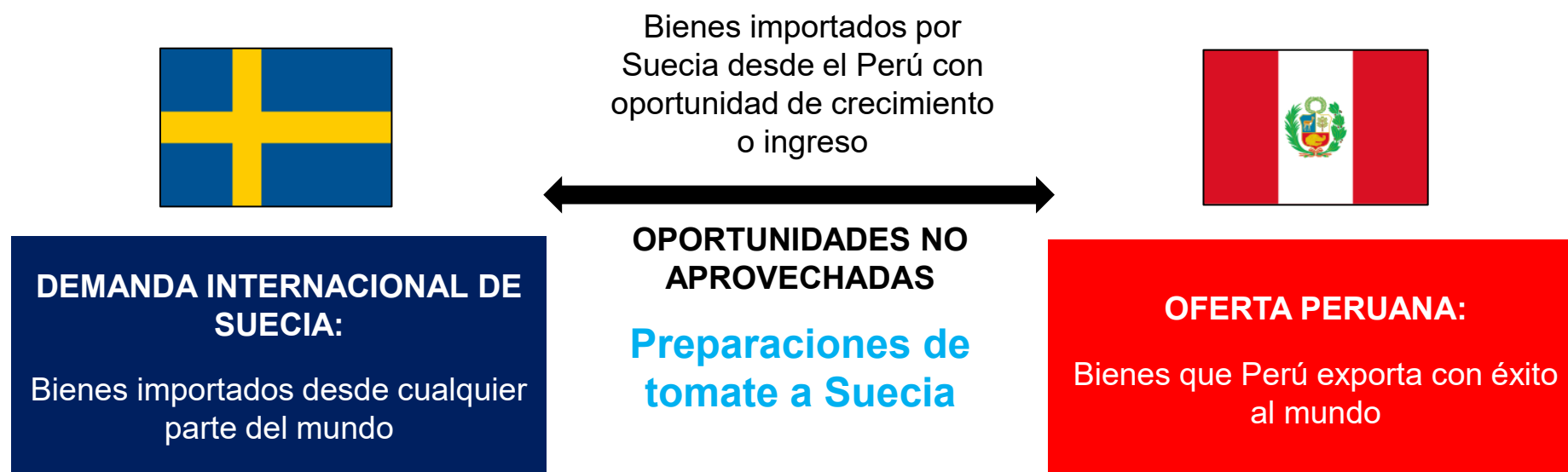
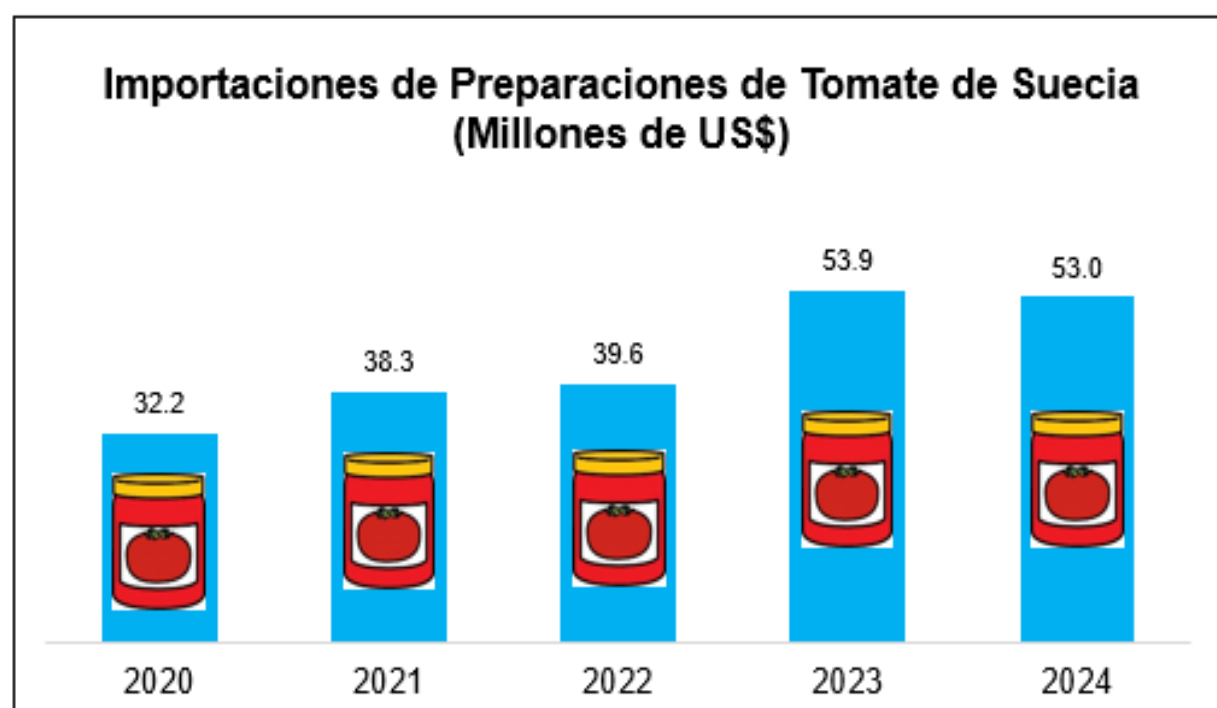


Oportunidades No Aprovechadas para Perú en Suecia



Suecia presenta un interesante potencial para la exportación de preparaciones de tomate. Entre 2020 y 2024, sus importaciones de este producto crecieron de manera sostenida, con una tasa promedio anual de 13.3%. Sin embargo, pese al buen desempeño de las exportaciones peruanas de preparaciones de tomate, sus envíos a Suecia sólo representaron el 0.3% del total importado por Suecia en 2024.



Fuente: Trade Map

Mercado de preparaciones de tomate⁽¹⁾ en Suecia

1. Importaciones de Suecia

✓ Información general

En 2024, Suecia importó preparaciones de tomate por un valor de US\$ 53.0 millones, registrando una caída de 1.7% respecto al valor de 2023. En el período 2020-2024, el valor de las importaciones mantuvo una expansión sostenida, con una tasa promedio anual de 13.3%.

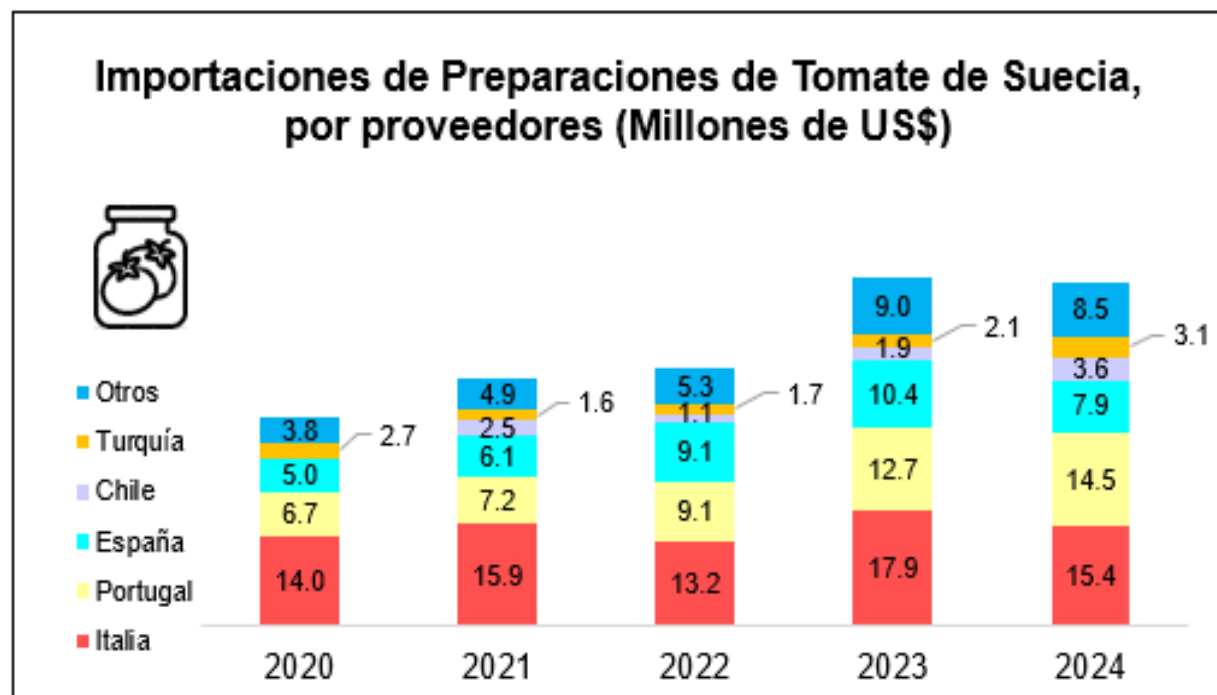
✓ Principales proveedores

Los principales proveedores de preparaciones de tomate para Suecia en 2024 fueron Italia, Portugal, España, Chile y Turquía, los cuales concentraron el 84.0% del valor total importado.

Italia se ubicó como el principal abastecedor de preparaciones de tomate de Suecia, con envíos por US\$ 15.4 millones (29.1% del total), pese a una caída interanual de 13.6%. No obstante, en el período 2020-2024, sus exportaciones de este producto hacia Suecia registraron un crecimiento promedio anual de 2.4%.

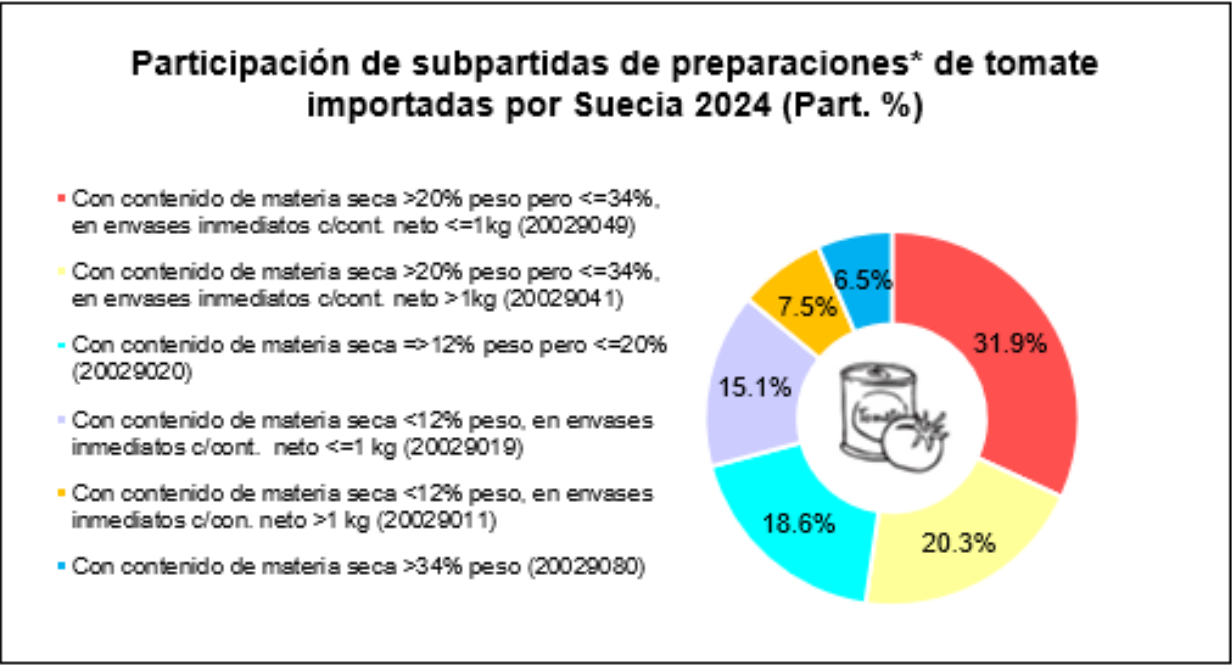
Portugal fue el segundo proveedor y concentró el 27.4% del valor total (US\$ 14.5 millones y +14.8% respecto a 2023). En el último quinquenio, sus envíos hacia Suecia crecieron a una tasa promedio anual de 21.5%, la más alta entre los 5 principales suplidores.

España ocupó el tercer lugar, siendo el origen de US\$ 7.9 millones de las importaciones suecas de preparaciones de tomate en 2024 (15.0% del total) y con una reducción interanual de 23.7% respecto al 2023. A pesar de ello, entre 2020 y 2024, este indicador bilateral registró un crecimiento promedio anual de 12.3%.

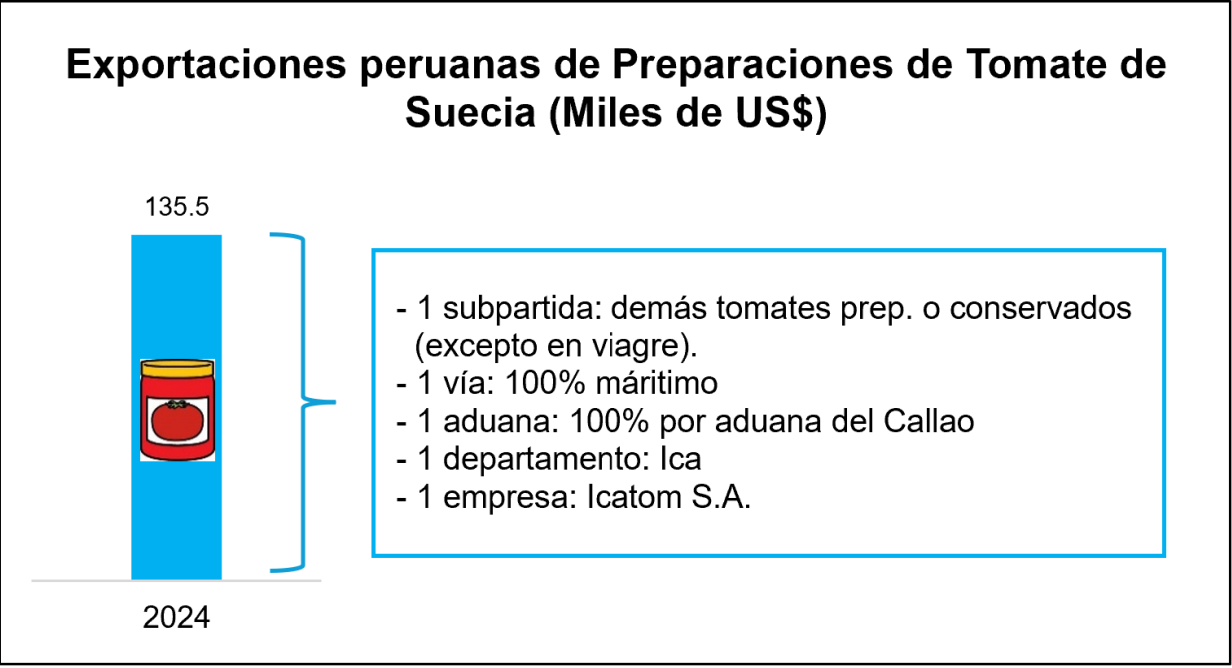


Fuente: Trade Map

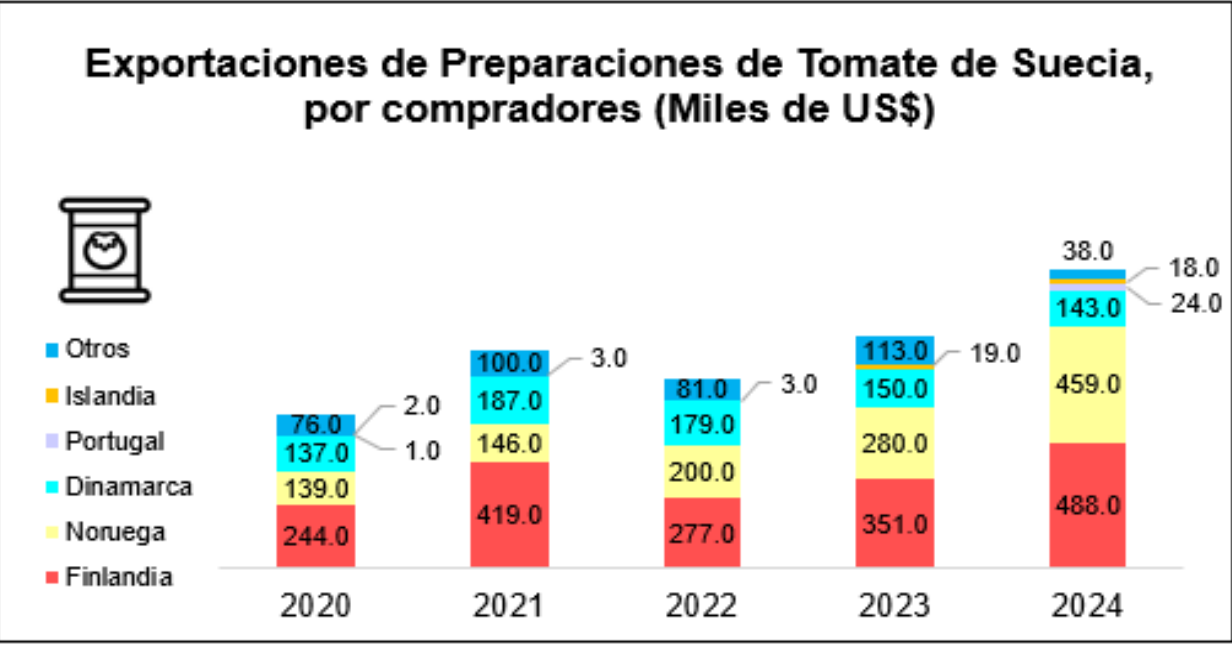
⁽¹⁾ El presente análisis se basó en la subpartida armonizada 200290: tomates, preparados o conservados sin vinagre ni ácido acético (excepto enteros o en trozos).



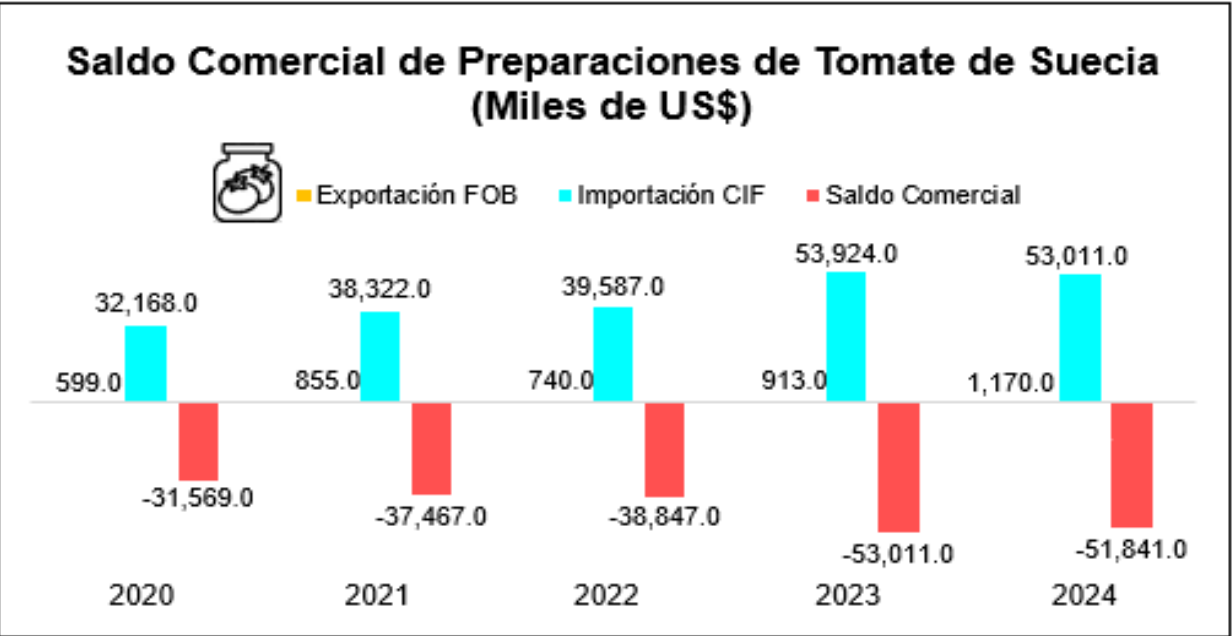
Fuente: Trade Map



Fuente: ADEX Data Trade – SUNAT



Fuente: Trade Map



Fuente: Trade Map

✓ **Subpartidas en Suecia**

Dentro de las preparaciones de tomate destaca como principal producto importado por Suecia, los preparados o conservas de tomate sin vinagre ni ácido acético (excepto enteros o en trozos), con un contenido de materia seca mayor al 20% del peso, pero menor o igual al 34% del peso, en envases inmediatos con un contenido neto menor o igual a 1kg. Estos productos representaron el 31.9% del total de preparaciones de tomate importadas por Suecia en 2024.

✓ **Aranceles**

El arancel general aplicado a la importación de preparaciones de tomate en Suecia es 14.4%. Cuatro de los cinco principales países proveedores de Suecia y el Perú acceden a una tasa preferencial de 0%. Solo Turquía paga el arancel general, con excepción de 2 subpartidas suecas (20029011 y 20029019) que tienen preferencias de 0% para las cuotas establecidas (Market Access Map, 2025).

Arancel de Suecia a Preparaciones de Tomate

País	Arancel general	Arancel preferencial	Acuerdo
Italia	14.4%	0.0%*	Unión Europea
Portugal		0.0%*	Unión Europea
España		0.0%*	Unión Europea
Chile		0.0%*	TLC Unión Europea-Chile
Turquía		-	
		0.0%**	Unión Aduanera deTurquía-Unión Europea
Perú		0.0%*	TLC Unión Europea-Perú

*Todas las subpartidas suecas incluidas en la subpartida armonizada 200290 tienen el mismo arancel.
**Solo las subpartidas suecas 20029011 y 20029019 tienen preferencias de 0% para las cuotas establecidas.
Fuente: Market Access Map / Access2Markets

✓ **Exportaciones de Perú**

Durante el período 2020-2024, sólo se registraron exportaciones peruanas de preparaciones de tomate hacia Suecia en 2024, por un valor de US\$ 135.5 mil, lo cual representó el 0.6% de las exportaciones peruanas de dicho producto al mundo. Sin embargo, entre enero y octubre 2025, dichos envíos alcanzaron los US\$ 557.5 mil.

En términos logísticos, el 100.0% de las exportaciones se realizó por vía marítima a través de la Aduana del Callao, procedentes de la región Ica.

Respecto a las empresas exportadoras, Icatom S.A. fue el único exportador de preparaciones de tomate hacia Suecia en 2024. Ese año, Suecia se posicionó como su décimo cuarto mercado de destino, con una participación del 0.5% de su total exportado.

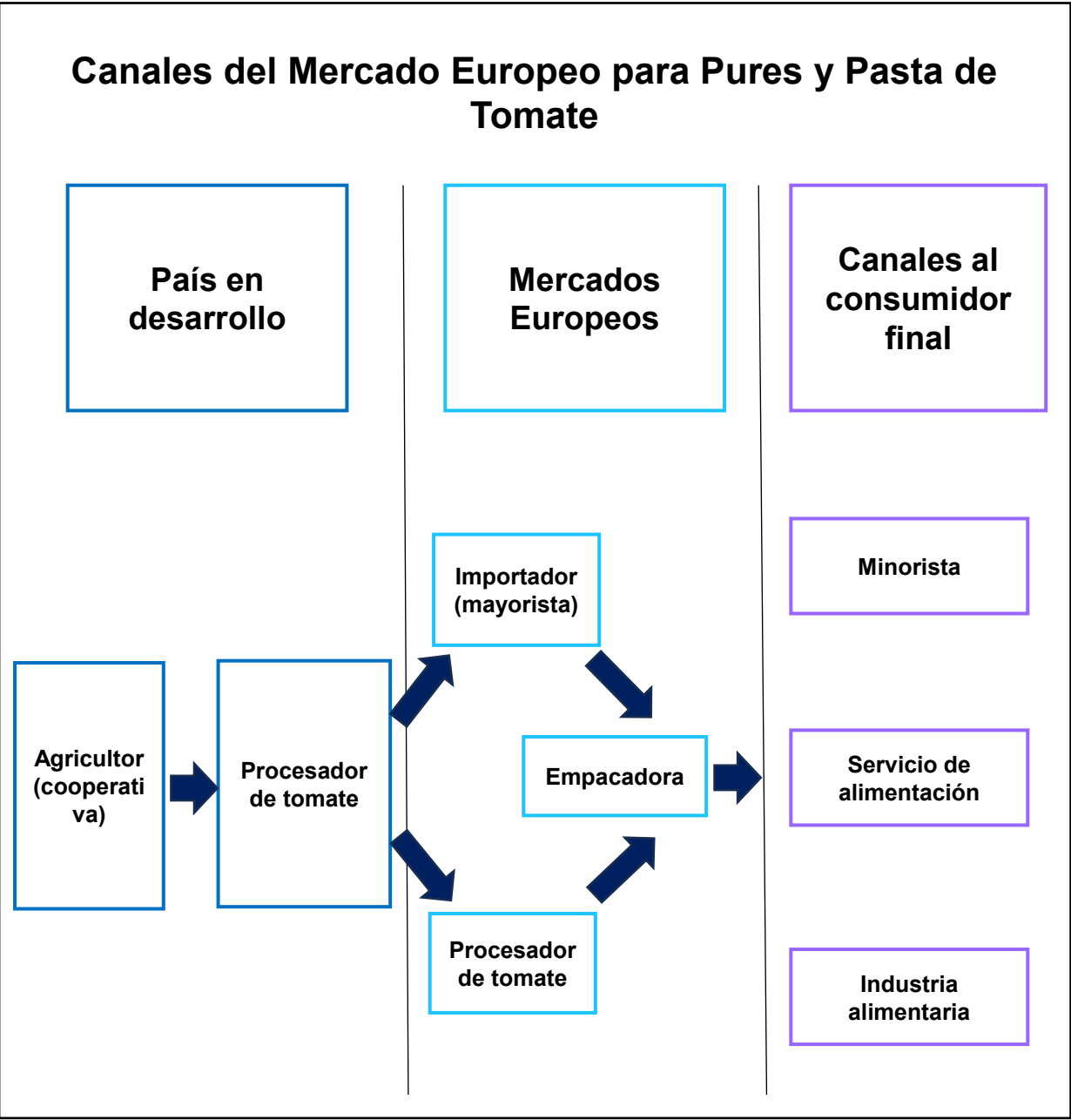
2. Exportaciones de Suecia

En 2024, las exportaciones suecas de preparaciones de tomate al mundo ascendieron a US\$ 1.2 millones, lo que representó un crecimiento de 28.1% respecto a 2023. En el período 2020-2024, Suecia registró un crecimiento promedio anual de 18.2%.

Finlandia fue el principal destino de estas exportaciones en 2024, con compras por US\$ 488.0 mil, cifra que significó un aumento de 39.0% frente al año anterior. Entre 2020 y 2024, registró un incremento promedio anual de 18.9%.

Noruega fue el segundo destino, con envíos por US\$ 459.0 mil en 2024, equivalente a un aumento de 63.9% respecto a 2023. En el último quinquenio, las exportaciones crecieron a una tasa promedio anual de 34.8%.

El saldo comercial (FOB-CIF) de preparaciones de tomate para Suecia fue negativo durante todo el período analizado. En 2024, este déficit alcanzó los US\$ 51.8 millones, lo que evidencia la alta dependencia del país respecto de las importaciones para cubrir su demanda interna.



Fuente: CBI / Autentika Global – Traducción propia



Fuente: CBI / Autentika Global – Traducción propia

3. Oportunidad en el mercado

✓ Panorama general

En 2024, a través de la subpartida nacional peruana 2002900000 (los demás tomates preparados o conservados, excepto en vinagre), se realizaron exportaciones de preparaciones de tomate por US\$ 23.2 millones destinados a 15 países y realizados por 1 empresa⁽²⁾ (ADEX Data Trade, 2025).

En este contexto, Suecia constituye un mercado de interés. Se trata de una economía con desempeño positivo, cuyo Producto Bruto Interno crecerá 1.8% al cierre del 2025, con una proyección de expansión de 2.3% para 2026 (Market Screener, 2025).

✓ Mercado de Suecia

El mercado sueco de preparaciones de tomate (subpartida 200290) se caracteriza por una alta dependencia de importaciones y una estructura de demanda estable, asociada al consumo cotidiano y al canal de servicios de alimentación. Los principales países proveedores son Italia, Portugal y España, lo que evidencia un predominio de la oferta europea, especialmente de países mediterráneos con fuerte tradición en procesamiento de tomate (Trade Map, 2025; Open Trade Gate Sweden, 2025).

✓ Canales de comercialización al consumidor

Aproximadamente el 65.0% del consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas se realiza a través de minoristas de alimentarios (tiendas independientes y supermercados), mientras que el 35.0% corresponde al canal de servicios de alimentación, que incluye restaurantes, cafeterías y servicios de *catering* (ECR Sverige, 2024).

Los consumidores suecos gastan principalmente en el canal minorista, altamente concentrado, donde los minoristas de alimentos ICA (49.9%), Axfood (21.9%) y Coop (17.0%) representan el 88.8% del mercado, lo que convierte a los importadores y a las centrales de compra de estas cadenas en actores clave para el acceso comercial (ECR Sverige, 2024).

Un elemento importante del mercado sueco es la elevada participación de la marca propia⁽³⁾, que representó aproximadamente 24.6% de las ventas de alimentos en 2024, siendo una vía prioritaria de entrada para productos de despensa como las preparaciones de tomate (Statistics Sweden, 2025). Paralelamente, el canal de servicio de alimentación e institucional⁽⁴⁾ constituye un segmento relevante, donde estos productos se utilizan como insumo base en cocinas y *catering*, priorizándose el rendimiento, la consistencia y el costo por ración (Open Trade Gate Sweden, 2025).

Desde el lado de la demanda, el consumidor sueco muestra sensibilidad al precio y alta aceptación de productos estandarizados, mientras que la sostenibilidad actúa principalmente como un requisito de acceso exigido por el minorista más que como un factor decisivo de diferenciación (Boston Consulting Group, 2024).

En conjunto, el mercado ofrece oportunidades para proveedores capaces de competir en precio y calidad, especialmente a través de programas de marca propia y del canal de servicio de alimentación.

⁽²⁾ Sólo se consideraron países y empresas con exportaciones mayores a US\$ 1,000.

⁽³⁾ Producto comercializado bajo la marca del minorista o distribuidor, y no bajo la marca del fabricante.

⁽⁴⁾ El canal institucional se refiere al suministro de alimentos para comedores colectivos de instituciones públicas y privadas, mediante esquemas de compra centralizada y contratos de abastecimiento.