño y sabor. No obstante, el análisis del desempeño de las importaciones danesas muestra una demanda constante por langostino tropical de acuicultura, como el *vannamei*, el cual Perú también produce bajo condiciones sanitarias favorables y con potencial de certificación ASC. Este escenario abre oportunidades para el ingreso progresivo del langostino *vannamei* peruano, particularmente si se enfoca en presentaciones adaptadas a las preferencias del mercado danés (como colas peladas o cocidas) y se respalda con una estrategia de promoción que ponga en valor su sostenibilidad, trazabilidad y calidad diferenciada frente a competidores tradicionales como Vietnam o India.

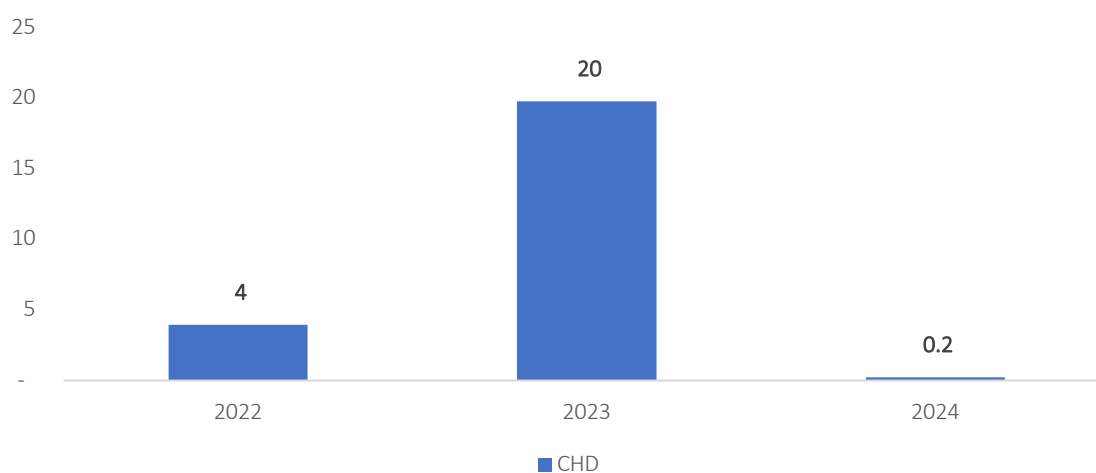
El mahi mahi, aunque aún con volúmenes modestos, ha mostrado una evolución positiva al pasar de exportaciones nulas en 2020 a USD 0.3 mil en 2024, registrando una tasa de crecimiento promedio (TCP) del 20.6%. En 2024, este producto representó el 8.7% del total de exportaciones peruanas de productos pesqueros para consumo humano directo (CHD) hacia Dinamarca. Su ingreso reciente a este mercado podría interpretarse como un primer paso hacia una diversificación incipiente del portafolio exportador peruano, especialmente si se considera que el mahi mahi es altamente valorado por su textura firme, sabor suave y versatilidad culinaria, lo que lo hace atractivo para el canal HORECA en Europa. En el caso específico de Perú, las exportaciones a Dinamarca corresponden a filetes congelados, una presentación conveniente para el comercio internacional y adaptable a distintos formatos de consumo. Según la entrevista realizada a Nordic Seafood, empresa que introdujo el filete de *mahi mahi* en el mercado danés en 2024, esta iniciativa se planteó como una prueba para evaluar la aceptación del producto. Los resultados en el canal HORECA han sido mixtos, dado que se trata de un pescado poco habitual; sin embargo, su textura ha sido destacada y bien valorada. Actualmente, la empresa estima que podría sostener una demanda aproximada de 50 toneladas anuales, dirigida principalmente al segmento de cruceros. Con el respaldo de una estrategia de promoción enfocada en sus atributos de pesca responsable y la posibilidad de acceder a certificaciones como el MSC (Marine Stewardship Council), el mahi mahi peruano tiene el potencial de posicionarse como una opción diferenciada y sostenible en un mercado europeo cada vez más orientado a la trazabilidad y la responsabilidad ambiental.

Finalmente, a pesar de que Perú dejó de exportar a Dinamarca una serie de productos pesqueros como pota cruda, pota precocida, calamar (en diversas presentaciones congeladas, IQF y brochetas), así como ovas de pez volador, es importante destacar que esta interrupción en los envíos no ha respondido a una pérdida de demanda en el mercado danés, sino principalmente a factores de índole productiva local, como fluctuaciones en la disponibilidad de materia prima, limitaciones estacionales o priorización de otros destinos. Estos productos, que anteriormente mostraron presencia en el mercado danés, aún mantienen potencial comercial, especialmente en segmentos como el foodservice y el retail especializado, donde se valoran las presentaciones

prácticas, precocidas o listas para cocinar. En el caso particular de la pota peruana (*Dosidicus gigas*), esta se ha exportado en una variedad de formatos adaptados a las exigencias internacionales, como tubos y tentáculos crudos congelados en bloques o a granel, anillas precocidas IQF, rodajas cocidas empacadas al vacío, brochetas congeladas listas para cocción directa, y recortes congelados para consumo humano. Estas presentaciones ofrecen una gran versatilidad de uso tanto en cocina industrial como en el canal HORECA.

#### 4.5.2. Importaciones de productos pesqueros de Finlandia desde Perú

**Gráfico N°13– Evolución de las exportaciones de productos pesqueros de Perú a Finlandia para el periodo 2020 – 2024, por categoría**



Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

Finlandia representa un mercado relativamente nuevo para las exportaciones pesqueras peruanas, ya que los primeros registros de envíos se remontan recién al año 2022. Desde entonces, el desempeño ha sido marcadamente irregular: las exportaciones pasaron de USD 4 millones en 2022 a un inusual pico de USD 20 millones en 2023, para luego descender a USD 243 mil en 2024. Este récord alcanzado en 2023 parece haber sido un hecho coyuntural, posiblemente vinculado a la cercanía geográfica de Finlandia con Rusia y a la existencia de plantas de reprocesamiento en territorio finlandés, lo que habría favorecido la importación de productos semielaborados como filetes, aletas y tentáculos con el fin de reexportarlos al mercado ruso. No obstante, más allá de este comportamiento atípico, el núcleo real de la demanda finlandesa hacia los productos pesqueros peruanos se ha centrado en filetes de pota cruda congelada y mantos, presentaciones que se ajustan a las necesidades de la industria alimentaria local y del canal Horeca.

Cuadro N°04 – Evolución de las exportaciones peruanas de productos pesqueros para consumo humano directo a Finlandia, por producto para el periodo 2020 – 2024  
Millones de USD

Producto	2022	2023	2024	TCP % 2022 - 2024	Part % 2024
Pota	4	20	0.2	-50.0%	100%
Anguila	0	-	-	-100.0%	-
<b>Total CHD</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>0.2</b>	<b>-50.1%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

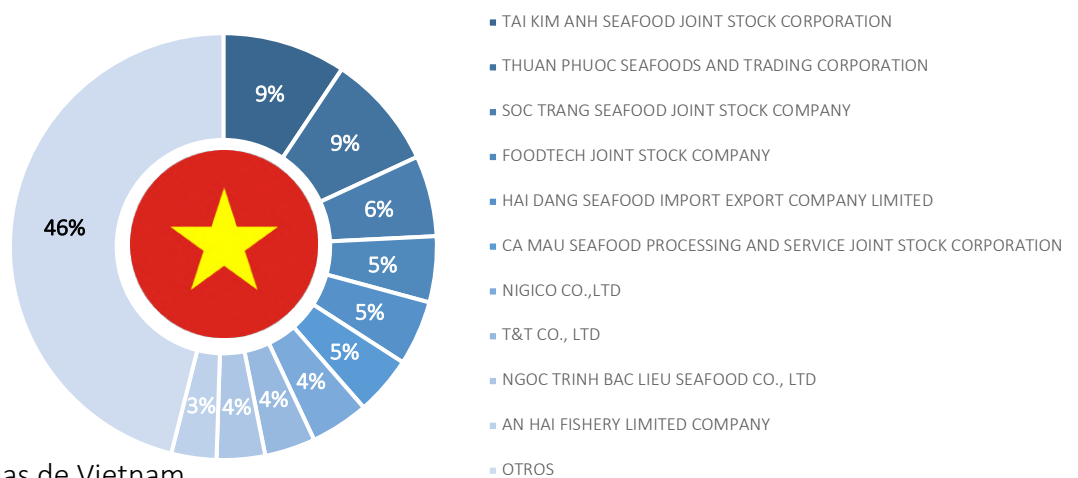
Además de la pota, es preciso mencionar que en 2022, se registraron envíos de filetes congelados de anguila por USD 32 mil.

## 4.6. Análisis de la competencia

### 4.6.1. Principales Empresas Exportadoras Internacionales al mercado de destino

Debido a las limitaciones en el acceso a información estadística desagregada sobre los principales proveedores (empresas exportadoras) que abastecen los mercados nórdicos priorizados, lo cual dificulta establecer un ranking claro de relevancia, el presente análisis ha tomado como referencia dos fuentes complementarias: (i) entrevistas a profundidad con importadores y especialistas del sector pesquero en Europa, y (ii) el análisis de data abierta proveniente de las Declaraciones Únicas de Aduana (DUA) de exportación de países extracomunitarios que representan competencia directa para la oferta peruana, en particular Ecuador, Vietnam y Argentina.

Gráfico N°14– Proveedores vietnamitas de productos pesqueros a Dinamarca, Suecia y Finlandia, según su participación en valor exportado 2024

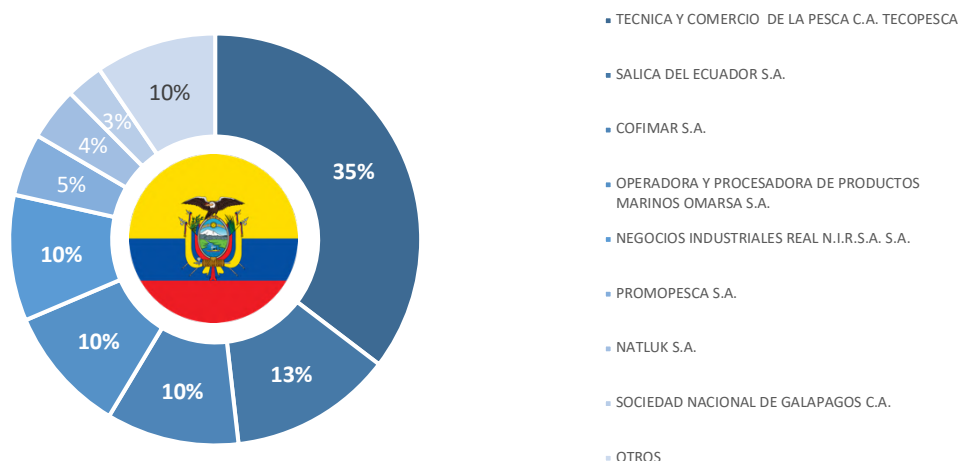


Fuente: Aduanas de Vietnam

Vietnam se ha consolidado como el principal proveedor no europeo de productos pesqueros para consumo humano directo en los países nórdicos, destacando especialmente en la provisión de langostino *vannamei* y sus derivados, incluidos cortes especiales y presentaciones de valor agregado como empanizados y productos cocidos. Empresas como *Tai Kim Anh Seafood*, *Thuan Phuoc Seafoods* y *Soc Trang Seafood* lideran esta categoría, reconocidas por su diversidad de tallas y formatos, así como por mantener un equilibrio competitivo entre costo y calidad. Estas compañías abastecen regularmente al mercado danés y, en menor medida, también a Finlandia y Suecia. Asimismo, *Foodtech Joint Stock Company* destaca como proveedor de atún en conserva —tanto en aceite vegetal como en agua con sal— certificado con el sello MSC, y comercializado bajo diversas marcas nórdicas como Glyncore, Elvira, Navis y Coop. Otro actor relevante es *Nigico Co*, filial vietnamita de Nissui Corporation, especializada en tentáculos de calamar y productos empanizados a base de este cefalópodo.

En cuanto a la demanda, las principales empresas nórdicas que importan productos pesqueros vietnamitas incluyen firmas danesas como Nordic Seafoods, Planet Pride, Nautic Seafood, Nowaco, Seamaid, Amanda Seafoods y Odin Seafoods Trading. En Suecia, destacan Dragon Port Foods, Easy Asia Trading, Seasam Food y Miramar Seafood, mientras que en Finlandia sobresalen OY Golden Crop y Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). Esta red comercial evidencia una presencia activa y estratégica de Vietnam en los canales de distribución nórdicos, consolidando su posición como un competidor clave frente a la oferta pesquera peruana.

**Gráfico N°15– Proveedores ecuatorianos de productos pesqueros a Dinamarca, Suecia y Finlandia, según su participación en valor exportado 2024**



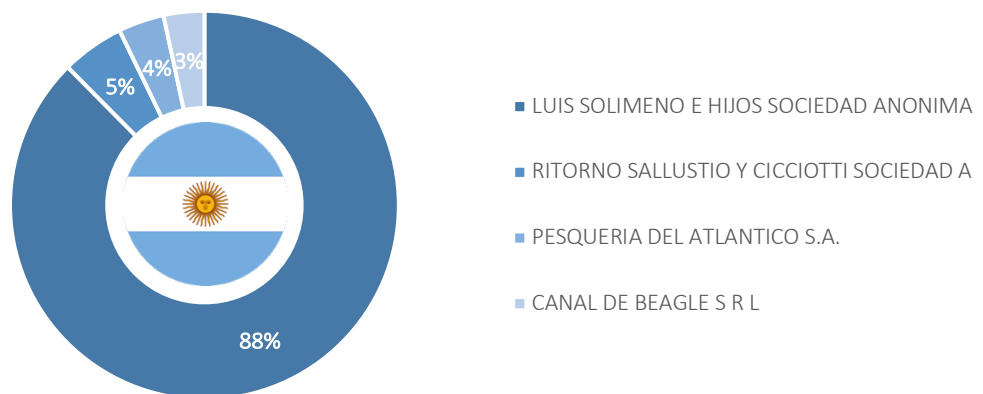
Fuente: Aduanas de Ecuador

Ecuador se ha posicionado como el principal proveedor latinoamericano de productos pesqueros para consumo humano directo en los países nórdicos, destacando especialmente en la exportación de conservas de túnidos y, en menor medida, de

langostinos *vannamei* de acuicultura. Las empresas *Tecopesca* y *Salica* del Ecuador lideran el segmento de conservas, ofreciendo productos tanto en agua y sal como en aceites vegetales. Entre sus principales compradores figuran Agrica (Finlandia) y Geia Foods (Dinamarca), así como operadores globales con presencia en los países nórdicos, como Candys Food Trading (Alemania) y John West Foods, empresa británica perteneciente al grupo tailandés Thai Union.

En el rubro de langostinos congelados, *COFIMAR* y *OMARSA* son los principales exportadores ecuatorianos, especializados en una amplia gama de tallas que varían entre 16/20 y 60/70. Sus productos abastecen principalmente a empresas como Nordic Seafoods en Dinamarca e ICA Sverige en Suecia.. Esta presencia reafirma el rol competitivo de Ecuador en el suministro de productos pesqueros al norte de Europa y su capacidad para atender distintos canales, desde el retail hasta el foodservice.

**Gráfico Nº16— Proveedores argentinos de productos pesqueros a Dinamarca, Suecia y Finlandia, según su participación en valor exportado 2024**



Fuente: Aduanas de Argentina

Argentina se posiciona como el segundo proveedor latinoamericano más relevante de productos pesqueros para consumo humano directo en los países nórdicos, principalmente gracias a sus exportaciones de gambón argentino (*Pleoticus muelleri*). Estas se comercializan tanto en formato entero —en tallas L1, L2 y L3— como en colas —tallas C1 y C2—, adaptándose a las preferencias del canal Horeca y de compradores mayoristas en Europa del Norte.

El principal actor en esta categoría es la empresa Luis Solimeno e Hijos, que concentra aproximadamente el 88% de los envíos de gambón argentino a la región y mantiene presencia activa tanto en Dinamarca como en Suecia. Su principal cliente en el mercado nórdico es Nordic Seafood, uno de los mayores distribuidores de productos del mar en la

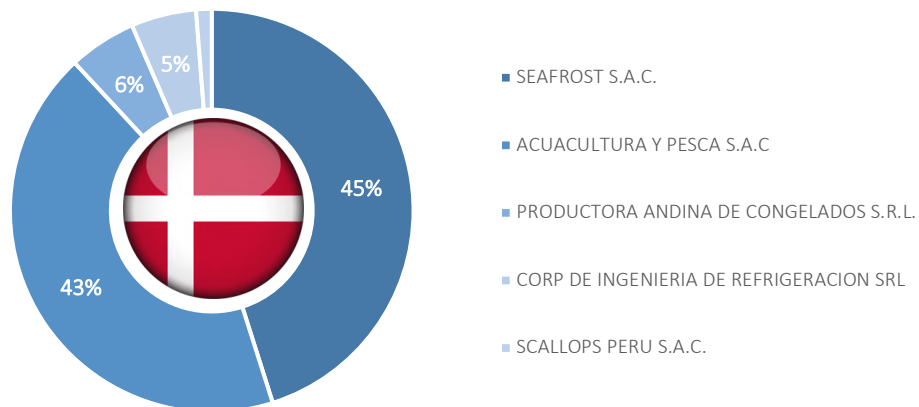
región, lo que refuerza la posición emergente de Argentina como proveedor confiable y especializado en este nicho de alto valor.

Es así que los envíos de productos pesqueros para consumo humano directo, aunque han tenido una participación menor, en los últimos tres años han fluctuado entre USD 3 – USD 4 millones.

#### 4.6.2. Principales Empresas Peruanas Exportadoras al mercado de destino

En 2024, los envíos peruanos de productos pesqueros a Dinamarca y Finlandia se concentraron en pocos actores empresariales, con una fuerte especialización por especie exportada y un alto grado de concentración por empresa en cada mercado.

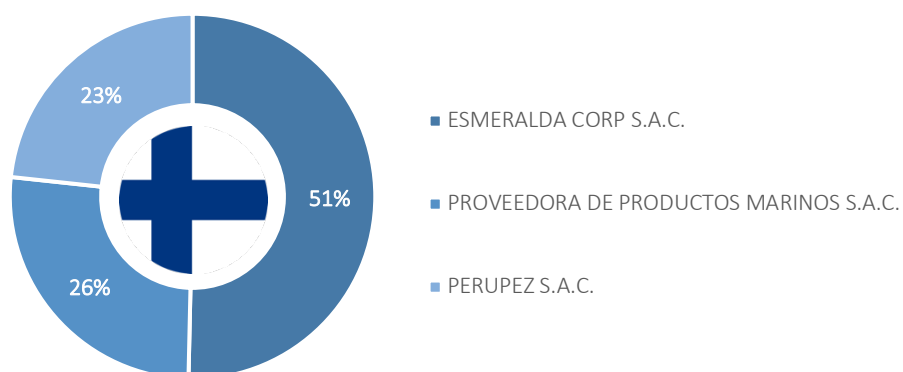
**Gráfico Nº17– Proveedores peruanos de productos pesqueros a Dinamarca, según su participación en valor exportado 2024**



Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

Seafrost S.A.C. lideró ampliamente las exportaciones hacia este mercado, con una participación del 45% del valor total, enfocándose principalmente en el gambón argentino (USD 140 mil) y en menor medida en filetes de mahi mahi. Le sigue Acuacultura y Pesca S.A.C. con un 43% del total, centrando sus exportaciones exclusivamente en vieiras (USD 150 mil). En conjunto, estas dos empresas representaron el 88% del total exportado, reflejando un mercado altamente concentrado. El resto de empresas, como Productora Andina de Congelados, Corporación de Ingeniería de Refrigeración y Scallops Perú, tuvieron participaciones menores, exportando principalmente perico y conchas de abanico.

Gráfico N°18– Proveedores peruanos de productos pesqueros a Finlandia, según su participación en valor exportado 2024



Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

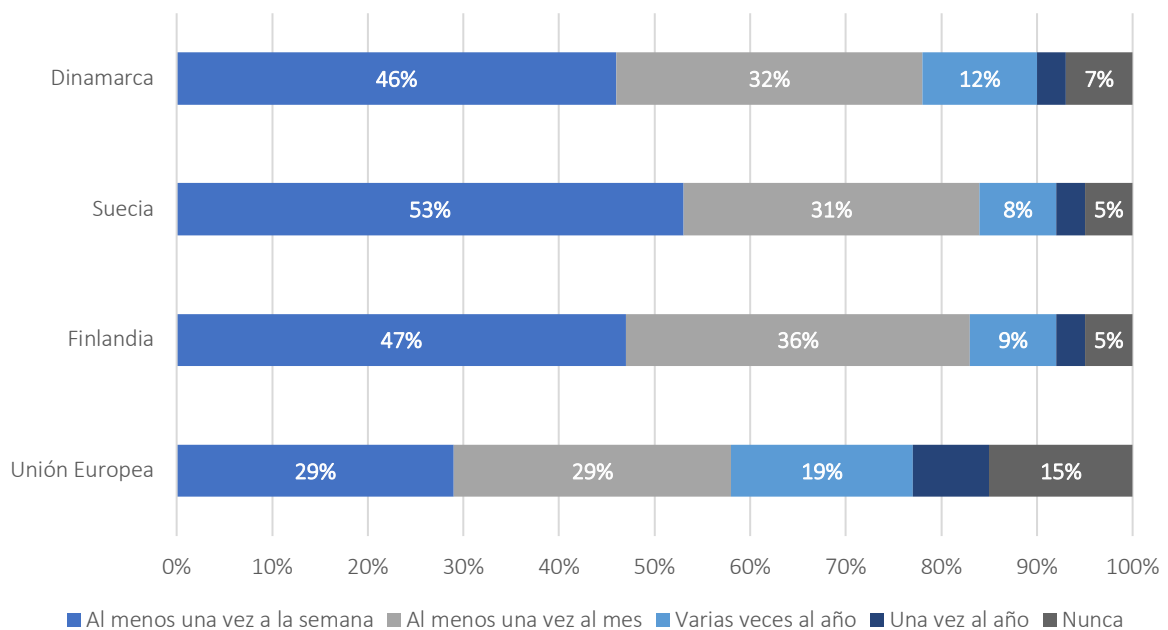
El mercado finlandés mostró una concentración incluso mayor. Esmeralda Corp S.A.C. fue el principal proveedor con el 51% del valor exportado (USD 51,600), seguida de Proveedora de Productos Marinos (26%) y Perupez S.A.C. (23%), todos con envíos exclusivamente de pota. Esto evidencia que la pota es el único producto relevante del portafolio peruano para este destino y que tres empresas concentran la totalidad del comercio.

## V. Análisis de la Demanda

### 5.1. Perfil del Consumidor

En Dinamarca, Suecia y Finlandia, el consumo anual de pescado per cápita se ha mantenido relativamente estable en los últimos años, aunque con signos de ligera disminución en algunos casos. En 2022, Suecia llegó a aproximadamente 22.46, mientras que Finlandia registró cerca de 19.09 y Dinamarca osciló entre 20 y 25 kg, según estimaciones del University of Copenhagen y EUMOFA. Desde 2018, la Unión Europea viene mostrando una tendencia a la baja en el consumo aparente de pescado, descendiendo desde unos 24 kg hasta aproximadamente 22 kg por persona. En contraste, los países nórdicos han mantenido un consumo más estable, sin variaciones abruptas, reflejando una cultura arraigada de consumo moderado pero constante.

**Gráfico Nº19– Frecuencia de consumo de productos pesqueros en Dinamarca, Suecia y Finlandia en 2024**



Fuente: Eurobarómetro 2024

Los consumidores de los países nórdicos muestran un perfil altamente familiarizado con el consumo de productos hidrobiológicos, ya que alrededor del 80% de los encuestados por el Eurobarómetro 2024 indicaron que consumían pescado al menos una vez al mes, y entre el 30% - 40% lo hace semanalmente.

El consumo es multicanal, siendo los supermercados los puntos de compra habituales, aunque también existe una presencia importante de las pescaderías especializadas, mercados locales y ventas directas en puertos, con una expansión sostenida del canal online en los tres países.

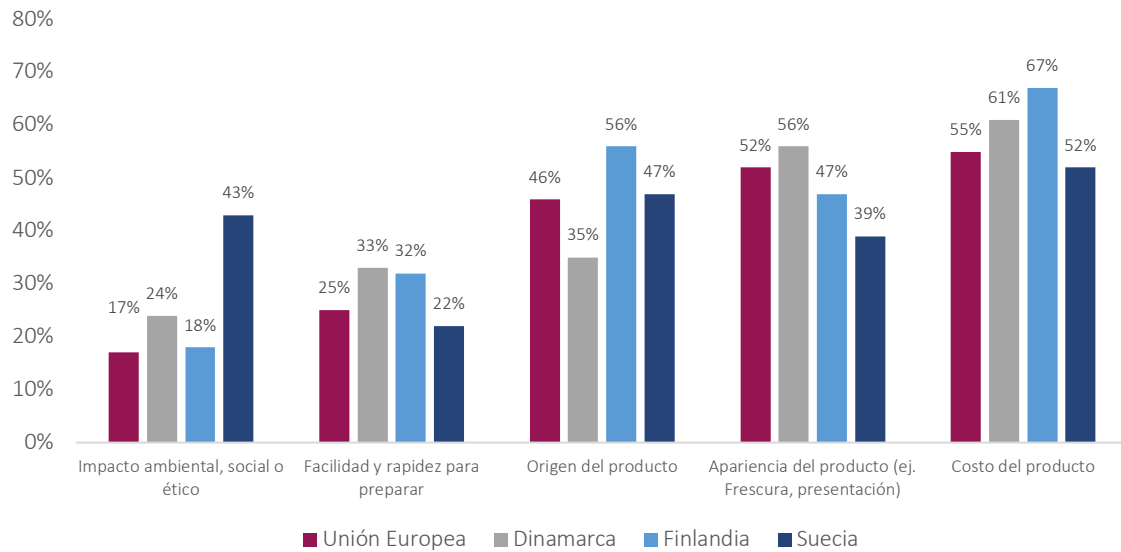
Cuadro N°05 – Porcentaje de personas que consumen productos pesqueros al menos una vez al mes, según grupo etario, ocupacional y percepción geográfica en la Unión Europea, Dinamarca, Suecia y Finlandia en 2024

	Unión Europea	Finlandia	Suecia	Dinamarca
<b>Edad</b>				
15-24	54%	71%	78%	78%
25-39	57%	84%	79%	75%
40-54	65%	84%	90%	77%
55+	63%	91%	92%	85%
<b>Categoría Socio - Profesional</b>				
Self - employed	65%	78%	84%	80%
Managers	71%	91%	87%	84%
Other white collars	58%	88%	82%	76%
Manual workers	56%	88%	88%	76%
House persons	62%	100%	100%	100%
Unemployed	61%	60%	84%	65%
Retired	64%	91%	93%	87%
Students	57%	76%	78%	77%
<b>Dificultad para pagar las cuentas</b>				
Most of the time	54%	50%	60%	57%
From time to time	54%	76%	85%	58%
Almost never / never	65%	89%	88%	82%
<b>Percepción de la proximidad a la costa</b>				
Total "Yes"	77%	82%	89%	80%
Total "No"	57%	87%	85%	80%

Fuente: Eurobarómetro 2024

De acuerdo al Eurobarómetro, el consumidor nórdico de productos pesqueros muestra elevados niveles de consumo mensual en comparación con el promedio europeo, con particular énfasis en los adultos mayores y segmentos profesionalmente activos. En los tres países analizados, más del tres cuartas partes de las personas entre 15 y 24 años consume pescados al menos una vez al mes, cifra que excede el 90% en los mayores de 55 años. Asimismo, los profesionales y trabajadores manuales también evidencian niveles de consumo elevados, lo que muestra que el acceso y la aceptación de los productos pesqueros no se limita solo a un nivel socioeconómico. El 100% de las amas de casa reporta consumo mensual, lo que sugiere una integración sólida del pescado en las rutinas alimentarias domésticas.

**Gráfico N°20— Factores más valorados por los consumidores al comprar productos pesqueros en la Unión Europea y los países nórdicos**



Fuente: Eurobarómetro 2024

En lo que respecta a preferencias de consumo el Gráfico N°20 revela que los consumidores de la Unión Europea y los países nórdicos priorizan distintos factores al adquirir productos pesqueros, siendo el costo del producto y la apariencia más destacados. Sin embargo, se aprecian matices importantes según el país. En Finlandia, por ejemplo, el origen del producto y la apariencia tienen un peso mayor que en el promedio europeo, lo que refleja una tendencia hacia la valorización de alimentos locales y de calidad verificada. Esta inclinación responde a una mayor conciencia en torno a la trazabilidad alimentaria, impulsada por campañas institucionales y una ciudadanía informada que exige información clara sobre el recorrido del alimento “del mar al plato”. Del mismo modo, en Dinamarca y Suecia se observa una alta valoración del impacto ambiental, social o ético, lo que evidencia una evolución del consumo hacia decisiones más responsables. En Suecia, este factor es considerado por el 43% de los consumidores, más del doble que en la media europea, lo cual puede atribuirse a políticas públicas exigentes, educación ambiental desde etapas tempranas y una fuerte presión de los retailers por ofrecer productos certificados con sellos como MSC (*Marine Stewardship Council*) o ASC (*Aquaculture Stewardship Council*).

Estas preferencias están alineadas con las tendencias actuales que marcan el consumo europeo y nórdico. De acuerdo con el último informe del Eurobarómetro 2024, un 70% de los consumidores europeos considera importante que los productos alimenticios incluyan información sobre su sostenibilidad, y más del 50% estaría dispuesto a pagar más por productos certificados. Asimismo, en mercados como el sueco, el cual suele tener estándares más rígidos de compra frente al danés o finlandés, los supermercados

están eliminando progresivamente productos sin certificación, especialmente en el rubro pesquero.

Pese al dominio de las presentaciones frescas, el consumidor nórdico demanda cada vez más formatos convenientes y listos para consumir, es así que conservas de atún y de pequeños pelágicos, congelados preparados (anillas de calamar, empanizados y preformados), así como productos gourmet como colas cocidas de langostinos o vieiras en media valva, han incrementado su consumo. Mientras que el atún en conserva se consume de forma habitual debido a su practicidad, especialmente en Suecia y Dinamarca, productos como los calamares y las vieiras se mantienen como opciones de nicho, cuya presencia comercial se limita a restaurantes especializados o compras puntuales de consumidores informados.

Por otro lado, los consumidores muestran una alta conciencia ambiental y social, además de requerir altos grados de exigencia sobre la trazabilidad. El Eurobarómetro 2024 muestra que más del 60% de los consumidores daneses, suecos y finlandeses priorizan el origen de los productos pesqueros y un porcentaje similar prefiere productos salvajes cuando están disponibles. Por ejemplo, en Finlandia el 42% prefiere productos silvestres frente a solo un 4% que opta por aquellos producidos en acuicultura. Asimismo, el 67% de los consumidores daneses considera el costo del producto como una variable importante, aunque el 51% está dispuesto a pagar más si el origen es sostenible.

En lo que respecta al uso culinario, los productos hidrobiológicos son parte de la dieta diaria y festiva de los países nórdicos. Mientras que los salmónidos y el bacalao se consumen usualmente en el hogar en distintas preparaciones (horneados y ahumados), mariscos como langostinos y vieiras tienen cabida en celebraciones y el canal HORECA. El langostino vannamei, en específico, ha adquirido popularidad como alternativa conveniente en platos fríos y cócteles. Las vieiras, aunque consideradas un producto gourmet, evidencian estacionalidad entre octubre y diciembre, asociado al canal HORECA.

## 5.2. Análisis de Tendencias

Las tendencias de consumo en los mercados nórdicos se encuentran alineadas a consideraciones de sostenibilidad ambiental, salud y hábitos modernos de alimentación.



**SOSTENIBILIDAD:** En los tres países analizados se evidencia una creciente preferencia por productos hidrobiológicos sostenibles, trazables y que garanticen una alta conciencia ecológica, por lo cual etiquetas como MSC o ASC pueden significar importantes decisores de compra en productos clave como los langostinos. Es así que muchas de las principales cadenas de supermercados de la región, dentro de las que destacan Ikea, Axfood Sverige (Suecia) y Rema 1000 (Dinamarca), se han comprometido a vender solo pescado de origen

sostenible y publican informes de responsabilidad al respecto. Por ello no es de sorprender que, de acuerdo con ASC, se observó un incremento de 25% en la disponibilidad de productos con este sello en las tiendas de los países nórdicos en 2024.

De acuerdo con las entrevistas a profundidad, la sostenibilidad se ha convertido en un criterio decisivo para la compra de productos pesqueros, especialmente en los segmentos retail y foodservice. Empresas como Bjerrefisk y Nordic Seafood destacan por su preferencia por proveedores que garanticen certificaciones como ASC y MSC, reflejando la presión que los consumidores ejercen sobre la industria para garantizar prácticas responsables con el medio ambiente, sobre todo para su oferta dirigida al retail. Asimismo, en mercados como Suecia y Dinamarca, los compradores no solo valoran el origen y la frescura del producto, sino también su impacto social y ambiental, por lo que están dispuestos a pagar un sobreprecio por productos certificados. Esta tendencia es tan fuerte que operadores globales como Sirena y Planets Pride han planteado como objetivo que para 2030 el 100% de sus productos cuenten con estas certificaciones, consolidando así una demanda orientada a la sostenibilidad como valor agregado indispensable.



**ETIQUETADO DE ORIGEN:** La legislación de la Unión Europea obliga a indicar en el etiquetado el país de origen o zona de captura, así como el método de producción de productos pesqueros frescos y/o congelados. Esto ha propiciado que los consumidores asocien el origen con calidad y sostenibilidad. Por ejemplo, un envase que indique "*Origen: Noruega*" o "*Capturado en el Atlántico Noreste con arte de pesca sostenible*" añade valor al mindset del comprador consciente. Empero, una procedencia incierta o un origen

relacionado a malas prácticas puede desincentivar la compra. Así, las empresas exportadoras hacia los países nórdicos deben brindar la información requerida en las etiquetas, en el idioma correspondiente, lo que, si bien resulta una barrera técnica, también sirve como un elemento de marketing positivo para los productos que pueden destacar su origen (por ejemplo, *“Vieiras del Pacífico Sudeste, maricultura peruana sostenible”*).

Empresas como Nordic Seafood y FoodWithYou remarcan la importancia de un etiquetado claro y detallado, pues los consumidores asocian directamente el origen con calidad, sostenibilidad y prácticas responsables. En este contexto, la percepción del producto peruano es positiva en términos de calidad y potencial, especialmente en categorías como la vieira. Sin embargo, algunos operadores nórdicos aún desconocen la oferta peruana o no tienen experiencia previa con estos productos, lo que convierte al etiquetado atractivo y diferenciado en una herramienta esencial para posicionar al Perú como origen confiable y competitivo. Resaltar en el empaque atributos como *“Procesado en planta certificada en Perú”* o *“Origen: Pacífico Sur con prácticas sostenibles”* puede convertirse en un elemento decisivo para captar la atención de compradores conscientes y exigentes.

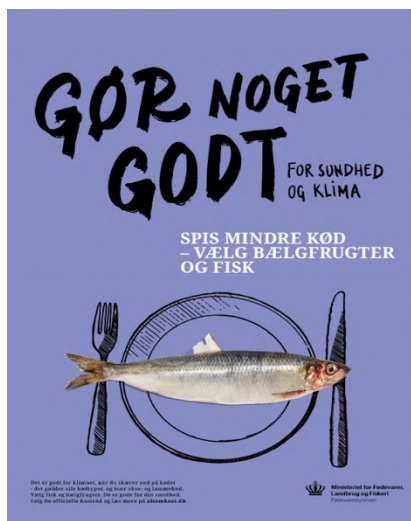


**CONVENIENCIA:** Los consumidores nórdicos cuentan con elevados niveles de vida y ritmo acelerado, lo que dinamiza la demanda de productos listos para comer (*ready to eat*) o de preparación rápida (*ready to cook*). Además de la preferencia por presentaciones prácticas (langostinos pelados, pescados sin espinas y porcionados, entre otros), a esto se le debe agregar el desarrollo de nuevos productos como platos preparados refrigerados que solo necesitan calentarse. Asimismo, se evidencian nuevas propuestas elaboradas a base de productos pesqueros en recetas de estilo internacional como bowls de *poke* con pescados marinados, sopas de mariscos

congeladas o conservas gourmet. La conveniencia también se puede notar en el empaque, con la presencia de envases resellables, porciones individuales y formatos familiares económicos.

Empresas como FoodWithYou y Feldts Seafood destacan por su capacidad de ofrecer referencias adaptadas a estilos de vida acelerados, incluyendo langostinos pelados, mezclas de mariscos listas para cocinar y platos preparados refrigerados / congelados para el canal retail y foodservice. Este comportamiento responde a consumidores que valoran la practicidad, pero sin sacrificar la calidad ni la sostenibilidad. Para los exportadores peruanos, este segmento representa una oportunidad clave,

especialmente si se consideran formatos innovadores como envases resellables o porciones individuales, que ya son valorados por los mercados sueco y danés.



**SALUD:** Los productos pesqueros son reconocidos como alimentos saludables ricos en proteínas de alta calidad y omega-3, por lo cual, los gobiernos de los países nórdicos promueven el consumo de mínimo 2 a 3 raciones por semana. De acuerdo con Businesscoot, en Dinamarca, por ejemplo, se destaca el valor nutritivo del langostino como proteína magra y fuente de grasas saludables; de hecho, se sugiere una ingesta regular de 75 – 100 gr diarios. En tanto, en Suecia y Finlandia organismos de salud pública han hecho campañas para aumentar el consumo de pelágicos azules locales como el arenque o la caballa por su

omega-3, aunque el éxito ha sido moderado. Por otro lado, también se observa una tendencia a reemplazar parte del consumo de carnes por productos pesqueros, percibidos como opciones más sanas.

Empresas como Feldts Seafood y Nordic Seafood han identificado esta preferencia al priorizar la comercialización de especies como el salmón, el bacalao y los camarones, destacando su valor nutritivo en las estrategias de marketing. Además, los programas gubernamentales en países como Suecia y Finlandia promueven activamente el consumo de pescado con campañas de salud pública, incentivando a la población a sustituir carnes rojas por opciones más saludables del mar.



**ALTERNATIVAS A LOS PRODUCTOS PESQUEROS:** Los sucedáneos vegetales de pescados y mariscos; es decir, productos elaborados a base de plantas que imitan la textura y el sabor de productos como el atún, el salmón y los langostinos podrían redefinir el futuro del sector. Suecia ha visto nacer *startups* de *foodtech* que producen “atún” vegano o “salmón” vegetal con proteínas de legumbres y algas, dirigidas a consumidores flexitarianos. Aunque la cuota de mercado es pequeña, la tendencia *plant – based* ya impacta al sector; de hecho, cadenas suecas y finlandesas ya ofrecen algunos de estos productos alternativos como parte de su oferta saludable. Asimismo, están ganando popularidad nuevos productos como las algas marinas para consumo humano, las cuales son usadas en ensaladas y pastas, así

como nuevas presentaciones de proteínas marinas subutilizadas, las cuales se elaboran en hamburguesas de pescado oscuro o snack de medusa.

### 5.3. Variedades Más Consumidas (Especies y Formatos)



En los tres países analizados, la presentación más habitual del camarón boreal es cocido, pelado y congelado, listo para servirse en preparaciones frías como sándwiches, ensaladas y bufés. En Dinamarca y Suecia se valora la practicidad de este producto y su sabor suave. En paralelo, el langostino vannamei se compra principalmente congelado, crudo o precocido, en colas P&D, orientadas a salteados, parrillas y preparaciones calientes, especialmente en el canal HORECA.

La vieira es un producto gourmet cuya comercialización se realiza mayoritariamente en presentaciones congeladas sin coral o media concha, a través de restaurantes de alta gama. En particular, en Suecia se nota una mayor variedad de calibres, incluyendo tallas grandes (U10– U20) usados en sellados o preparaciones a la parrilla. La preparación típica es a la plancha o gratinada, y no se encuentran versiones marinadas o listas para servir, ya que el consumidor (chef o cocinero) espera manipular el producto desde su forma natural congelada.



Los calamares gigantes se venden usualmente en tubos limpios congelados, anillas empanizadas listas para freír y, en menor medida, tentáculos. En Suecia y Finlandia, los tubos se dirigen a la restauración asiática o mediterránea, mientras que las anillas se suelen utilizar como aperitivos, sobre todo en pubs y *fast casual*. Dinamarca, asimismo, presenta el calamar en preparaciones listas para calentar, como porciones prefritas. La manipulación de calamar entero es muy poco común, todos los formatos priorizan la limpieza previa y porciones uniformes.

El filete sin piel y sin espinas, glaseado y empacado al vacío o en bolsas plásticas, es la presentación estándar comercializada en los países nórdicos. Estos filetes se utilizan para preparaciones al horno o sartén, y se dirigen tanto a hogares como a la restauración institucional (escuelas, hospitales y similares). En Dinamarca se utilizan bloques congelados de pescado, en pesos que van desde los 7.5 hasta 15 kilogramos, como insumo industrial, especialmente para empanizados y comidas preparadas. En Finlandia y Suecia, en tanto, el consumo es más frecuente en presentaciones de porciones, listas para cocinar. A nivel de consumidor final, no se suele demandar presentaciones enteras, ni con piel.



Por otro lado, la carne de pescado congelada se demanda en bloques o tubos prensados, mayoritariamente utilizados en la industria alimentaria para elaborar distintos preformados como albóndigas, croquetas y *kanikama*. En Dinamarca se demanda este tipo de productos para la producción de *fiskefrikadeller* (pasteles de pescado); mientras que, en Finlandia, la carne picada se utiliza en rellenos y platos precocidos (*pyöryköitä*). En todos los casos, el formato busca facilidad de dosificación industrial, sin piel, sin espinas y con mínima manipulación.

En lo que respecta a conservas de atún – barrilete, el formato más comercializado es la lata metálica de 160 – 185 gr, en aceite vegetal o en agua. Esta presentación se demanda tanto a nivel doméstico como en catering institucional. En contraste, en restauración se utilizan latas industriales de 1 – 2 kilogramos, especialmente en Finlandia y Dinamarca, para ensaladas y rellenos. Es importante mencionar que formatos innovadores, como pouches flexibles, han ganado terreno en Suecia y Finlandia, particularmente en comedores de escuelas y tiendas de conveniencia.



En lo que respecta a anchoas, la presentación estándar es el frasco de vidrio o lata pequeña de 50 a 100 gramos con filetes en aceite, casi siempre como semiconserva refrigerada. Aunque su demanda es residual, en todos los países se utiliza como condimento de cocina mediterránea o como ingrediente gourmet. En el canal HORECA, su uso es limitado a platos puntuales como ensaladas Ceasar's, pizzas y tapenades.

De acuerdo con información extraída de las entrevistas a profundidad, el camarón boreal se comercializa principalmente cocido, pelado y congelado, en formatos listos para ser utilizados en ensaladas, sándwiches y bufés, especialmente valorado en Dinamarca y Suecia por su sabor suave y textura delicada. Empresas como Launis y Feldts Seafood destacan este formato por su alta rotación en el canal retail y foodservice, manejando volúmenes importantes (alrededor de 5 mil TN anuales en el caso de Launis). Por su parte, el langostino vannamei se ofrece congelado, en colas P&D crudas o precocidas, destinado a preparaciones calientes como salteados y parrillas en el canal HORECA. Compañías como Nordic Seafood y Planets Pride resaltan la importancia de este producto en sus catálogos, siendo clave para atender a consumidores que buscan practicidad sin sacrificar calidad.

Asimismo, la vieira mantiene su posicionamiento como producto gourmet, con presentaciones congeladas sin coral o en media concha, dirigidas a restaurantes de alta gama. En Suecia, destaca la demanda de calibres grandes (U10-U20), usados para

preparaciones a la plancha o gratinadas, donde los chefs prefieren manipular el producto desde su estado natural sin intervenciones previas como marinados o pre-cocciones. Compradores como Bjerrefisk, especializado en la industria de cruceros, y FoodWithYou ven en la vieira peruana una oportunidad, dado que buscan alternativas a los altos precios actuales de Japón y Estados Unidos. El calamar gigante, en tanto, se comercializa en tubos limpios congelados, anillas empanizadas listas para freír y, en menor medida, tentáculos, respondiendo a la demanda del canal foodservice y fast casual en Suecia y Finlandia. Este patrón de consumo confirma la preferencia de los compradores nórdicos por formatos limpios y porcionados, listos para usar, evitando la manipulación del producto entero en la cocina.

#### 5.4. Presentaciones y Precios al Consumidor Final

SUECIA	
IMAGEN	DESCRIPCIÓN
	<p><b>Camarones boreales HOSO 70/90</b>            Marca: Feldt's - Certificación: No Indica            Origen: Dinamarca            Precio: 59 SEK - USD 6.2 / 500 gr.</p>
	<p><b>Colas de langostinos vannamei cocidos 41/50</b>            Marca: Feldt's - Certificación: ASC            Origen: Vietnam            Precio: 92.5 SEK - USD 9.7 / 300 gr.</p>
	<p><b>Colas de langostinos vannamei crudas P&amp;D 31/40</b>            Marca: Feldt's - Certificación: ASC            Origen: Vietnam            Precio: 84.9 SEK - USD 8.9 / 300 gr.</p>

	<p><b>Colas de langostinos vannamei crudas con cáscara</b></p> <p>Marca: Feldt's - Certificación: ASC</p> <p>Origen: Vietnam</p> <p>Precio: 165 SEK - USD 17.3 / 600 gr.</p>
	<p><b>Colas de langostinos vannamei rebozadas</b></p> <p>Marca: Iber Cook - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: España</p> <p>Precio: 169 SEK - USD 17.7 / 1 kg.</p>
	<p><b>Vieiras (tallos) de Hokkaido congeladas</b></p> <p>Marca: Garant - Certificación: MSC</p> <p>Origen: Japón / Dinamarca</p> <p>Precio: 115 SEK - USD 12.1 / 200 gr.</p>
	<p><b>Anillas de illex empanizadas</b></p> <p>Marca: Feldt's - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: España</p> <p>Precio: 129 SEK - USD 13.5 / 800 gr.</p>
	<p><b>Tubos congelados de illex</b></p> <p>Marca: Feldt's - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: China</p> <p>Precio: 129 SEK - USD 13.5 / 700 gr.</p>
	<p><b>Mixtura de mariscos (camarón boreal, mejillón, surimi y porciones de merluza)</b></p> <p>Marca: Feldt's - Certificación: MSC / ASC</p> <p>Origen: Dinamarca</p> <p>Precio: 52.95 SEK - USD 5.55 / 200 gr.</p>

	<p>Conserva de atún con garbanzos, lentejas y aceite de oliva</p> <p>Marca: Garant - Certificación: MSC</p> <p>Origen: Letonia</p> <p>Precio: 29.95 SEK - USD 3.14 / 150 gr.</p>
	<p>Filetes de anchoas (boquerones) en aceite de girasol</p> <p>Marca: Zeta - Certificación: No especifica</p> <p>Origen: España</p> <p>Precio: 42-95 SEK - USD 4.5 / 80 gr.</p>

Fuente: ICA Supermarket, Mathem y visitas a otros retailers suecos

DINAMARCA	
IMAGEN	DESCRIPCIÓN
	<p>Colas de langostino vannamei con cáscara crudos XXL congelados</p> <p>Marca: Salling - Certificación: ASC</p> <p>Origen: India</p> <p>Precio: 99 kr - USD 15.08 / 700 gr.</p>
	<p>Colas de langostino vannamei con cáscara crudos congelados</p> <p>Marca: Princip - Certificación: ASC</p> <p>Origen: Vietnam</p> <p>Precio: 55 kr - USD 8.38 / 225 gr.</p>
	<p>Colas de langostino vannamei P&amp;D crudos congelados</p> <p>Marca: Salling - Certificación: ASC</p> <p>Origen: India</p> <p>Precio: 29 kr - USD 4.42 / 200 gr.</p>

	<p><b>Colas de langostino vannamei empanizadas en corte mariposa</b></p> <p>Marca: Salling - Certificación: ASC</p> <p>Origen: Vietnam</p> <p>Precio: 29 kr - USD 4.42 / 200 gr.</p>
	<p><b>Colas de langostino vannamei en tempura</b></p> <p>Marca: Salling - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: Vietnam</p> <p>Precio: 29 kr - USD 4.42 / 300 gr.</p>
	<p><b>Anillas de calamar y pescado empanizadas</b></p> <p>Marca: Salling - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: Dinamarca</p> <p>Precio: 29 kr - USD 4.42 / 500 gr.</p>
	<p><b>Vieiras (tallos) de Hokkaido congeladas</b></p> <p>Marca: Princip - Certificación: MSC</p> <p>Origen: Japón / Dinamarca</p> <p>Precio: 55 kr - USD 8.38 / 150 gr</p>
	<p><b>Mixtura de mariscos (pota, mejillón, camarón boreal y pulpo)</b></p> <p>Marca: Salling - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: No Indica</p> <p>Precio: 29 kr - USD 4.42 / 300 gr.</p>
	<p><b>Filete empanizado de merluza del Atlántico</b></p> <p>Marca: Salling - Certificación: MSC</p> <p>Origen: Dinamarca</p> <p>Precio: 65 kr - USD 9.9 / 1 kg</p>

Fuente: Bilkatogo, Planet's Pride y otros retailers daneses

FINLANDIA

IMAGEN	DESCRIPCIÓN
	<p><b>Colas de langostino vannamei crudas congeladas</b></p> <p>Marca: Rainbow - Certificación: ASC</p> <p>Origen: Vietnam</p> <p>Precio: 6.15 EUR - USD 6.99 / 200 gr.</p>
	<p><b>Colas de langostino vannamei cocidas congeladas</b></p> <p>Marca: Rainbow - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: Vietnam</p> <p>Precio: 6.35 EUR - USD 7.22 / 200 gr.</p>
	<p><b>Colas de camarones boreales P&amp;D congelados</b></p> <p>Marca: Coop - Certificación: MSC</p> <p>Origen: Noruega</p> <p>Precio: 3.30 EUR - USD 3.75 / 150 gr.</p>
	<p><b>Colas de langostino vannamei empanizados, tail-on</b></p> <p>Marca: Pirkka - Certificación: ASC</p> <p>Origen: Vietnam</p> <p>Precio: 5.69 EUR - USD 6.47 / 200 gr.</p>
	<p><b>Colas de langostinos tiger con salsas especiales</b></p> <p>Marca: Japanese Style - Certificación: ASC</p> <p>Origen: Vietnam</p> <p>Precio: 2.99 EUR - USD 3.40/ 100 gr.</p>
	<p><b>Anillas de pota cruda congelada</b></p> <p>Marca: Äyriäistukku - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: España</p> <p>Precio: 3.49 EUR - USD 3.97 / 250 gr.</p>

	<p><b>Rejo de pota cocida congelada</b></p> <p>Marca: Nuchar- Certificación: No Indica</p> <p>Origen: España</p> <p>Precio: 10.99 EUR - USD 12.49 / 265 gr.</p>
	<p><b>Mixtura de mariscos (camarón boreal, mejillón e illex)</b></p> <p>Marca: Pirka- Certificación: MSC / ASC</p> <p>Origen: Dinamarca</p> <p>Precio: 7.69 EUR - USD 8.74 / 350 gr.</p>
	<p><b>Porciones congeladas de carbonero</b></p> <p>Marca: Pirka- Certificación: MSC</p> <p>Origen: Polonia</p> <p>Precio: 5.50 EUR - USD 6.25 / 300 gr.</p>
	<p><b>Albóndigas de trucha arcoíris</b></p> <p>Marca: Apaja - Certificación: No Indica</p> <p>Origen: Finlandia</p> <p>Precio: 3.29 EUR - USD 3.73 / 300 gr.</p>
	<p><b>Conserva de barrilete en salsa de curry rojo</b></p> <p>Marca: Rainbow - Certificación: Dolphin Safe</p> <p>Origen: Tailandia</p> <p>Precio: 2.09 EUR - USD 2.38 / 185 gr.</p>

Fuente: K-Citymarket, Lidl, S-Kaupat y visitas a otros retailers suecos

## 5.5. Percepción del Producto Peruano

La percepción del producto peruano en los países nórdicos es en general positiva, aunque todavía se percibe limitada por el desconocimiento de muchos compradores sobre la oferta pesquera de este origen. Empresas como Nordic Seafood y Nowaco, que han trabajado con productos peruanos como la vieira, el calamar gigante y el mahi mahi, destacan la calidad y la capacidad de las plantas en Perú para cumplir con estándares

internacionales. Por otro lado, operadores como Sirena, Bjerrefisk y Feldts Seafood reconocen no tener experiencia previa con proveedores peruanos, pero muestran interés en conocer alternativas, siempre que se garantice consistencia en la calidad, cumplimiento en los tiempos de entrega y certificaciones internacionalmente reconocidas. Esto abre una oportunidad clara para posicionar a Perú como proveedor, especialmente si se resalta el valor de su sostenibilidad y trazabilidad.

En lo referente a certificaciones, la exigencia varía según el tipo de cliente y el canal de venta. Empresas como Nordic Seafood y FoodWithYou consideran imprescindibles las certificaciones MSC y ASC para acceder a los retailers de Suecia y Alemania, donde los consumidores presionan para contar con productos sostenibles, aunque consideran también que la oferta peruana se podría viabilizar a través del foodservice que suele ser menos estricto en lo que respecta a sostenibilidad. Sin embargo, otras compañías como Chrisfish y Launis son más flexibles en este aspecto, sobre todo para el canal foodservice, donde los chefs priorizan calidad y precio más que los sellos. Este escenario plantea que la industria peruana podría adaptar su estrategia: apostar por productos con certificaciones para supermercados exigentes y, en paralelo, ofrecer opciones competitivas en precio y calidad para restaurantes y hoteles, donde la exigencia en sostenibilidad es menor.

Pese a los retos que supone la falta de reconocimiento de Perú como marca país en este sector, las empresas que ya han trabajado con proveedores peruanos resaltan sus fortalezas. J.P. Klausen, con más de quince años importando merluza, vieira y pota, valora la mano de obra calificada y la flexibilidad de las plantas para ajustarse a los estándares del mercado europeo. Asimismo, Nowaco ha mostrado interés en diversificar su portafolio con proveedores peruanos, buscando reducir la dependencia de orígenes tradicionales como Asia y Chile. Todo esto confirma que existe un espacio importante para consolidar relaciones comerciales y proyectar a Perú como un socio confiable y competitivo en el mercado nórdico.

Si bien la percepción del producto peruano es generalmente positiva, también surgieron algunas preocupaciones que podrían representar obstáculos para un mayor posicionamiento en los países nórdicos. Empresas como Sirena y Feldts Seafood indicaron que, aunque tienen interés en explorar opciones peruanas, consideran esencial garantizar volúmenes estables y un servicio postventa eficiente para evitar interrupciones en la cadena de suministro.

Finalmente, se identificaron casos puntuales que han afectado la imagen del Perú como proveedor. J.P. Klausen señaló un incidente con una planta procesadora peruana de camarón argentino, que no pudo explicar la falta de cumplimiento en una de sus cargas, generando desconfianza en el manejo logístico y contractual. Este tipo de situaciones, aunque aisladas, resaltan la importancia de fortalecer la reputación del sector pesquero

peruano mediante una gestión transparente, certificaciones internacionales y un cumplimiento riguroso de los compromisos comerciales. La mejora en estos aspectos permitiría reducir las dudas de los compradores y abrir más puertas en mercados exigentes como el nórdico.

## VI. Requisitos de Acceso al Mercado

### 6.1. Medidas Arancelarias

La Unión Europea, bloque del que forman parte Suecia, Dinamarca y Finlandia, ha implementado un sistema de arancel externo común. Perú y la Unión Europea cuentan con un Acuerdo Comercial vigente desde marzo de 2013, por el cual la mayoría de los productos hidrobiológicos peruanos pueden ingresar libres de aranceles a la importación. De acuerdo con Access2Markets de la Comisión Europea, en ausencia de un tratado de libre comercio, las tarifas arancelarias NMF aplicables a la importación de productos pesqueros por la Unión Europea suelen ser bajas o moderadas y pueden llegar hasta 24%.

**Cuadro N°06 – Aranceles aplicados a productos pesqueros peruanos priorizados por PROMPERÚ en Suecia, Dinamarca y Finlandia**

SUBPARTIDA (SH06)	DESCRIPCIÓN	ARANCEL PARA PERÚ	ARANCEL NMF
1604.14	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito “sarda spp.”, enteros o en trozos (exc. Picados)	0%	24%
0306.17	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumados, incluso pelados o no, incl. camarones y langostinos sin pelar, cocidos en agua o en agua hirviendo	0%	12%
0307.22	Vieiras y otros moluscos de la familia Pectinidae, congelados, incluso con cáscara	0%	8% - 12%
0304.99	Congelados de carne de pescado ncop (exc. Filetes)	0%	7.5% - 14.2%
0304.89	Filetes de pescados congelados, nep	0%	7.5% - 18%
0307.43	Pescado y calamar, congelados, con o sin cáscara	0%	8% - 11%
1604.16	Preparaciones y conservas de anchoas, enteras o en trozos	0%	25%

Fuente: Access2Markets

En este punto, es preciso indicar que, para acogerse a la liberalización de aranceles del Tratado de Libre Comercio, se necesita presentar el correspondiente certificado de origen (formato EUR.1) que indique el origen peruano.

### 6.2. Medidas No Arancelarias

#### 6.2.1. Medidas Técnicas

De acuerdo con EUR – Lex, los productos pesqueros que se importan en la Unión Europea deberán cumplir estrictas normas sanitarias dentro de las que se encuentran el Reglamento (CE) 853/2004, el cual estipular normas específicas de higiene para alimentos de origen animal, complementario al Reglamento (CE) 178/2004 (higiene general) y al Reglamento (CE) 178/2002 (Reglamento de la Unión de Seguridad Alimentaria), que establece la trazabilidad total “desde la red a la mesa”. De manera resumida estas indican lo siguiente:

**HIGIENE & HACCP:** Todas las plantas de producción deberán estar aprobados acorde la normativa de la Unión Europea y aplicar modelos de *Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control – HACCP*. El Reglamento 853/2004 exige a los operadores a utilizar agua potable y a mantener sus facilidades limpias en cada etapa de la cadena (captura, proceso, transporte, entre otros).

**TRAZABILIDAD & SEGURIDAD ALIMENTARIA:** Se solicita trazabilidad total de cada lote (origen, procesador y destino) de acuerdo con el Artículo 18 del Reglamento 178/2002. Asimismo, se aplican variables microbiológicas (Reglamento 2073/2005) para patógenos, como *Listeria* o *Salmonella*, así como límites de contaminantes (Reglamento 1881/2006 para metales pesados, histamina en túnidos, entre otros). Por otro lado, para productos de acuicultura, la Unión Europea solicita planes de control de residuos farmacológicos y límites máximos de residuos (MRL) aprobados a nivel de la comunidad.

**ETIQUETADO ALIMENTARIO:** Se debe cumplir el Reglamento 1169/2011, referido al etiquetado de alimentos de consumo humano, y el Reglamento 1379/2013, relacionado a información pesquera. En el marco de ellos, se debe indicar el nombre comercial de la especie, método de captura, zona de pesca (Área FAO) u origen del producto, ingredientes en el caso de conservas y preformados, así como la indicación “*descongelado*” en caso corresponda. Por ejemplo, las conservas de atún y anchoa deben etiquetarse con especie, país de procedencia y fecha de vencimiento en el idioma oficial del país importador.

**TEMPERATURA & CADENA DE FRÍO:** Productos congelados y refrigerados deben mantenerse en cadena de frío (menos de 18°C para congelados). El Reglamento 853/2004, en su Anexo III, indica que el transporte y almacenamiento deben asegurar condiciones de temperatura estable; adicionalmente, las autoridades de control pueden solicitar registros de temperatura de la carga.

**OTRAS NORMAS TÉCNICAS:** Se aplican requisitos de límites físico – químicos y sanitarios (pH, salinidad, análisis de metales, residuos antibióticos, entre otros) de acuerdo con la normativa de la Unión Europea y la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria. En específico, las vieiras (*Pectinidae*) importadas por los miembros de la Unión Europea deben provenir de zonas autorizadas y cumplir análisis de biotoxinas marinas.

### 6.2.2. Medidas No Técnicas

**REGISTRO DE EXPORTADORES E IMPORTADORES:** Las plantas exportadoras peruanas deben figurar en el listado oficial de la Unión Europea de establecimientos autorizados para exportar productos hidrobiológicos a los países miembros. En paralelo, el importador en la Unión Europea debe estar registrado en el registro sanitario nacional y notificar la llegada de cada envío.

**PUESTOS DE CONTROL DE FRONTERIZOS (PCF):** Toda importación debe ingresar por un puerto o aeropuerto designado por la Unión Europea como PCF para productos pesqueros. En estos PCF se realiza una inspección oficial a la carga.

**NOTIFICACIÓN PREVIA (CHED – P):** El destinatario o su agente deben avisar con anticipación, al menos 24 horas antes de la llegada, la Parte I del Documento Sanitario Común de Entrada (CHED – P) a través de la plataforma TRACES – NT.

**CERTIFICADO SANITARIO DE ORIGEN:** Cada partida debe ir acompañada de un certificado sanitario modelo específico para el producto (por ejemplo, “FISH – CRUST – HC” para la mayoría de los pescados y crustáceos) de acuerdo con los formatos oficiales del Reglamento (UE) 2020/2235. El certificado debe estar validado y firmado por un veterinario oficial de la autoridad sanitaria peruana, siguiendo los requisitos de forma y sellado de ese reglamento.

**CERTIFICADO DE CAPTURA PARA EXPORTAR PRODUCTOS PESQUEROS A LA COMUNIDAD EUROPEA:** Para todos los productos pesqueros de captura (salvo las excepciones por especie) se solicita el Certificado de Captura estipulado en el Reglamento (UE) 1005 / 2008, para demostrar que el pescado no procede de pesca ilegal. Para mayor detalle consultar: [Validar Certificado de Captura para exportar productos pesqueros a la Comunidad Europea.](#)

**OTROS DOCUMENTOS REQUERIDOS:** A la importación debe presentarse además la *declaración sumaria* de aduanas (DUA o SAD), lista de empaque, factura comercial, comprobante de pago de la tasa veterinaria, entre otros. En caso necesario las autoridades podrán solicitar registros de temperatura del transporte, análisis de laboratorio, listas de ingredientes y aditivos y declaraciones de no-OGM.

### 6.3. Normas Privadas

Adicionalmente de los requisitos oficiales, los importadores nórdicos requieren certificados de calidad y sostenibilidad reconocidos en la industria como el MSC, para pesca salvaje sostenible, o ASC, el cual certifica la acuicultura responsable. Ambos sellos son muy valorados en Dinamarca, Suecia y Finlandia, lo cual se refleja en los compromisos de sostenibilidad planteados por grandes cadenas de supermercados como Ikea en Suecia y S-Group en Finlandia. Otros sellos de sostenibilidad también se ponderan positivamente como *GlobalGAP*, referido a seguridad alimentaria en acuicultura, *Best Aquaculture Practices* o *Friend of the Sea*.

Finalmente, las grandes cadenas de supermercados suelen demandar el cumplimiento de normas de inocuidad reconocidas internacionalmente, como el estándar BRC (*British Retail Consortium*) o IFS (*International Food Standard*), que incluyen requerimientos de trazabilidad, manejo de riesgos y buenas prácticas en la gestión de la cadena de suministro

## VII. Logística

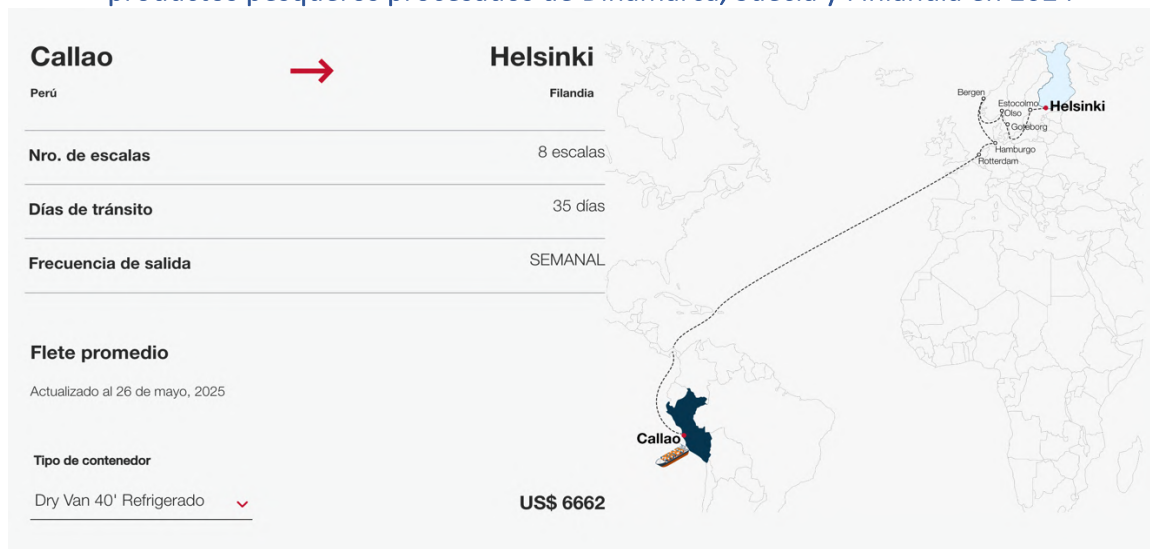
### 7.1. Canales de Distribución

#### 7.1.1. Rutas de Acceso

Las rutas de acceso a los países nórdicos son esencialmente marítimas, aunque en el caso de productos frescos o de elevado valor comercial (*premium*) pueden usarse servicios aéreos exprés.

De acuerdo con Maersk, históricamente la principal naviera de carga del mundo cuyo origen es danés, la ruta marítima suele salir del puerto del Callao (Perú) por la Costa Pacífica, transitando el Canal de Panamá. Posteriormente, se realiza transbordo en grandes puertos de Europa del Norte antes de seguir por transporte terrestre o cabotaje hasta Escandinavia. Bajo este modelo, desde los puertos alemanes o del BENELUX, la carga se redirige por camión o tren a Dinamarca, Suecia y Finlandia, con escalas en hubs de distribución nórdicos. Por ejemplo, la mercancía destinada a Suecia suele entrar por el puerto de Göteborg, el mayor puerto de contenedores de Escandinavia. Para Dinamarca, un puerto clave para la carga pesquera es Aarhus, además de Aalborg. En Finlandia, el puerto de Helsinki (Vuosaari) es el principal puerto de entrada de carga internacional, complementado por puertos como Hamina – Kotka.

**Gráfico Nº21– Participación de los canales de venta minoristas en el mercado de productos pesqueros procesados de Dinamarca, Suecia y Finlandia en 2024**



Fuente: PROMPERÚ

Asimismo, de acuerdo con información provista por PROMPERÚ, la ruta habitual desde el puerto del Callao (Perú) hasta la ciudad de Helsinki (Finlandia) toma 35 días y sigue este itinerario: Callao → Rotterdam (Países Bajos) → Hamburgo (Alemania) → Bergen

(Noruega) → Oslo (Noruega) → Göteborg (Suecia) → Estocolmo (Suecia) → Helsinki (Finlandia).

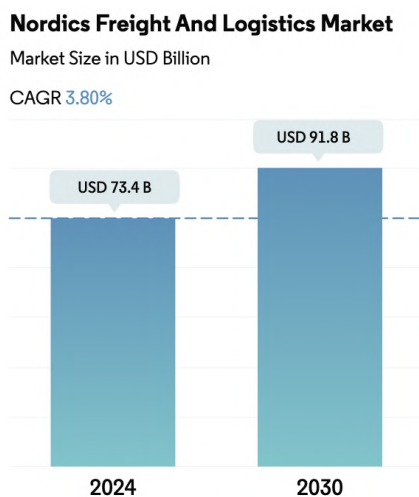
### 7.1.2. Costos Logísticos

De acuerdo con Freightos, los costos logísticos para carga refrigerada desde Perú hacia los países nórdicos pueden resultar elevados. El flete marítimo de un contenedor refrigerado de 40 pies desde Sudamérica a Europa del Norte puede fluctuar en rangos de USD 2 – 4 por kilogramo, dependiendo de la temporada, ruta y disponibilidad. Mientras que, de acuerdo con PROMPERÚ, el costo de un envío de un contenedor de 40 pies refrigerado a Göteborg puede alcanzar USD 6,314 y a Helsinki USD 6,662. Al arribar a Europa se deben agregar gastos de manejo portuario, transbordo y transporte interno; el transporte terrestre refrigerado europeo puede rondar entre € 1–2 por kilómetro, en base a una cotización por camión completo.

En lo que respecta a almacenamiento en frío, las tarifas varían por país y localización. En Europa del Norte, el costo por pallet en cámaras frigoríficas puede sobrepasar los € 10 – 15 al día, de acuerdo con el volumen y servicios asociados.

### 7.1.3. Principales Agencias de Transporte

Gráfico N°22– El mercado logístico y de transporte internacional en los países nórdicos



Source : Mordor Intelligence



🎓	Período de Estudio	2017 - 2030
📊	Tamaño del Mercado (2024)	USD 76.38 mil millones
📊	Tamaño del Mercado (2030)	USD 91.8 mil millones
💧	Mayor participación por función logística	Transporte de carga
📈	Tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) (2024-2030)	3,80 %
🌐	Mayor participación por país	Suecia
📊	Concentración del Mercado	Bajo

Jugadores principales



Fuente: Mordor Intelligence

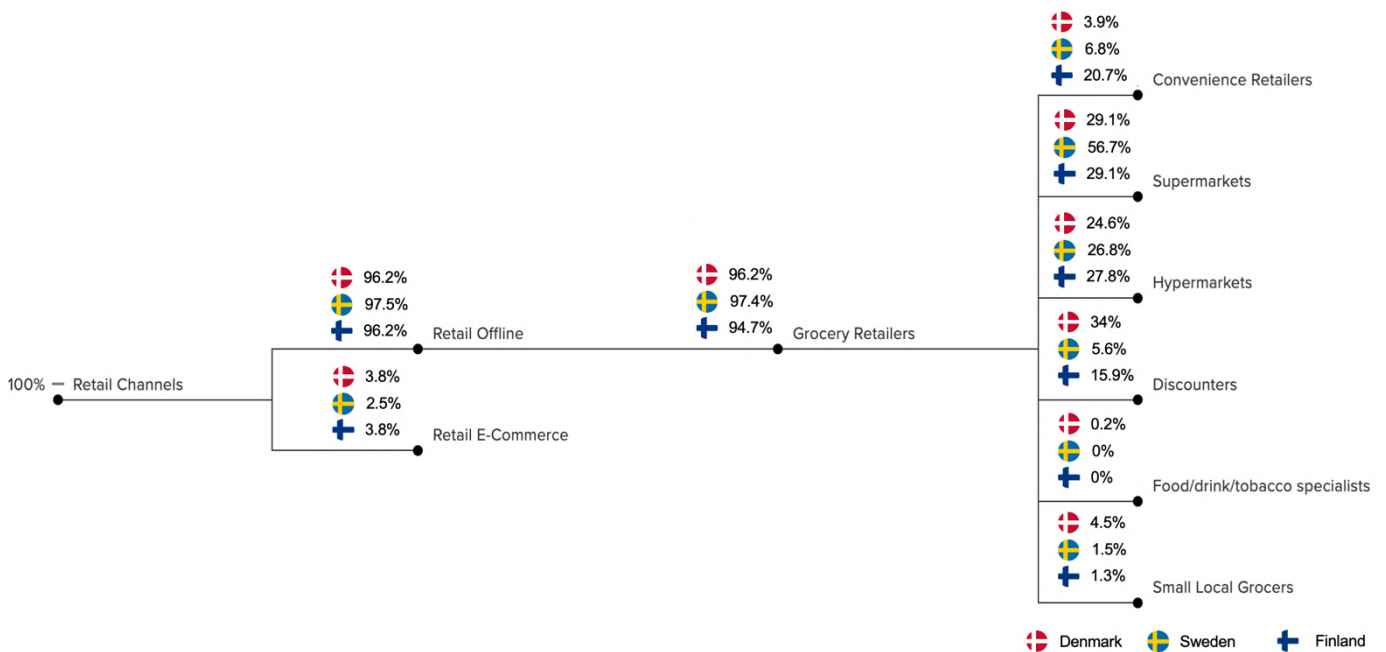
El mercado nórdico de logística de importación está compuesto tanto por grandes navieras y *freight forwarders* globales, así como agentes domésticos especializados. Entre las compañías que lideran los mercados se encuentran *DFDS* (Dinamarca), la cual oferta una amplia red de transporte frigorífico por vía terrestre y ferries en Europa del Norte; *Maersk Line* (Dinamarca) y *CMA CGM* (Francia), las dos principales líneas navieras de contenedores que operan en Sudamérica y Europa; *DSV Panalpina* (Dinamarca) y *Kuehne+Nagel* (Suiza), empresas de logística con unidades especializadas en perecibles; *DB Schenker*, *DHK Global Forwarding* o *UPS*, que ofrecen servicios multimodales refrigerados. En el canal carretero europeo también son relevantes *Samskip* (Holanda), especializada en transporte combinado marítimo – fluvial por la costa nórdica, y *Blue Water Shipping* (Dinamarca) entre las agencias más importantes de Escandinavia.

Asimismo, en cada país existen *forwarders* locales con amplia experiencia en productos pesqueros. Por ejemplo, *Kimpex A/S* (Dinamarca), además de importador, también brinda servicios logísticos; *Inex Partners Oy* (Finlandia), perteneciente a S-Group, es especialista en productos congelados, así como *Martin & Servera* o *Meningo* (Suecia).

## 7.2. Canales de Comercialización

La cadena de distribución de los pescados y mariscos importados muestran una estructura similar en Dinamarca, Suecia y Finlandia, e incluyen canales mayoristas y minoristas especializados en productos perecibles. Existen importadores y distribuidores especializados en hidrobiológicos que abastecen tanto a procesadores locales, así como a cadenas de supermercados y al canal HORECA. Entre los más destacados se encuentran *Kimpex*, *Nordic Seafood*, *J.P. Klausen* y *Planet's Pride* en Dinamarca, quienes concentran sobre todo las compras de mariscos congelados. *Nordic Seafood*, con más de 27 mil TN toneladas comercializadas y presencia en toda Europa, destaca por trabajar con 560 proveedores y exigir certificaciones como MSC y ASC para atender al retail sueco, aunque es más flexible para *foodservice* en Dinamarca. Asimismo, de acuerdo con *Volza*, en Suecia los principales importadores incluyen empresas como *Magnihill AB*, *Atiaza AB* o *Dragon Foods AB*; mientras que, en el mercado finlandés, *FoodWithYou* gestiona unas 2 500 TN anuales y trabaja tanto con marcas propias como marcas privadas para retailers y HORECA.

Gráfico Nº23– Participación de los canales de venta minoristas en el mercado de productos pesqueros procesados de Dinamarca, Suecia y Finlandia en 2024



Fuente: Euromonitor International

Asimismo, a nivel minorista el mercado se encuentra altamente concentrado. De acuerdo con Euromonitor International, en Dinamarca, alrededor del 54% de las ventas de productos pesqueros procesados se realizan a través de supermercados e hipermercados en 2024, los cuales, a su vez, se encuentran representados por tres grandes cadenas: *Coop*, *Salling Group* y *Dagrofa*. En tanto, en Suecia, este tipo de cadenas, donde *ICA*, *Axfood* y *Coop* dominan el mercado, significan el 82% del comercio de productos pesqueros procesados. Por otro lado, de acuerdo con Nielsen, en Finlandia dominan *S-Group* (48% de participación) y *Kesko* (34%). Es importante mencionar que, en Dinamarca, *convenience retailers* como *7-Eleven* están creciendo en participación gracias a la venta de productos *ready-to-eat*, mientras que, en Suecia, *Pressbyrån* y *Coop Nära* aprovechan la tendencia hacia productos de conveniencia

Es importante mencionar también que el *e-commerce* de productos pesqueros procesados se encuentra en expansión, aunque aún representa apenas entre 2.5% y 3.8% del mercado en 2024. El modelo "*click & collect*" se ha vuelto particularmente popular, en especial entre los consumidores más jóvenes y aquellos que tienen tiempos limitados. Actores como *Nemlig.com* en Dinamarca y *MatHem* en Suecia lideran este segmento, ofreciendo entrega rápida de productos refrigerados y congelados, mientras que *Kespro* en Finlandia integra soluciones digitales para horeca

Por otro lado, el canal HORECA es cubierto básicamente por grandes mayoristas especializados en la importación de pescados y mariscos. En Suecia, este segmento equivale a alrededor del 20% del consumo total y está altamente concentrado por cuatro empresas que abastecen a la mayoría de los restaurantes y colegios: *Martin & Servera (Axfood)*, *ICA meny* y *Svensk Cater*. En Dinamarca, en tanto, se han identificado pocos mayoristas líderes en el HORECA como *Horkram Foodservice* y *Dans Cater*; mientras que, en Finlandia, los principales distribuidores son *Kespro* (subsidiaria de *Kesko*) y *Metro – tukku (Wihuri)*. *Nordic Seafood* y *Bjerrefisk* también destacan como proveedores clave de productos premium para cruceros, hoteles y restaurantes de alta gama en Escandinavia.


Para acceder a los mercados nórdicos, la forma más eficiente suele ser trabajar a través de importadores y distribuidores especializados, quienes cuentan con redes consolidadas para abastecer tanto a supermercados como al canal HORECA. Empresas como *Nordic Seafood* y *Nowaco* recomiendan esta vía porque permiten adaptarse a las exigencias logísticas y regulatorias del mercado, incluyendo certificaciones como MSC, ASC, BRC o IFS. Por otro lado, los distribuidores también ofrecen flexibilidad para comercializar cargas mixtas y testar nuevos productos en el mercado antes de un compromiso a gran escala. En cuanto a las condiciones de pago, empresas como *Nowaco* indican que lo más habitual es el uso de cartas de crédito a 30 o 60 días, pago del 20% inicial con el saldo contra documentos o compras con términos CFR (coste y flete), dependiendo del origen, el volumen y la relación comercial entre las partes.

## VIII. Actividades de Promoción Comercial

### 8.1. Ferias

Cuadro N°07 – Ferias especializadas relevantes para la promoción de productos pesqueros en Dinamarca, Suecia y Finlandia

FERIA	DESCRIPCIÓN
	<p><b>SEAFOOD EXPO GLOBAL (BARCELONA – ESPAÑA)</b></p> <p>La feria de productos pesqueros más grande del mundo a la que asisten proveedores y compradores de 87 países. La edición 2025, registró 2 187 expositores y más de 35 mil asistentes. Cada país nórdico participó con pabellones nacionales, como, por ejemplo, <i>Food From Denmark</i> y <i>Danish Export Association</i> de Dinamarca, así como <i>Pro-Fish Association – Seafood From Finland</i> de Finlandia. El programa de la feria suele atraer a compradores, mayoristas, minoristas y operadores nórdicos del canal HORECA.</p>
	<p><b>FOODEXPO (HERNING – DINAMARCA)</b></p> <p>Feria bianual dirigida al canal HORECA y a la alimentación profesional. La próxima edición se realizará del 22 al 24 de marzo de 2026. Es un encuentro clave para los operadores daneses de hoteles, restaurantes y catering, con la presencia de cientos de expositores de alimentos (incluidos productos pesqueros)</p>
	<p><b>DANFISH INTERNATIONAL (AALBORG – DINAMARCA)</b></p> <p>Feria bienal especializada en productos de mar, equipos de pesca e ingeniería marina. Se prevé que para su edición 2025 (7 al 9 de octubre) albergue a más de 400 expositores internacionales. También será sede de DanAqua (Acuicultura) y la conferencia NordicRAS.</p>
	<p><b>FASTFOOD &amp; CAFÉ &amp; RESTAURANT EXPO - ITINERANTE</b></p> <p>Feria itinerante dirigida al canal HORECA en los países nórdicos. Del 29 al 30 de enero de 2025 se realizó en Estocolmo (Suecia) y la edición 2026 se llevará a cabo del 21 al 22 de enero en la ciudad de Tampere (Finlandia). El evento congrega a 250 expositores locales de restauración y alimentos listos, con <i>showcookings</i> y concursos. Además, forma parte de la <i>Food Expo Tour</i> de easyFairs que incluye Malmö y Helsinki.</p>

	<p align="center"><b>NORDIC SEAFOOD SUMMIT (GÖTTEBORG – SUECIA)</b></p> <p>Congreso anual de acuicultura y pesca, cuya edición 2025 se realizó del 22 al 23 de enero. Reúne a toda la cadena de valor de la industria, incluyendo pescadores, procesadores, mayoristas, restauradores, investigadores y autoridades de la región. Más que una feria comercial, es un foro de innovación y sostenibilidad nórdica.</p>
---	---

Fuente: SeafoodExpo, DanFish, Nferias & TradeFairDates

## 8.2. Exhibiciones

**Cuadro N°08 – Exhibiciones especializadas relevantes para la promoción de productos pesqueros en Dinamarca, Suecia y Finlandia**

EXHIBICIÓN	DESCRIPCIÓN
	<p align="center"><b>SEAFOOD FESTIVAL (DINAMARCA)</b></p> <p>Festival nacional de corte gastronómico especializado en pescados y mariscos. Entre el 16 y 25 de mayo de 2025, un número importante de restaurantes en ciudades danesas ofrecieron menús temáticos (“<i>Seafood Menu</i>” en opciones básico, grande y de lujo) que utilizan insumos locales. La iniciativa tuvo como objetivo celebrar la biodiversidad danesa en 10 días.</p>
	<p align="center"><b>MERCADO DEL ARENQUE BÁLTICO (HELSINKI – FINLANDIA)</b></p> <p>Exhibición histórica celebrada desde 1743 en el puerto de Helsinki que celebra la pesca del arenque en otoño. Busca promocional el arenque sostenible como alimento nutricional de temporada. Atrae a miles de visitantes que buscan productos pesqueros frescos, ahumados y encurtidos.</p>
	<p align="center"><b>SEAFOOD WEEKS LOCALES</b></p> <p>Diversas ciudades nórdicas celebran semanas dedicadas a los productos pesqueros. Por ejemplo, en abril de 2024, el restaurante Brasserie Regatta de Hanko (Finlandia) organizó su Seafood Week (19 al 25 de abril de 2024) ofreciendo menús especiales de mariscos. Estos eventos suelen incluir degustaciones y meridajes.</p>

Fuente: Seafood Festival DK, 10Times & VisitHanko

### 8.3. Publicaciones Especializadas

Cuadro N°09 – Publicaciones especializadas relevantes para la promoción de productos pesqueros en Dinamarca, Suecia y Finlandia

PUBLICACIÓN	DESCRIPCIÓN
	<p style="text-align: center;"><b>SVENSK FISKNÄRING (SUECIA)</b></p> <p>Revista de la Asociación Sueca de Pesca que cuenta con cinco publicaciones al año. Informa sobre temas de actualidad en la industria, sostenibilidad y “blue economy”.</p>
	<p style="text-align: center;"><b>FISKERFORUM (DINAMARCA)</b></p> <p>Portal digital de noticias con foco en la industria pesquera de Dinamarca y los países nórdicos. Se trata de una publicación exclusivamente digital, con actualizaciones diarias. Cuenta con información sobre política pesquera, niveles de captura, desempeño de la acuicultura, tecnologías y sostenibilidad. Disponible en danés e inglés, cuenta con una amplia audiencia profesional en el sector.</p>
	<p style="text-align: center;"><b>AROMI (FINLANDIA)</b></p> <p>Publicación profesional dirigida al sector HORECA finlandés. Se edita de forma mensual, en formato impreso y digital, y es gestionada por Viestimedia. Cubre tendencias culinarias, gestión de negocios gastronómicos, seguridad alimentaria y productos innovadores, incluidos pesqueros.</p>
	<p style="text-align: center;"><b>LIVSMEDEL I FOKUS (SUECIA)</b></p> <p>Revista especializada en la industria alimentaria sueca, publicada por la asociación homónima. Tiene siete ediciones impresas al año y una versión digital actualizada. Trata temas acerca de innovación, sostenibilidad, nutrición, investigación de consumo y de mercado, así como desarrollo de nuevos productos. Tiene alcance nacional, entre ejecutivos de empresas alimentarias, autoridades y académicos.</p>

Fuente: Svensk Fisknäring, Fiskerforum, Aromi & Livsmedel I Fokus

## 8.4. Otras Actividades de Promoción

A modo de *benchmark* es importante mencionar que diversas agencias de promoción comercial y gremios de otros países proveedores han realizado actividades e implementado estrategias para promover sus productos pesqueros en los países nórdicos.



ProChile, la agencia de promoción del comercio internacional de Chile, es uno de los actores más activos en estos mercados. En 2022, organizó una misión comercial a los países nórdicos que incluyó visitas a Estocolmo, Oslo y Helsinki, la cual tuvo como objetivo promover los productos chilenos, incluidos pescados y mariscos. Asimismo, incluyó a un país nórdico - báltico, Lituania, dentro de su *Ruta Productos del Mar Europa 2025*, la cual consistió en misiones comerciales que se desarrollaron de manera paralela los días previos a la feria Seafood

Expo Global. Tuvo como objetivo visitar Polonia y Lituania, y consistió en visitas a las ciudades de Gdansk y Klaipeda, donde se sostuvieron reuniones con potenciales compradores.

Por todo lo expuesto, la participación de Perú en ferias y exposiciones especializadas en productos pesqueros en los países nórdicos representa una estrategia clave para visibilizar su oferta y generar conexiones comerciales con importadores y distribuidores. Los mercados de Dinamarca, Suecia y Finlandia aún perciben a Perú como un origen emergente en comparación con competidores consolidados como Noruega, Chile y Ecuador.

Antes de participar, es recomendable realizar una prospectación detallada de las ferias y exposiciones disponibles en la región para identificar aquellas con mayor potencial. Eventos como la Seafood Expo Global, aunque no exclusiva de los países nórdicos, concentra a importadores clave de Escandinavia y puede ser un punto de partida para establecer relaciones. Asimismo, participar en ferias locales más específicas permitirá acceder directamente a compradores de nicho, como distribuidores premium que abastecen al canal HORECA y a supermercados con políticas estrictas de sostenibilidad.

Una táctica diferenciadora para destacar frente a otros expositores sería incorporar activaciones gastronómicas con chefs locales que utilicen productos peruanos en recetas

tradicionales escandinavas, como sopas de pescado, tapas de arenque o incluso poke bowls de influencia asiática, muy populares entre los consumidores jóvenes. Esta estrategia no solo permite mostrar la calidad y versatilidad de la oferta peruana, sino también ayuda a conectar emocionalmente con los compradores al demostrar cómo los ingredientes pueden adaptarse al gusto y cultura local.

Finalmente, se sugiere no limitarse a ser un país visitante pasivo, sino asumir un rol activo mediante espacios de networking, rondas de negocios y presentaciones técnicas que resalten atributos diferenciadores como certificaciones MSC y ASC, la capacidad de realizar cargas mixtas y la disponibilidad de productos con valor agregado.

## IX. Contactos de Interés

### 9.1. Institucionales

#### 9.1.1. Dinamarca

- **Ministerio de Alimentos, Agricultura y Pesca de Dinamarca**  
Web Page: <https://en.fvm.dk/>  
E-Mail: [fvm@fvm.dk](mailto:fvm@fvm.dk)
- **Aduanas de Dinamarca (Toldstyrelsen)**  
Web Page: <https://www.toldst.dk/>  
E-Mail: [fgs@toldst.dk](mailto:fgs@toldst.dk)
- **Agencia Danesa de Agricultura y Pesca (Landbrugs- og Fiskeristyrelsen)**  
Web Page: <https://lfst.dk/>  
E-Mail: [mail@lfst.dk](mailto:mail@lfst.dk)
- **Agencia Danesa de Seguridad Alimentaria (Fødevarestyrelsen)**  
Web Page: <https://foedevarestyrelsen.dk/>  
E-Mail: No Indica
- **Consulado Honorario de Perú en Copenhague (Dinamarca)**  
Web Page: <https://consuladoperu.dk/index.php/es/>  
E-Mail: [lonefl@consuladoperu.dk](mailto:lonefl@consuladoperu.dk)

#### 9.1.2. Suecia

- **Agencia Sueca de Seguridad Alimentaria (Livsmedelsverket)**  
Web Page: <https://www.livsmedelsverket.se/>  
E-Mail: [livsmedelsverket@slv.se](mailto:livsmedelsverket@slv.se)
- **Agencia Sueca de Asuntos Marinos y Agua (Havs- och vattenmyndigheten)**  
Web Page: <https://www.havochvatten.se/>  
E-Mail: [havochvatten@havochvatten.se](mailto:havochvatten@havochvatten.se)
- **Aduanas de Suecia (Tullverket)**  
Web Page: <https://www.tullverket.se/>  
E-Mail: [tullverket@tullverket.se](mailto:tullverket@tullverket.se)
- **Embajada del Perú en Suecia – Sección Comercial**  
Web Page: <https://www.peruembassy.se/>  
E-Mail: [apaz@peruembassy.se](mailto:apaz@peruembassy.se)

### 9.1.3. Finlandia

- **Autoridad Finlandesa de Seguridad Alimentaria (Ruokavirasto)**  
Web Page: <https://www.ruokavirasto.fi/>  
E-Mail: [rajatarkastus@ruokavirasto.fi](mailto:rajatarkastus@ruokavirasto.fi)
- 
- **Aduanas de Finlandia (Tulli)**  
Web Page: <https://www.tulli.fi/>  
E-Mail: [tuoteturvallisuus@tulli.fi](mailto:tuoteturvallisuus@tulli.fi)
- 
- **Ministerio de Agricultura y Bosques de Finlandia (MMM)**  
Web Page: <https://mmm.fi/>  
E-Mail: contacto mediante formulario web
- 
- **Embajada del Perú en Finlandia – Sección Comercial**  
Web Page: <https://www.embassyofperu.fi/>  
E-Mail: [psalamanca@embassyofperu.fi](mailto:psalamanca@embassyofperu.fi)

## 9.2. Comerciales

Para información más detallada consultar el Anexo 2 – Base de Datos de Potenciales Compradores de Dinamarca, Suecia y Finlandia.

### 9.2.1. Dinamarca

- **Danish Seafood Association**  
Web Page: <https://www.danishseafood.org/>  
E-Mail: [mail@danishseafood.org](mailto:mail@danishseafood.org)
- **Polar Seafood A/S**  
Web Page: <https://www.polarseafood.dk/>  
E-Mail: [polar@polarseafood.dk](mailto:polar@polarseafood.dk)
- **Nordic Seafood A/S**  
Web Page: <https://www.nordicseafood.com/>  
E-Mail: [mail@nordicseafood.com](mailto:mail@nordicseafood.com)
- **Bornholms A/S**  
Web Page: <https://www.bornholms.dk/>  
E-Mail: [bfta@bornholms.dk](mailto:bfta@bornholms.dk)
- **Salling Group A/S (Føtex, Bilka, Netto)**  
Web Page: <https://www.sallinggroup.com/>  
E-Mail: [contact@dsg.dk](mailto:contact@dsg.dk)

- **Dagrofa A/S (MENY, SPAR)**  
Web Page: <https://www.dagrofa.dk/>  
E-Mail: contacto mediante formulario web
- **Coop Danmark (Kvickly, SuperBrugsen)**  
Web Page: <https://www.coop.dk/>  
E-Mail: contacto mediante formulario web

### 9.2.2. Suecia

- **Royal Greenland AB**  
Web Page: <https://www.royalgreenland.com/>  
E-Mail: [paka@royalgreenland.com](mailto:paka@royalgreenland.com)
- **ICA AB**  
Web Page: <https://www.ica.se/>  
E-Mail: [info@ica.se](mailto:info@ica.se)
- **Axfood AB**  
Web Page: <https://www.axfood.se/>  
E-Mail: contacto mediante formulario web
- **Coop Sverige AB**  
Web Page: <https://www.coop.se/>  
E-Mail: contacto mediante formulario web
- **Fisknät Sverige AB**  
Web Page: <https://www.fisknat.se/>  
E-Mail: [info@fisknat.se](mailto:info@fisknat.se)

### 9.2.3. Finlandia

- **Kalaneuvos Oy**  
Web Page: <https://www.kalaneuvos.fi/>  
E-Mail: [info@kalaneuvos.com](mailto:info@kalaneuvos.com)
- **Fish & Chips Oy**  
Web Page: <https://www.fishandchips.fi/>  
E-Mail: [info@fishandchips.fi](mailto:info@fishandchips.fi)
- **Frosterix Oy**  
Web Page: <https://www.frosterix.fi/>  
E-Mail: [info@frosterix.fi](mailto:info@frosterix.fi)
- **Kesko Oyj (K-Citymarket & K-Supermarket)**  
Web Page: <https://www.kesko.fi/>  
E-Mail: contacto mediante formulario web

- S Group (SOK – S – Market & Alepa)  
Web Page: <https://s-ryhma.fi/>  
E-Mail: [press@s-ryhma.fi](mailto:press@s-ryhma.fi)

## X. Conclusiones y Recomendaciones

### 10.1. Conclusiones

#### 10.1.1. Conclusiones a nivel de mercado

- **Potencial del mercado nórdico:** Dinamarca, Suecia y Finlandia importaron productos pesqueros por USD 7.8 mil millones en 2024, con incrementos anuales de entre 4% - 6% para el periodo 2020 – 2024. La demanda se encuentra en constante expansión, sobre todo en lo que respecta a productos congelados, lo cual significa una oportunidad tangible para diversificar las exportaciones peruanas. Asimismo, el Acuerdo Comercial Perú – Unión Europea supone la eliminación de aranceles para productos hidrobiológicos peruanos, viabilizando el acceso a estos mercados.
- **Oferta peruana actual reducida y concentrada:** En 2024, Perú exportó apenas USD 3.6 millones en productos hidrobiológicos para consumo humano directo a los tres países en análisis, siendo Dinamarca el principal destino con una participación de 94%. Los productos peruanos más exportados fueron vieiras congeladas, así como colas de gambón argentino y filetes de mahi – mahi, producto que se envió por primera vez en el último año. Esta participación menor frente al enorme mercado regional indica una oportunidad de ampliar la oferta peruana, sobre todo aprovechando nichos aún no cubiertos por Perú.
- **Preferencias por sostenibilidad y calidad:** Los consumidores nórdicos priorizan la calidad, el origen y la sostenibilidad en la producción. Especialmente se valoran sellos como MSC o ASC; de hecho, de acuerdo con el Eurobarómetro 2024, más del 60% de los consumidores de estos mercados se encuentran muy interesados en conocer el origen de los productos pesqueros que compran. Esto supone una ventaja competitiva para Perú, especialmente en productos que cuentan con certificaciones de sostenibilidad, como vieiras o anchovetas, y cuya reputación se percibe de manera más favorable en comparación con la oferta proveniente de otras latitudes como Asia, por ejemplo. No obstante, la exigencia de

certificaciones sostenibles varía entre los países nórdicos. En Dinamarca, las principales empresas y traders suelen mostrar mayor flexibilidad, especialmente en el segmento HORECA, que no demanda estrictamente dichos sellos. En cambio, en Suecia, la certificación es prácticamente obligatoria, impulsada por la fuerte presión ejercida por las cadenas de supermercados y minoristas.

- **Demanda por conveniencia y valor agregado:** Se evidencia una creciente preferencia por presentaciones “*ready to eat*” o “*ready to cook*”, que incluyen conservas en envases *pouch*, anillas empanizadas de calamar, productos precocidos y cortes / porciones congelados. Además, mariscos de corte *gourmet* como colas cocidas de langostinos jumbos salvajes o vieiras en media valva, cuentan con un nicho asegurado en el foodservice.
- **Requisitos técnicos y normativos estrictos:** Para ser importados, los productos pesqueros deberán cumplir reglas sanitarias estrictas de la Unión Europea (Reglamentos 853/2004, 178/2004, 178/2002, entre otros), los cuales exigen plantas certificadas HACCP, trazabilidad integral “*de la red a la mesa*” y etiquetado específico (origen, método de captura, “*descongelado*” en caso aplique). Asimismo, los compradores nórdicos valoran certificaciones privadas adicionales (MSC, ASC, BAP y Friend of the Sea), así como estándares de inocuidad (BRCA e IFS). En conjunto, estas exigencias podrían constituir barreras de entrada importantes que el sector exportador peruano debe sopesar cuidadosamente.
- **Limitaciones logísticas y competitivas:** Las rutas logísticas suelen ser largas; por ejemplo, el transporte Callao – Helsinki puede tomar más de 35 días. A su vez, Perú enfrenta una fuerte competencia de proveedores posicionados como Vietnam y Ecuador, especialmente en langostinos vannamei y conservas de túnidos. Para diferenciarse, Perú deberá desarrollar una narrativa que enfatice atributos propios que son altamente valorados en los mercados nórdicos, relacionados a sostenibilidad, calidad total y origen.

### 10.1.2. Conclusiones a nivel de producto

Para priorizar los productos peruanos con mayor posibilidad de desarrollar / penetrar los mercados nórdicos priorizados, se planteó una matriz multicriterio que mezcla indicadores cuantitativos y cualitativos. Luego de un profundo análisis, se consideraron cuatro criterios clave:

- **Interés manifiesto de los compradores:** Basado en las entrevistas realizadas durante la etapa de prospección y el análisis de las importaciones históricas, se ponderó las preferencias de los importadores nórdicos por cada producto. Se tomó

en cuenta la frecuencia de mención en entrevistas y los volúmenes importados declarados por los entrevistados. Por ejemplo, las mayores importaciones indican mayor interés potencial.

- **Brecha de oferta / demanda:** Se calculó cómo la diferencia entre la demanda nórdica estimada (importaciones y tamaño de mercado), y la oferta local disponible. Una gran brecha, atribuida a una demanda alta y una oferta peruana limitada en el mercado, se interpreta como una oportunidad.
- **Requerimientos técnicos y de certificación:** Se analizó la complejidad del acceso para cada producto al mercado, considerando normativas específicas y necesidad de sellos privados (MSC / ASC). Menores requisitos o flexibilidad en la solicitud de los mismos implican mayor puntuación.
- **Capacidad exportadora peruana:** Se implementó un score en función a la producción nacional, el volumen de exportación actual y el grado de organización industrial (existencia de certificaciones y capacidad de cumplir regulaciones de la Unión Europea). Productos con mayor producción y certificación obtienen mayor puntaje.

Cada criterio fue puntuado en una escala de 1 (bajo) a 3 (alto). La suma de puntajes definió el nivel final de prioridad: Alta (suma alta), Media (intermedia) o Baja (suma baja). En este análisis se asumió igual peso para cada criterio, integrando así factores de mercado (demanda/interés) con la capacidad productiva y las barreras de acceso. A continuación se presenta la tabla resumen con los resultados de esta priorización.

**Cuadro N°10 – Clasificación de productos peruanos según su viabilidad de ingreso a los mercaos nórdicos**

PRODUCTO (ESPECIE/CATEGORÍA)	INTERÉS COMPRADORES	BRECHA OFERTA DEMANDA	REQUISITOS TÉCNICOS SANITARIOS	CAPACIDAD EXPORTADORA	PRIORIDAD
Camarón <i>Vannamei</i> (langostino)	Alto	Alto	Medio	Medio	<b>Media - Alta</b>
Conchas de abanico (vieiras)	Alto	Alto	Alto	Medio	<b>Alta</b>
Filetes de Mahi Mahi	Bajo	Medio	Medio	Medio	<b>Media - Baja</b>
Pota ( <i>Dosidicus gigas</i> )	Bajo	Bajo	Medio	Alto	<b>Media - Baja</b>
Atún/Bonito en conserva (barrilete)	Bajo	Medio	Alto	Medio	<b>Medio</b>
Filetes de pescado genérico	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	<b>Baja</b>
Bloques de carne de pescado (surimi)	Medio	Medio	Alto	Medio	<b>Media</b>
Gambón Argentino	Alto	Alto	Medio	Medio	<b>Media - Alta</b>
Otros langostinos salvajes	Medio	Medio	Medio	Bajo	<b>Media - Baja</b>

Fuente: Información cuantitativa y cualitativa (entrevistas a profundidad)

NOTA: "Interés Compradores" refleja la demanda percibida y mención en entrevistas; "Brecha Oferta-Demanda" considera importaciones nórdicas vs. oferta peruana actual; "Reqs. Técnicos/Certif." asigna menor puntuación a productos con barreras regulatorias mayores; "Capacidad Exportadora" evalúa volumen y certificaciones existentes en Perú. La columna "Prioridad" agrupa el resultado final en tres niveles, determinando los productos con mayor atractivo de exportación.

## 10.2. Recomendaciones estratégicas

### A. Fortalecer la trazabilidad y documentación técnica

Varios actores como BJERREFISK, Planets Pride, Launis, Tomex y Espersen destacaron que la capacidad de entrega confiable y la trazabilidad total del producto son más relevantes incluso que el precio. Por ello:

- PROMPERÚ debe impulsar programas de asistencia técnica que apoyen a empresas peruanas en estandarizar su documentación (coincidente con formatos exigidos por la UE).
- Es clave digitalizar certificados sanitarios, de captura (IUU) y trazabilidad, asegurando acceso ágil para los compradores.

### B. Impulsar la imagen de origen Perú como proveedor confiable y sostenible

En varias entrevistas (Chrisfish, Kangamiut, Espersen), se evidenció que Perú aún no es reconocido como país proveedor de productos del mar, a diferencia de Chile o Ecuador, por ello:

- Se recomienda ejecutar campañas de branding bajo la marca sectorial "Super Foods Peru" o una identidad adaptada al norte de Europa.
- Participar en actividades de co-marketing con distribuidores clave o chefs nórdicos que ya están posicionados.

### C. Enfocar estrategias diferenciadas según país y segmento

Las entrevistas revelaron diferencias sustanciales entre los mercados:

- Suecia: exige productos certificados (MSC, ASC) por presión de los retailers. Aquí se debe priorizar oferta con sostenibilidad verificada y empaques eco-amigables.
- Dinamarca y Finlandia: son más flexibles, sobre todo en el canal HORECA y étnico. Aquí se puede posicionar oferta intermedia (sin certificaciones, pero con calidad y trazabilidad demostrables), como pota, surimi o langostinos sin certificación.

### D. Desarrollar alianzas productivas para productos de valor agregado

Empresas como Chrisfish, Espersen o FELDTS Seafood mostraron interés en desarrollar líneas conjuntas de mayor procesamiento (vieiras orgánicas, langostinos marinados, brine shrimp, etc.).

- Se recomienda promover joint ventures o contratos de maquila/exportación en planta peruana para productos de valor agregado que respondan a formatos solicitados (brine, IQF, cocidos).
- PROMPERÚ puede actuar como facilitador de matchmaking entre empresas peruanas y socios europeos para proyectos de desarrollo conjunto.

#### **E. Facilitar rutas logísticas sostenibles y eficientes**

Dado que el tiempo de tránsito hacia los países nórdicos es un desafío (30–35 días), y algunos importadores como Fonfisk y el Fish Auction de Hanstholm están interesados en productos “*refrescados*” (descongelados en destino):

- Es clave identificar plataformas logísticas en Europa (Róterdam, Hamburgo) desde donde se pueda realizar la última milla hacia países nórdicos.
- Se recomienda estudiar un piloto de exportación bajo el modelo “refresh”, especialmente para hake y filetes de pescado blanco, tal como se mostró en Hanstholm.

#### **F. Prevenir riesgos comerciales y fortalecer gobernanza**

El caso reportado por J.P. Klausen, donde una planta en Paita no devolvió el valor de un contenedor extraviado, pone en evidencia que algunos compradores aún perciben riesgos al trabajar con ciertas plantas en Perú.

- Se recomienda crear un registro nacional de plantas confiables exportadoras de productos pesqueros, con aval de PROMPERÚ y validación documental.
- Adicionalmente, promover el uso de contratos internacionales de compraventa con cláusulas arbitrales claras (ICC, GAFTA, etc.) que protejan ambas partes.

#### **G. Explorar nuevos formatos para nichos étnicos y funcionales**

Seamaid mostró interés en abastecer segmentos étnicos con productos como hake, octopus y scallops 10–20. Asimismo, algunas empresas buscan diferenciación en scallop roe off, productos sin conservantes o listos para cocinar.

- El Perú puede diseñar una línea de productos funcionales o para públicos específicos (sin aditivos, high-protein, clean label), enfocándose en envases pequeños y etiquetado nórdico.

- Esto permitiría diversificar más allá del canal HORECA y retail tradicional, apuntando a food service especializado, migrantes o tendencias saludables.

## XI. Perfiles de Compradores

En cumplimiento con lo dispuesto por el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo (Reglamento General de Protección de Datos – GDPR), así como con los principios de legalidad, consentimiento informado, finalidad específica y seguridad establecidos en la legislación peruana (Ley N.º 29733 – Ley de Protección de Datos Personales), la información recopilada en el presente estudio que contenga datos identificables de personas naturales o representantes de empresas europeas —tales como nombres, cargos, teléfonos, correos electrónicos, opiniones expresadas y otras formas de contacto— está sujeta a resguardo.

Dado que esta información fue recolectada mediante entrevistas y reuniones en el marco de una investigación de mercado para fines estratégicos, y considerando su naturaleza sensible y de uso restringido, no puede ser publicada, difundida ni reproducida parcialmente sin el consentimiento expreso de los titulares de dichos datos, ni sin las debidas garantías institucionales.

Por tanto, conforme a los protocolos internos de PROMPERÚ y las disposiciones legales mencionadas:

- La custodia, administración y resguardo de esta información corresponde exclusivamente a la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial de PROMPERÚ.

## XII. Bibliografía

- PROMPERÚ. (2024). *Base de datos de exportaciones peruanas y análisis de mercados internacionales*. Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial.
- SUNAT – Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2024). *Declaraciones Únicas de Aduana (DUA)*. Información estadística de exportaciones peruanas.
- TradeMap – International Trade Centre (ITC). (2024). *Trade Statistics for International Business Development*. Disponible en: <https://www.trademap.org>
- Eurostat. (2024). *European Market Data on Fisheries and Aquaculture*.
- Eurobarómetro. (2023). *Actitudes de los consumidores europeos hacia los productos del mar*.

- Freightos. (2024). *Costos logísticos de transporte refrigerado entre Sudamérica y Europa del Norte*.
- SeafoodSource, Euromonitor International. (2024). *Tendencias globales del mercado de productos hidrobiológicos*.
- Businesscoot. (2023). *Informe sobre el consumo de langostinos y productos del mar en Europa*.
- ICA Supermarket, Mathem, Lidl, Bilkatogo, Planet's Pride, K-Citymarket, S-Kaupat. (2024). Observaciones de campo y revisión de catálogos online de retailers nórdicos.
- Entrevistas a profundidad (2024). Realizadas a importadores, traders y expertos del sector pesquero en Dinamarca, Suecia y Finlandia, bajo la coordinación de PROMPERÚ y EMBA Seafood Consulting.
- PROMPERÚ. (2024). *Rutas logísticas y costos de exportación hacia mercados nórdicos*. Informe técnico no publicado.

### 11.1. Nota metodológica

Este informe se basa en una combinación de fuentes secundarias y primarias con el objetivo de identificar oportunidades comerciales para productos pesqueros peruanos en los países nórdicos (Suecia, Dinamarca y Finlandia). A continuación, se detallan las consideraciones metodológicas más relevantes: Entrevistas a profundidad. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a más de 20 actores clave del sector pesquero en los países nórdicos, incluyendo importadores, traders, distribuidores, cadenas de retail y operadores logísticos. Las entrevistas fueron conducidas de manera confidencial por el consultor a cargo del estudio, bajo encargo de PROMPERÚ.

Estas entrevistas permitieron recabar percepciones directas sobre la demanda, barreras de acceso, requerimientos técnicos, expectativas comerciales y la posición actual del Perú como proveedor. La información fue sistematizada de forma anónima para preservar la identidad de los participantes, conforme a la normativa del Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (GDPR).

#### 2. Criterios de priorización

Para clasificar los productos con mayor potencial, se aplicó una metodología que combinó criterios cualitativos y cuantitativos:

- Interés declarado por los compradores.
- Brecha oferta-demanda identificada.
- Nivel de requerimientos técnicos y certificaciones.
- Capacidad exportadora estimada del Perú.

Cada producto fue evaluado en función de estos factores, asignando categorías (Baja, Media, Alta) que permiten definir estrategias diferenciadas por segmento y destino.

### 3. Fuentes secundarias

Se utilizaron herramientas estadísticas como TradeMap, Eurostat, y bases de datos de PROMPERÚ para analizar el comportamiento del comercio exterior, tendencias del mercado y niveles de importación. También se revisaron precios, condiciones logísticas y observaciones de campo en supermercados y catálogos online de los países nórdicos.

### 4. Limitaciones

El análisis se basa en información disponible a la fecha de elaboración (primer semestre de 2025) y podría variar con cambios regulatorios, logísticos o coyunturales. Asimismo, algunas percepciones de mercado deben ser entendidas como indicativas, y no necesariamente representan una visión sectorial consolidada.