SOCIEDAD DE PROMOCIÓN EXTERIOR PRINCIPADO DE ASTURIAS S.A.

NOTA DE PRENSA

9 de noviembre de 2026

Asturex testa en Estocolmo productos de ocho empresas asturianas de alimentación y bebidas ante importadores suecos

- **La acción, dentro del programa TastingAsturias ImportMatch, se hizo sin desplazamiento de las empresas: viajaron sus productos y el trabajo en destino lo realizaron Asturex y su colaborador en Suecia, Alfombra Roja**

Asturex, la Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, realizó del 4 al 6 de noviembre en Estocolmo un test de mercado con productos de ocho empresas asturianas del sector de alimentos y bebidas. La acción se enmarca en el programa **TastingAsturias ImportMatch** y estrena una modalidad en la que no se desplazan las empresas: viajan sus productos y Asturex realiza en destino el trabajo de investigación y contraste comercial.

Asturex desarrolló el trabajo junto con Alfombra Roja, su colaborador en Suecia. En destino participaron Mª Ángeles Álvarez López, responsable de promoción del sector Alimentos y Bebidas de Asturex, y Maribel Álvarez, de Alfombra Roja.

Producto real ante importadores suecos

Durante los tres días, las muestras enviadas por las empresas se presentaron a importadores y compradores profesionales para recoger su valoración sobre el encaje de cada referencia, el precio, el formato, el packaging, el canal más adecuado y las posibles barreras de entrada. El trabajo se completó con un análisis de productos comparables en diferentes puntos de venta de Estocolmo (store check).

El objetivo no era una prospección genérica, sino testar producto real y obtener información concreta para cada empresa. Cuando un importador manifiesta interés en continuar, Asturex facilita el contacto directo con la empresa para dar seguimiento a la oportunidad.

Preparación individual con cada empresa

La acción se preparó de forma individual con las ocho empresas participantes. El 23 de octubre, Asturex mantuvo reuniones de 15 minutos con cada una para seleccionar los productos a testar, conocer sus objetivos en Suecia y concretar qué aspectos querían contrastar. El 27 de octubre se celebró una sesión conjunta de inmersión en el mercado sueco, centrada en canales de entrada, distribución, perfil del comprador, precio, posicionamiento y particularidades de las bebidas y de Systembolaget, la cadena pública que tiene el monopolio de la venta minorista de bebidas alcohólicas en Suecia.

Cada participante recibirá ahora un informe personalizado con el feedback obtenido, referencias comparables, posicionamiento, contactos realizados, posibles oportunidades, barreras o adaptaciones detectadas y próximos pasos recomendados.

Mª Ángeles Álvarez López, responsable de promoción del sector de Alimentos y Bebidas de Asturex, sitúa buena parte de los productos presentados en Estocolmo en un segmento gourmet y especializado, más que en las grandes cadenas. "*En alimentación, el encaje parece especialmente interesante en tiendas de producto español, establecimientos premium y canales especializados, donde se valora la singularidad, la calidad, la sostenibilidad, las certificaciones y la historia que acompaña al producto*", señala. Los importadores, consolidados y orientados al segmento premium, "*buscan referencias diferentes, con identidad propia y una historia que puedan trasladar después a sus clientes*".

En bebidas, además del acceso a Systembolaget, se ha detectado interés por los vinos de la DOP Cangas por su carácter diferencial y por la calidad percibida del producto, y también por las bebidas sin alcohol y de baja graduación y por el canal HORECA. "*Las expectativas iniciales son positivas, aunque se trata de un mercado exigente y complejo*", resume Álvarez, para quien el test permite a las empresas decidir con más información "*si merece la pena avanzar antes de asumir el coste de desplazarse*".

Un mercado importador y concentrado

Suecia es un mercado importador, concentrado y exigente. El retail alimentario alcanzó alrededor de 315.000 millones de coronas suecas en 2025 y tres grupos —ICA, Axfood y Coop— concentran más del 90 % de la distribución minorista. Las importaciones agroalimentarias se situaron en torno a 225.300 millones de coronas en 2024.

El importador tiene un papel central para acceder al retail, a la hostelería y, en el caso de las bebidas alcohólicas, a Systembolaget. Entre las categorías con espacio para el producto español figuran la charcutería curada, las conservas premium, los quesos, el vino y el cava y otras especialidades de alimentación y bebidas.

Programa TastingAsturias ImportMatch

La actividad forma parte del plan de promoción de Asturex para el sector de alimentos y bebidas y del proyecto TastingAsturias, y supone una evolución del programa ImportMatch hacia un seguimiento más continuo y adaptado a cada oportunidad. En este formato, Asturex, la sociedad del **Grupo Sekuens** para el apoyo a la internacionalización de la empresa asturiana, prepara con cada empresa referencias concretas, lleva las muestras al mercado, las contrasta con importadores y analiza su posición frente a la oferta existente. El enfoque permite a las empresas hacer un test previo del mercado con menor coste y orientar mejor los siguientes pasos antes de abordar una prospección comercial más amplia.

Empresas participantes:

Embutidos La Unión. Embutidos, salazones y productos cárnicos tradicionales. embutidoslaunion.com

Agromar. Conservas gourmet de pescado y marisco. agromar.es

Cerveza Scone. Cervezas artesanas. cervezascone.com

Miel Valle de Prada. Miel de bosque, castaño y montaña; polen y propóleos. mielpuradeprada.com

Bodega Martínez Parrondo. Vinos D.O.P. Cangas de viticultura heroica. instagram.com/bodegamartinezparrondo

Bodega Las Danzas. Vinos D.O.P. Cangas de viticultura heroica. bodegalasdanzas.es

Grupo El Gaitero. Sidras y productos derivados de la manzana. sidraelgaitero.com

Café El Chícaro. Café arábica tostado y café verde de Venezuela. cafeelchicaro.es