

## FICHA MERCADO – FRUTAS Y VEGETALES FRESCOS EN SUECIA

### I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA

1.1. Nombre de la OCEX	ROTTERDAM	1.2. Fecha	12.12.2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Gycs Gordon	
	Cargo	Director	

### II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	Suecia es un mercado dependiente en gran medida de las importaciones de frutas y vegetales frescos, debido a su clima que limita la producción local de muchos productos. A pesar de los aumentos en los precios en 2022 y 2023, el mercado sueco sigue siendo atractivo para los exportadores de frutas y vegetales frescos, especialmente aquellos de países en desarrollo.
2.2 Nomenclatura arancelaria.	Los códigos HS correspondientes a frutas y vegetales frescos se encuentran dentro de los capítulos 07 y 08 del Sistema Armonizado. En estos capítulos se agrupan las diferentes categorías de hortalizas, frutas y frutos comestibles en sus diversas formas. Fuente: <a href="#">My trade Assistant de Access2Markets</a>
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino.	Frukt significa "frutas" Grönt significa "verduras" o "vegetales"
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p><b>Requisitos de acceso al mercado.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Aranceles:</b> Perú tiene un TLC con la Unión Europea, gracias a ello posee preferencias arancelarias. Por otro lado, gracias al <a href="#">Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)</a> de la Unión Europea, el arancel es del 0%. Sin embargo, se debe pagar el IVA, con una tasa reducida: 12%.</li> <li>• <b>Residuos de pesticidas, contaminantes y microorganismos:</b> Se debe cumplir con los estándares de la Unión Europea. Autoridad competente <a href="#">DG SANTE</a> de la Comisión Europea – Salud y Seguridad Alimentaria en la Unión Europea - UE establece los LMR para los plaguicidas, aplicándose para todos los países miembros.</li> <li>• <b>Fuente:</b> <a href="#">EU Pesticides database</a> – Buscar por producto</li> <li>• <b>MODIFICATORIAS:</b> <a href="#">Legislación de la UE sobre LMR - REGLAMENTO (CE) Nº 396/2005 y enmiendas</a></li> <li>• <b>Fuente alternativa:</b> <a href="#">Plaguicidas LMR</a>: Promperú pone a disposición del público una herramienta virtual que recopila valores LMR de fuentes oficiales. Esta base de datos ha sido diseñada para ser utilizada por los productores / agroexportadores y obtener información sobre los LMRs establecidos para las frutas y hortalizas frescas en los principales países a los que exportamos.</li> <li>• <b>Más información:</b> <a href="#">Junta para la autorización de productos fitosanitarios y biocidas</a> - El NVWA comprueba empresarios pesticidas</li> </ul>

en el mercado y el uso cumplir con las normas de los plaguicidas y biocidas actuar.

- [Niveles máximos de residuos de pesticidas en alimentos UE](#)
- [Base de datos de pesticidas aprobados por la CTGB](#) - Países Bajos. Garantiza que los pesticidas usados cumplen con las normativas de la UE, evitando rechazos al exportar a Suecia.
- [Agencia Europea de Sustancias Químicas, el sitio web de la ECHA](#), puede buscar sustancias químicas y averiguar si están restringidas.
- Puede encontrar más información en el sitio web de la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) y en la Directiva 396/2005/CE del Parlamento Europeo y del Consejo. [EFSA - Pesticide Residues](#)
- **Certificados fitosanitarios:** Requeridos para todas las importaciones. La información se puede encontrar en el sitio web de la Organización Internacional de Protección Fitosanitaria (IPPC) y en la legislación de la UE sobre fitosanidad.
  - [IPPC - Phytosanitary Certificates](#)
  - [UE - Fitosanidad](#)
- Es importante cumplir con las normas generales establecidas por la Unión Europea para los productos alimenticios. Estas normas establecen los estándares de calidad y seguridad. Algunos ejemplos destacados incluyen:
  - La [Ley General de Alimentos](#):
  - Reglamento [1881/2006](#) que se centra en los niveles máximos permisibles de contaminantes en los alimentos.
  - Reglamento [396/2005](#) por el que se especifican los umbrales de residuos de plaguicidas.
  - Reglamento [2073/2005](#) por el que se establecen los criterios microbiológicos de los productos alimenticios.

#### **SENASA**

##### **REQUISITOS GENERALES:**

- Certificado Fitosanitario
- Certificado de planta de empaque
- Certificado de lugar de producción

##### **OTROS DATOS SOBRE SENASA**

- [Importaciones, Exportación y Tránsito Internacional](#)
- [Consulta de Requisitos Sanitarios para la Importación, Exportación y Tránsito Internacional de productos de origen animal y vegetal](#)
- [Certificado Fitosanitario CFR 3](#)

##### **VUCE**

- SNS022 - Solicitud para la obtención del certificado fitosanitario para la exportación o Reexportación de plantas y productos vegetales y Certificación de exportación para productos procesados e industrializados (TUPA: CVE-01).

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Ingreso al sistema VUCE: colocar RUC, Usuario y Contraseña, seleccionar Senasa (Cuarentena Vegetal)</a></li> <li>• <a href="#">Manual de Usuario de la VUCE - SENASA</a></li> </ul> <p><b>SUNAT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DATOS PARA LA INSPECCIÓN CONJUNTA SENASA – SUNAT - A partir del 21/11/2016, con la vigencia del procedimiento específico de "Revisión de Cargas Congeladas, Refrigeradas, Frescas, con Cadena de Frío, durante las Acciones de Control" INTA-PE.02.04 (versión 1), usted podrá solicitar a través de la VUCE la revisión conjunta de SENASA y SUNAT (de mercancías percibibles) cuyas Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAM) han sido seleccionadas a canal rojo (por parte de SUNAT) y requieran inspección fitosanitaria (por parte de SENASA).</li> <li>• <a href="#">Revisión de Cargas Congeladas, Refrigeradas, Frescas, con Cadena de Frío, durante las Acciones de Control INTA-PE.02.04 (versión 1)</a></li> </ul> <p><b>Estándares de marketing</b></p> <p>Deben cumplir con los estándares de la UE. Más información en el Reglamento (UE) No 543/2011 de la Comisión. <a href="#">UE - Estándares de marketing para frutas y verduras</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Rastreabilidad:</b> Obligatoria para garantizar la trazabilidad de los productos. Reglamento (CE) No 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo. <a href="#">UE - Rastreabilidad de los alimentos</a></li> </ul> <p><b>Etiquetado y embalaje</b></p> <p>Deben cumplir con las normas de la UE. Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, y el Reglamento (UE) No 1169/2011. <a href="#">UE - Etiquetado de los alimentos</a> sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, incluido el etiquetado de alimentos pre envasados vendidos en el mercado de la UE.</p> <p>Los siguientes artículos deben estar en la etiqueta de (pre-ensados):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El nombre con el que se vende el producto; o la identificación comercial: clase, tamaño (código), número de unidades, peso neto; Nombre y dirección del productor; Lugar / país de origen</li> <li>• <b>Fuente:</b></li> <li>• <a href="#">REGLAMENTO (UE) N° 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor</a></li> <li>• <a href="#">Alegaciones (claims) de salud y nutrición</a> - Mención al REGLAMENTO (CE) N° 1924/2006 UE</li> <li>• <a href="#">REGLAMENTO (CE) N° 1924/2006 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 20 de diciembre de 2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos</a></li> <li>• <a href="#">Etiquetado y nutrición UE</a></li> </ul> <p><b>Más información:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">REGLAMENTO DELEGADO (UE) N° 2021/1890</a> - Normas de comercialización en el sector de frutas y hortalizas.</li> </ul>
--	--

- [DIRECTIVA N° 2000/13/CE](#) Legislación de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios
- [REGLAMENTO \(UE\) N° 2018/848](#) - Producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos
- [REGLAMENTO \(CE\) N° 1829/2003](#) - Alimentos y piensos modificados genéticamente
- [REGLAMENTO \(CE\) N° 1830/2003](#) - Trazabilidad y etiquetado de organismos modificados genéticamente y trazabilidad de alimentos y piensos producidos a partir de éstos
- [REGLAMENTO \(CE\) N° 1333/2008](#) - Aditivos alimentarios (Cap. IV - etiquetado)
- [REGLAMENTO \(CE\) N° 1334/2008](#) - Aromas y determinados ingredientes alimentarios con propiedades aromatizantes utilizados en alimentos (Cap. IV - etiquetado)
- [Declaraciones nutricionales y de salud](#)

#### **Embalaje**

El material usado para el envase debe ser nuevo, estar limpio y ser de calidad tal que evite daños al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, que lleven las especificaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamentos no tóxicos. Los materiales y artículos en contacto con los alimentos, incluidos los utilizados para el envasado de alimentos, están controlados por una legislación armonizada completa de la UE.

**NIMF 15 - Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional.**- El material de embalaje de madera hecho de madera en bruto sin procesar se reconoce como una vía para la introducción y propagación de plagas. Para limitar la entrada y propagación de plagas cuarentenarias a través del comercio internacional, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria adoptó las Normas internacionales para las medidas fitosanitarias: Directrices para la regulación del material de embalaje de madera en el comercio internacional (NIMF 15).

#### **Fuente:**

- [REGLAMENTO \(CE\) N° 1935/2004](#) Materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos
- **UNIÓN EUROPEA:** [Materiales en contacto con los alimentos](#)
- **UNIÓN EUROPEA:** [Símbolos para etiquetar los materiales de contacto con alimentos - Documento de trabajo](#)

#### **PERÚ**

- Los exportadores serán responsables de que los embalajes al ser exportados cumplan con las reglamentaciones establecidas para el caso por las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria de los países de destino.

- Cuando se utiliza embalajes de madera para la exportación en Perú, estas deberán contar con un sello que certifique que ha recibido tratamiento térmico contra plagas. Este sello es otorgado por SENASA en base al cumplimiento de las Normas Internacional para Medidas Fitosanitarias – NIMF 15 “Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional”. Los proveedores para el tratamiento de madera deben estar autorizados por el SENASA.
- La NIMF 15 entiende como embalaje de madera a: pallets, la madera de estiba, jaulas, bloques, barriles, cajones, tablas para carga, collarines de paletas y calces.
- [Lista de empresas autorizadas para realizar el tratamiento térmico y marcado de embalajes de madera para la exportación](#)
- Verificar siempre la actualización de: PLANTAS DE TRATAMIENTO REGISTRADAS Y AUTORIZADAS
- [Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional](#)

**Más información:**

- [Países miembros de la convención Internacional de Protección Fitosanitaria](#)

**Estándares y Certificaciones**

- **GLOBALG.A.P.:** Certificación común para la seguridad alimentaria. [GLOBALG.A.P. - Official Website](#)
- **Certificación de seguridad alimentaria:** Requerida para garantizar la seguridad de los productos. Normas como ISO 22000 y BRC.
  - [ISO - ISO 22000](#)
  - [BRC - BRC Global Standards](#)
- **Estándares sociales y ambientales:** Importantes para el mercado sueco. Certificaciones como Fairtrade y Rainforest Alliance.
  - [Fairtrade - Official Website](#)
  - [Rainforest Alliance - Official Website](#)
- **Certificación orgánica:** Requerida para productos orgánicos. Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo.
  - [UE - Producción ecológica](#)

Para comercializar productos orgánicos en Europa, se debe cumplir con la legislación de la UE para el sector orgánico y solicitar la certificación orgánica de la UE. Suecia también cuenta con los estándares KRAV, que están alineados con los estándares de la UE, aunque son más estrictos en algunos casos. KRAV es ampliamente conocido entre los consumidores suecos. [www.krav.se/en/](http://www.krav.se/en/)

**Más información:**

- [STANDARDS MAP:](#) Es una herramienta desarrollada por el ITC, brinda información gratuita, accesible, completa, verificada y transparente sobre más de 300 estándares de protección ambiental, trabajadores y derechos laborales, desarrollo económico, calidad y seguridad alimentaria, así como ética empresarial.

	<p><b>El Pacto Verde Europeo:</b></p> <p>En 2020, la Unión Europea implementó un conjunto de políticas y acciones llamado <a href="#">Pacto Verde Europeo</a> . Su objetivo es hacer que la economía europea sea más sostenible y climáticamente neutra de aquí al 2050. El plan de acción incluye una reducción del 50% en el uso de pesticidas. De aquí al 2030, la proporción de tierras agrícolas destinadas a la agricultura ecológica deberá aumentar hasta el 25%. Esto significa que muchos pesticidas serán prohibidos y los niveles de residuos disminuirán gradualmente en los próximos años. Al suministrar sus frutas y vegetales al mercado sueco, debe asegurarse de que su producto cumpla con estas regulaciones cambiantes. Con los nuevos requisitos medioambientales y sociales, se puede esperar una creciente demanda de certificación como prueba de cumplimiento.</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>Los consumidores suecos están cada vez más interesados en el origen de las frutas y verduras que compran, así como en lo saludable de los alimentos que consumen. Esto también se refleja en la sexta posición de Suecia en la lista de los mayores países importadores de productos agroalimentarios orgánicos en Europa.</p> <p><b>Un mercado líder en productos sostenibles y orgánicos.-</b> Suecia es un mercado sólido para los productos sostenibles, pero los recientes aumentos de precios han presionado las ventas. Los valores de venta de productos orgánicos crecieron de manera constante hasta 2020, pero han disminuido desde entonces. Para 2023, las ventas suecas de frutas orgánicas habían disminuido un 8%, mientras que las de verduras orgánicas cayeron un 17%. Sin embargo, el mercado parece estar recuperándose. En el cuarto trimestre de 2023 se vendieron mayores volúmenes de frutas y verduras orgánicas que en el mismo período de 2022. Se espera que esta tendencia continúe, ya que la participación en valor de los productos orgánicos en el comercio de comestibles en Suecia vuelve a crecer lentamente en 2024.</p> <p>Después del pescado, la fruta es la segunda categoría más grande en el segmento de alimentos en cuanto a participación de productos orgánicos (el 12,9% de todas las ventas de frutas es orgánico). En cuanto a las verduras, la cuota de mercado orgánico es del 8,3%. Esto ofrece oportunidades, ya que aproximadamente la mitad de todas las frutas y verduras orgánicas vendidas consiste en productos importados que no pueden ser cultivados localmente.</p> <p>En términos de valor, los plátanos son la categoría más grande: el 58,9% de los plátanos vendidos en 2023 fueron orgánicos, lo que representa el 36% de todas las ventas de frutas y verduras orgánicas en Suecia.</p> <p>Como el sexto mayor importador de productos agroalimentarios orgánicos en Europa, Suecia alberga a 310 importadores de productos orgánicos y 1.093 procesadores. Las importaciones de frutas y verduras orgánicas del país alcanzaron su punto máximo en 2021 con 129 mil toneladas. Después de eso, disminuyeron a 104 mil toneladas en 2023. La mayor parte de estas importaciones son plátanos de Ecuador (66 mil toneladas en 2023), Colombia (17 mil toneladas) y la República Dominicana (14 mil toneladas). A medida que el consumo sueco de frutas y verduras orgánicas se recupere</p>

	<p>en los próximos años, es probable que las importaciones sigan la misma tendencia.</p> <p><b>Mayor participación de las marcas blancas.-</b> Las marcas blancas —es decir, las marcas propias de los minoristas— están aumentando su participación en general en Europa, incluida Suecia y el mercado de alimentos. Esto se ha visto impulsado por los recientes aumentos de precios, lo que lleva a los consumidores a optar por alternativas más económicas. La participación de las marcas blancas en frutas y verduras (tanto frescas como procesadas) alcanzó alrededor del 40% en 2023. Los grandes minoristas son los principales impulsores de esta tendencia. Continúan desarrollando gamas que también incluyen frutas y verduras frescas. Las marcas blancas también incluyen productos orgánicos, como “I love eco” de ICA y “Änglamark” de COOP.</p> <p><b>Aumento de las ventas “On line”.-</b> Las ventas de comestibles en línea crecieron rápidamente entre 2020 y 2021 debido a los confinamientos relacionados con la pandemia. Tanto las empresas exclusivamente en línea como las cadenas tradicionales de venta de comestibles se beneficiaron de esto. Aunque el crecimiento de las ventas de comestibles en línea ha disminuido desde 2021, las ventas de alimentos por internet han superado al resto del mercado. En 2023, el comercio electrónico representó una cuota de mercado de alrededor del 4,1%. Estas ventas consisten en partes relativamente iguales de recogidas en tienda y entregas a domicilio.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local.</p>	<p><b>Vegetales:</b></p> <p><b>Zanahorias:</b> Suecia es casi autosuficiente todo el año.</p> <p><b>Tomates:</b> Producción local insuficiente, depende de importaciones especialmente fuera de la temporada de verano</p> <p><b>Pepinos:</b> Producción local cubre la demanda en verano, pero desde octubre a mayo depende de importaciones</p> <p><b>Lechugas y espinacas:</b> Producción local varía según la estación.</p> <p><b>Frutas:</b></p> <p><b>Manzanas:</b> Producción local significativa pero no suficiente, se complementa con importaciones.</p> <p><b>Fresas, frambuesas, arándanos y otras bayas:</b> Producción local principalmente en verano y principios de otoño.</p> <p><b>Peras y ciruelas:</b> Producción local limitada.</p> <p><b>Estacionalidad de la producción local:</b></p> <p><b>Verano:</b> Tomates, pepinos, lechugas, espinacas, fresas, frambuesas, arándanos y otras bayas.</p> <p><b>Otoño:</b> Manzanas y peras</p> <p><b>Invierno:</b> Producción local muy limitada, dependencia significativa de importaciones.</p> <p><b>Primavera:</b> Aumento en la producción local de verduras de hoja y otras hortalizas.</p> <p><b>Dependencia de las Importaciones:</b></p> <p>Suecia depende fuertemente de las importaciones, cada año se importa alrededor de un millón de toneladas de productos frescos. En el año 2023, dichas importaciones procedieron de países en desarrollo en un 24%. La</p>

	<p>mayoría de las importaciones sin embargo, provienen de otros países europeos, aunque aquí hay que considerar re exportaciones, especialmente desde los Países Bajos y España. Los principales exportadores de Latinoamérica son Ecuador, Nicaragua, Panamá, Colombia y RD (bananas), Costa Rica (piñas). No hay importaciones significativas de Perú o Brasil.</p> <p><b>Frutas y vegetales que no se producen localmente:</b> Bananas, frutas cítricas, etc., se importan todo el año.</p> <p><b>Productos estacionales:</b> La demanda de productos como tomates y pepinos se cubre con importaciones durante los meses en que la producción local es baja.</p> <p>La demanda sueca varía según la estación del año. Productos como las bananas y las frutas cítricas deben importarse todo el año, mientras que productos como los tomates y las manzanas requieren importaciones para complementar la producción local durante ciertas estaciones.</p> <p>La temporada baja de España para naranjas (entre mayo y noviembre) ofrece oportunidades para proveedores del hemisferio sur). Los meses con la mayor oportunidad para exportar son los comprendidos entre mayo y noviembre, en la que desciende la exportación desde los países europeos hacia Suecia.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Los principales puntos de ingreso al mercado sueco son los puertos, ya que la mayoría de las frutas y vegetales se importa por vía marítima. Los puertos más destacados son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Puerto de Gothenburg:</b> Es uno de los puertos más grandes y utilizados para la importación en Suecia.</li> <li>2. <b>Puerto de Helsingborg:</b> Muchas frutas y vegetales frescos entran en Suecia a través del puerto de Helsingborg. Empresas como Dole, Everfresh, Interbanan Scandinavia AB, ICA Frukt &amp; Grönt, BAMA, Ewerman y Fruit Connect son clave en la importación y distribución.</li> <li>3. <b>Puerto de Gävle:</b> Arvid Nordqvist y Gevalia utilizan este puerto para recibir sus importaciones.</li> </ol>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p><b>Segmentos de Mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>El mercado minorista</b> está dominado por grandes cadenas de supermercados como ICA, Axfood, Coop, Lidl y City Gross. Las tres primeras cadena abarcan el 85% del total de mercado. Lidl Suecia ha mostrado un crecimiento significativo, superando el doble del crecimiento del resto del mercado.</li> <li>• La industria de <b>servicios de alimentación</b> es otro segmento importante, con proveedores como Martin &amp; Servera, Menigo y Svensk Cater. Se trata de mayoristas que abastecen a hoteles, restaurantes y catering.</li> <li>• El <b>procesamiento de frutas y vegetales frescos</b>, incluyendo productores de jugos frescos y ensaladas de frutas como Brämhults y Råsaft, es otro segmento relevante.</li> </ul>

<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Para la selección de proveedores en los canales de distribución y comercialización de frutas y vegetales frescos en Suecia, los actores clave consideran varios criterios, que se detallan a continuación en orden de importancia basado en el estudio de mercado proporcionado:</p> <p>Criterios de Selección de Proveedores</p> <p><b>1. Calidad del Producto</b></p> <p>La calidad del producto es el criterio más importante. Los proveedores deben garantizar que los productos cumplan con los estándares de calidad, incluyendo la frescura, el aspecto y la seguridad alimentaria..</p> <p><b>2. Conformidad con Requisitos Regulatorios</b></p> <p>La conformidad con los requisitos regulatorios, como los certificados fitosanitarios, los límites de residuos de pesticidas, y los estándares de etiquetado y embalaje, es crucial. Los proveedores deben cumplir con todas las normas y regulaciones europeas y suecas.</p> <p><b>3. Certificaciones y Estándares</b></p> <p>Las certificaciones como GLOBALG.A.P., certificación de seguridad alimentaria, y certificación orgánica son muy valoradas. Estas certificaciones aseguran que los productos cumplen con estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad.</p> <p><b>4. Rastreabilidad y Seguridad Alimentaria</b></p> <p>La capacidad de rastrear los productos a lo largo de toda la cadena de suministro es esencial para garantizar la seguridad alimentaria y cumplir con las regulaciones.</p> <p><b>5. Sostenibilidad y Prácticas Ambientales</b></p> <p>La sostenibilidad y las prácticas ambientales son cada vez más importantes para los consumidores suecos. Los proveedores que pueden demostrar prácticas sostenibles y responsables tienen una ventaja competitiva.</p> <p><b>6. Relaciones a Largo Plazo y Confiabilidad</b></p> <p>La capacidad de establecer y mantener relaciones a largo plazo es crucial. Los distribuidores y minoristas buscan proveedores confiables que puedan suministrar productos de manera consistente y fiable.</p> <p><b>7. Precio y Valor</b></p> <p>Aunque no es el criterio más importante, el precio y el valor del producto también son considerados. Los proveedores deben ofrecer un buen equilibrio entre calidad y precio.</p> <p><b>8. Flexibilidad y Capacidad de Suministro</b></p> <p>La flexibilidad en la entrega y la capacidad de suministrar productos en diferentes volúmenes y frecuencias es importante para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado.</p> <p><b>9. Origen y Etiquetado</b></p> <p>El origen de los productos y el etiquetado transparente son cada vez más relevantes para los consumidores suecos. Los proveedores que pueden proporcionar información clara sobre el origen de los productos tienen una ventaja.</p>
---	---



	<p>Estos criterios reflejan las expectativas y necesidades de los actores clave en los canales de distribución y comercialización de frutas y vegetales frescos en Suecia, y son esenciales para que los proveedores puedan establecer y mantener relaciones comerciales exitosas.</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Perú tiene una presencia destacada en el mercado sueco de frutas y vegetales frescos, aprovechando su estacionalidad y calidad. Las principales frutas peruanas exportadas a Suecia incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Uvas</b> (noviembre-marzo)</li> <li>• <b>Mangos</b> (noviembre-abril)</li> <li>• <b>Aguacates</b> (mayo-agosto)</li> <li>• <b>Arándanos</b> (agosto-diciembre)</li> <li>• <b>Cítricos</b> (mayo-octubre)</li> <li>• <b>Espárragos</b> (noviembre-junio)</li> </ul> <p>Los puntos de venta incluyen supermercados como <b>ICA</b>, <b>Coop</b> y <b>Axfood</b>, además de tiendas especializadas en productos internacionales y mercados mayoristas en ciudades como Estocolmo. También hay un crecimiento de la venta online de productos frescos.</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p><b>Participación en Ferias y Eventos Comerciales</b></p> <p>Participar en ferias y eventos comerciales especializados en alimentos y productos frescos, como la Stockholm Food Fair o la Nordic Organic Food Fair, es crucial para conectar con compradores, distribuidores y consumidores.</p> <p><b>Nordic Organic Food Fair:</b> Esta feria se centra en productos orgánicos y sostenibles, lo que es particularmente relevante para el mercado sueco. <a href="#">Nordic Organic Food Fair</a></p> <p><b>Fruit Logística:</b> Aunque se celebra en Berlín, Alemania, es una de las ferias más importantes a nivel global para la industria de frutas y vegetales frescos. Muchos actores clave del mercado sueco asisten a esta feria. <a href="#">Fruit Logística</a></p> <p><b>BioFach:</b> Otra feria importante para productos orgánicos y biológicos, celebrada en Núremberg, Alemania. <a href="#">BioFach</a></p> <p><b>Fruit Attraction</b> es una de las ferias más importantes a nivel internacional para la industria de frutas y vegetales frescos. Se celebra anualmente en Madrid, España, y atrae a exponentes y visitantes de todo el mundo. <a href="#">Fruit Attraction</a></p> <p><b>Plataformas Online:</b></p> <p>También puede encontrar compradores fuera de las ferias comerciales. Plataformas en línea como <i>FreshPlaza</i> ofrecen información sobre los mercados y los actores involucrados, además de la posibilidad de promocionar su empresa. Las redes sociales también brindan buenas oportunidades para encontrar nuevos contactos y presentarse. Muchos actores del mercado sueco tienen perfiles en LinkedIn.</p> <p><b>FreshPlaza:</b> Noticias e información sobre el sector de frutas y verduras: <a href="#">FreshPlaza</a></p> <p><b>LinkedIn:</b> Contactos y perfiles de empresas relacionadas con el comercio de frutas y de vegetales. <a href="#">LinkedIn</a>.</p> <p><b>Contacto Directo</b></p>

	<p>Es posible comunicarse directamente con los grandes minoristas. Estos suelen contar con información en sus sitios web, como detalles sobre su proceso de compra de marcas privadas.</p> <p>Independientemente del método con el que identifique a sus compradores potenciales, es importante investigarlos previamente. Considere su papel en la cadena de suministro y los productos con los que comercian. Además, resulta fundamental tener un buen conocimiento del mercado sueco y de su cultura empresarial para establecer una relación comercial exitosa.</p>
--	--

### **Cultura Empresarial Sueca y herramientas para conocer el mercado Sueco.**

- Los suecos se sienten orgullosos de sus tradiciones, aunque también están abiertos a la innovación. Esta combinación define las tendencias del mercado, donde las frutas y verduras locales tradicionales son valoradas junto con un creciente interés por nuevas experiencias y sabores.
- El equilibrio entre vida laboral y personal es muy apreciado; las reuniones se programan durante el horario de oficina y la puntualidad es esencial. En Suecia, la igualdad de género es un pilar fundamental; hombres y mujeres son considerados iguales en todos los aspectos de la vida.
- Las jerarquías suelen ser horizontales, fomentando que todos compartan sus opiniones. Esta apertura se refleja también en la honestidad: los suecos valoran la transparencia y esperan lo mismo de sus socios comerciales. Si surge algún problema o se presentan cambios, es importante ser franco y compartir proactivamente la información necesaria.
- Open Trade Gate Sweden (OTGS) es una iniciativa de la Agencia Nacional de Comercio de Suecia (Kommerskollegium) que ofrece asistencia gratuita a empresas de países en desarrollo, ayudándolas a acceder al mercado sueco y europeo. Proporciona información, asesoramiento y recursos sobre requisitos de exportación y regulaciones comerciales. [www.kommerskollegium.se/open-trade-gate](http://www.kommerskollegium.se/open-trade-gate)
- Junta de Agricultura de Suecia (Jordbruksverket).- Autoridad gubernamental responsable de políticas agroalimentarias y de los sectores agrícola y hortícola.

**ANEXO**  
**PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO**

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (EUR/Kg)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Supermercado COOP	Unidad	0.60 EUR por unidad. 6.70 EUR / Kg.	Brasil	12/12/2024	Limón verde/Lima categoría 1ra.	
ICA	500 gr	5.46 EUR	Sudáfrica	12/12/2024	Uvas Thompson Verde sin semillas 500g Clase 1 ICA	
Grupo Axfood (Hemköp)	700 gr	3.47 EUR	Perú	12/12/2024	Palta Hass – Malla de 700g	