

El mercado de la maquinaria agrícola en Suecia

El mercado de la maquinaria agrícola en Suecia

Este estudio ha sido realizado por Brais Yañez bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estocolmo

Diciembre 2007

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
I. INTRODUCCIÓN	6
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	6
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	14
1. Análisis cuantitativo	14
1.1. Tamaño de la oferta	14
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	17
2. Análisis cualitativo	23
2.1. Producción	23
2.2. Obstáculos comerciales	23
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	24
1. Análisis cuantitativo	24
1.1. Canales de distribución	24
1.2. Esquema de la distribución	25
1.3. Principales distribuidores	25
2. Análisis cualitativo	26
2.1. Estrategias de canal	26
2.2. Estrategias para el contacto comercial	27
2.3. Condiciones de acceso	28
2.4. Condiciones de suministro	28
2.5. Promoción y publicidad	29
2.6. Tendencias de la distribución	29
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	30
1. Evaluación del volumen de la demanda	30
1.1. Crecimiento esperado	30
1.2. Tendencias industriales	31
1.3. Tendencias tecnológicas	31
1.4. Tendencias medioambientales	31
2. Estructura del mercado	32
3. Factores asociados a la decisión de compra	32
4. Percepción del producto español	33

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El sector de maquinaria agrícola en Suecia está inmerso en una etapa de moderado crecimiento. El sector agrícola crece de manera global. El aumento en la producción de los cultivos de mayor peso, como las hortalizas y los cereales/colza, redundan positivamente en una mayor inversión en maquinaria agrícola. Además, el elevado coste del factor humano incita a la intensificación del factor capital en detrimento del factor trabajo. Todo ello de forma agregada hace albergar esperanzas respecto a una evolución positiva del sector a medio plazo.

La estructura del sector está bastante definida. La mayor parte de la demanda se abastece con producción nacional, siendo destacable la posición de Volvo AB en cuanto a la fabricación de tractores. Por partidas, a nivel nacional, la 84.36 es la que absorbe un mayor peso, rozando cifras próximas al 50% del total.

A nivel de importaciones las posiciones están muy definidas, y la líder es habitualmente Alemania. Por lo demás se observa la recurrente interrelación comercial existente entre los países escandinavos en la mayoría de los mercados. Dinamarca, Noruega y Finlandia se posicionan en el Top 7. La posición de España es débil, y se ubica fuera del Top 20, con una cuota de mercado ínfima, de menos del 0,10%.

Por lo que respecta a la estructura del mercado nacional, se aprecia la existencia de una compañía que destaca sobre el resto. Lantmännen Maskin AB, filial de Lantmännen AB y propiedad de más de 44.000 agricultores, con una red de distribución inigualable dentro del mercado sueco y que por ser propiedad de los propios demandantes de maquinaria cuenta con una ventaja competitiva difícilmente igualable.

Penetrar en el mercado sueco no es sencillo. Es básico hacerlo de forma decidida para que el socio sueco no aprecie ningún tipo de duda. La comunicación con este deberá ser fluida y los plazos de entrega habrán de respetarse siempre, pues no olvidemos que el sector agrícola tiene un marcado carácter estacional. No existe lugar dentro del mercado sueco para la descoordinación o el error.

A pesar de que la maquinaria española no goza de una gran reputación la penetración es posible. El empresariado sueco es flexible, siempre está abierto a identificar productos innovadores o que presenten una interesante relación calidad-precio. Siendo este último factor importante, lo que más valorarán los eventuales socios escandinavos a la hora de establecer una relación comercial será la capacidad de la empresa para suministrar a tiempo las piezas de repuesto necesarias. El servicio post-venta es una de las claves dentro de este sector.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

En cuanto a la forma de penetración más apropiada, ésta variará en función de la fisonomía de la empresa. Las grandes compañías internacionales suelen crear sus propios mecanismos de distribución para ahorrarse los elevados márgenes. Las pequeñas suelen optar por importadores o dealers, más especializados en nichos concretos de mercado y con un conocimiento profundo del mismo, de los que pueden obtener un feedback importante.

Las tendencias dentro del mercado sueco apuntan a un crecimiento en el futuro de la demanda de máquinas poco ruidosas, eficientes en términos de tiempo necesario para realizar toda la tarea de sembrado/recogida, respetuosas con el medio ambiente y con un mayor nivel de automatización de todas las tareas.



ICEX

I ■ INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El presente estudio de mercado analiza el sector de la maquinaria agrícola en Suecia. Las subpartidas arancelarias sujetas a estudio están en su totalidad recogidas dentro de la partida 84:

84: Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos. Dentro de la partida arancelaria 84 las subpartidas a analizar dentro del presente estudio son las siguientes:

84.32

Máquinas, aparatos y artefactos agrícolas, hortícolas o silvícolas, para la preparación o el trabajo del suelo o para el cultivo; rodillos para césped o terrenos de deporte.

84.33

Máquinas, aparatos y artefactos de cosechar o trillar, incluidas las prensas para paja o forraje; cortadoras de césped y guadañadoras; máquinas para limpieza o clasificación de huevos, frutos o demás productos agrícolas (excepto las de la partida 8437).

84.34

Máquinas de ordeñar y máquinas y aparatos para la industria lechera.

84.35

Prensas, estrujadoras, máquinas y aparatos análogos para la producción de vino, sidra, jugos de frutos o bebidas similares.

84.36

Las demás máquinas y aparatos para la agricultura, horticultura, silvicultura, avicultura o apicultura, incluidos los germinadores con dispositivos mecánicos o térmicos incorporados y las incubadoras y criadoras avícolas.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

84.37

Máquinas para limpieza, clasificación o cribado de semillas, granos u hortalizas de vaina secas; máquinas y aparatos para la molienda o tratamiento de cereales u hortalizas de vaina secas (excepto las del tipo rural)

Para una mayor especificación a cerca de las partidas tratadas en la presente nota se recomienda consultar a la dirección de correo electrónico www.taric.es y allí acudir a netTaric, la base de datos del Arancel Integrado Europeo.



ICEX

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

Introducción: Análisis del sector de agrícola sueco

Resulta básico, para obtener una visión apropiada de la situación y expectativas dentro del sector de maquinaria agrícola, realizar un breve estudio de la situación del sector agrícola sueco en su conjunto.

En cuanto a la mano de obra ocupada se observa una situación de estabilidad. A medio plazo se espera una intensificación del proceso de sustitución de mano de obra por factor capital.

Número personas ocupadas sector agrícola				
Concepto	1999	2003	2005	Variación
Fuerza de trabajo permanente				
Hombres	105645	95720	101001	-4,40%
Mujeres	51208	48533	53240	3,96%
Suma trabajadores permanentes	156853	144253	154241	-1,70%
Fuerza de trabajo temporal				
Hombres	N/D	N/D	12708	N/D
Mujeres	N/D	N/D	6935	N/D
Suma trabajadores temporales	20215	23697	19643	-2,82%
Total	177068	167950	173884	-1,80%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

Por lo que respecta a la extensión de superficie cultivada se observan datos relevantes.

En cuanto a la superficie empleada para el cultivo de cereales, se observa una clara reducción del área total cultivada. Se identifica únicamente una tendencia positiva en cuanto al cultivo de cebada. Esta última y el trigo son los cultivos estrella por número de hectáreas utilizadas.

Superficie Total Cultivada, Cereales (hectáreas)						
Tipo cultivo	2003	2004	2005	2006	2007	Variación 03/07
Trigo-Invierno	364094	350556	296115	323245	323105	-11,25%
Trigo-Primavera	47296	53581	59666	43892	38326	-18,90%
Centeno-Invierno	24373	24607	21447	23917	24700	1,34%
Cebada-Invierno	6347	5742	5742	6323	8411	32,50%
Cebada-Primavera	362211	392814	374736	309193	318369	-12,10%
Avena	279901	230675	202734	209413	208483	-25,50%
Cereal Mezclado	25242	17414	17927	15695	15326	-39,20%
Área Total	1109464	1075389	978367	931678	936720	-15,57%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

Conjuntamente con el de cereales, el cultivo de legumbres es el que acapara una mayor extensión de terreno.

Se aprecia un aumento relativamente alto del número de hectáreas cultivadas. Destaca el peso del pasto sobre el total del número de hectáreas, ya que abarca casi un 65% del total.

Superficie ocupada por legumbres y forraje (hectáreas)						
Tipo de cultivo	2003	2004	2005	2006	2007	Variación 03/07
Patatas de mesa	21932	22820	22143	20177	20447	-6,77%
Patatas para procesamiento	8619	8659	8398	7824	8075	-6,31%
Remolacha azucarera	50103	47670	49202	43592	40786	-18,60%
Colza/Invierno	23355	38288	35468	48346	50539	116,40%
Colza/Primavera	26673	36329	38503	35446	33062	24%
Nabo/Invierno	817	1319	1491	1263	1131	38,40%
Nabo/Primavera	7734	8379	7073	6038	3308	-57,22%
Suma Colza-Nabos	58579	84315	82534	91093	88040	50,29%
Linaza	3729	5702	9806	8916	4321	15,87%
Guisante	28949	32683	26905	26905	19343	-33,20%
Guisante Verdes	9121	9350	8852	8883	8669	-4,95%
Judía Verde	767	750	701	654	544	-29,10%
Forraje	31762	35645	40057	42959	46771	47,20%
Pasto	934782	930527	1035140	1063026	1089588	16,60%
Semillas	12307	12430	12996	15295	14306	16,20%
Área Total	1219229	1274866	1379269	1420417	1428930	17,20%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

La superficie ocupada por terrenos de barbecho es pequeña y parece mantenerse estable a lo largo del tiempo.

Superficie ocupada terrenos de barbecho y terrenos cultivo (hectáreas)						
Tipo de Superficie	2003	2004	2005	2006	2007	Variación 03/07
"Energy Forest"	14318	14144	13965	13906	14398	0,55%
Plantas de productos hortícolas	10481	11481	12424	12106	12233	16,70%
Otros cultivos	1900	1969	5537	5853	5947	213%
Tierras de barbecho	275694	266443	318038	308544	281588	2,13%
Tierras arable no utilizada	11966	12779	1847	1658	1838	-84,60%
Área Total	314359	306816	351811	342067	316004	0,52%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

Aumentan en un porcentaje reducido la superficie ocupada por pasto y prado, o lo que es lo mismo, tierras no utilizadas para el cultivo. Este dato puede interpretarse como negativo desde el punto de vista productivo.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

Superficie ocupada por pasto y prado (hectáreas)						
Tipo de Superficie	2003	2004	2005	2006	2007	Variación 03/07
Pasto para ganado	441908	461812	477932	487932	452359	2,36%
Prado segado	6558	7434	8628	8751	9401	43,30%
Pasto boscoso	15181	17616	19163	15341	17017	12,10%
Pasto montañoso	16085	16191	22844	23303	23574	46,50%
Estepa	22704	22729	26417	25731	27174	19,60%
Pasto y prado no utilizado	10473	18008	2883	1799	1576	-84,90%
Total pasto-prado	512910	543790	557867	562857	531103	3,54%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

Por lo que respecta a la superficie ocupada por hortalizas cabe realizar dos clasificaciones. Por un lado se sitúan las hortalizas cultivadas en invernadero, por necesitar unas condiciones térmicas especiales que no se dan al aire libre, cuya superficie ocupada se mide en metros cuadrados. Por otro, las cultivadas al aire libre, cuya superficie ocupada se mide en hectáreas.

Con respecto al primer grupo se observa una reducción de la superficie cultivada bastante significativa. En el caso de las segundas, la situación es estable, con una ligera evolución ascendente.

Hortalizas, superficie cultivada en Suecia						
	2002	2003	2004	2005	2006	Variación 03/07
Tomate	642100	561600	505300	456000	430100	-33,01%
Pepino	605900	539800	471300	595800	588300	-2,90%
Espicias al natural	53300	45700	71800	61500	65300	22,51%
Lechuga Conserva	70800	35200	38700	44400	62500	-11,72%
Invernaderos, m2	1372100	1182300	1087100	1157700	1146200	-16,40%
Pepino	278	209	205	226	164	-41%
Cebolla	805	710	915	902	894	11,10%
Zanahorias	1820	1861	2060	1727	1925	5,70%
Coliflor	316	309	351	311	259	-18,30%
Repollo	385	428	474	370	397	3,11%
Lechuga	1092	762	926	1211	1088	-0,36%
Puerros	99	121	122	127	141	42,42%
Manzana	1334	1481	1380	1440	1592	19,30%
Fresas	2209	2208	2001	2401	2082	-5,74%
Campo Abierto, Ha	8338	8089	8434	8715	8542	2,44%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

Se desprenden datos interesantes del estudio de la producción de cereales y cebada. Uno de los más destacables es el aumento de la producción esperada para 2007 respecto a la ob-

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

tenida en 2006, sobre todo en lo relativo a la producción de los primeros. Este dato contrasta con una reducción en cuanto al número de hectáreas cultivadas. El aumento sólo puede ser explicable por un aumento de la productividad derivada de un mayor uso de factor capital.

En cuanto a la colza o derivadas, la tendencia es similar. Si bien en este caso el número de hectáreas cultivadas aumenta, este aumento va acompañado de un crecimiento mayor, proporcionalmente, de la producción. Este aumento es también achacable al mayor uso de factor capital.

Cereales/Colza cosecha por hectárea. Área y producción total, 2007					
	Producción/HA	Área	Producción Total. Miles Toneladas		
Tipo Cultivo	Previsión 2007	HA. utilizadas	Previsión 2007	Producción 2006	Media 02/06
Trigo-Invierno	6 940	323 105	2 217	1 795	1 961
Trigo-Primavera	5 000	38 326	185	172	243
Centeno-Invierno	5 810	24 700	142	115	121
Cebada-Invierno	6 010	8 411	50	27	29
Cebada-Primavera	4 420	318 369	1 391	1 084	1 515
Avena	4 290	208 483	883	624	916
Cereal Mezclado	3 380	15 326	51	51	80
Suma Cereales		936719	4920	3872	4866
Colza Invierno	3 620	50 539	183	152	110
Colza Primavera	1 910	33 062	63	60	62
Nabo Invierno	2 210	1 131	2	2	2
Nabo Primavera	1 480	3 308	5	7	12
Suma Cultivos Colza		88040	253	220	187

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

Los cultivos de hortalizas registran, en general, incrementos en cuanto al nivel de producción. Los aumentos más destacados son los experimentados en cuanto a la producción de zanahorias, cebollas y repollo.

Se registra en ese caso la misma tendencia que en el caso de los cereales. El incremento porcentual de la producción supera al de la variación de superficie cultivada, motivada por un aumento de la intensidad de factor capital.

Producción por tipo de hortalizas						
	2002	2003	2004	2005	2006	Variación 02/06
Invernaderos (toneladas o 1000 piezas)						
Tomate, ton.	22800	18100	19400	17300	17400	-23,68%
Pepino, ton.	22900	21900	19600	24300	26100	13,90%
Espicias al natural (1000 p.)	22600	23700	23800	19400	26800	18,58%
Lechuga Conserva (1000 p.)	15000	12700	12700	19200	16600	10,66%
Campo Abierto (toneladas)						

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

Pepino	12300	9100	10800	11500	9400	-23,57%
Cebolla	23200	23400	31500	28600	32800	41,30%
Zanahorias	84800	95700	109000	96200	116600	37,50%
Coliflor	4900	5200	5600	5500	4500	-8,16%
Repollo	13400	17700	20800	15600	19000	41,79%
Lechuga	23400	22100	23300	27200	26200	11,90%
Puerros	2600	3600	2400	3400	3800	46,15%
Manzana	18000	21500	18500	17700	24000	33,30%
Fresas	9800	9200	11500	12100	11700	19,38%
Total cultivos campo abierto	192400	207500	233400	217800	248000	28,89%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

Es importante tener en cuenta en nuestro análisis a los sectores lácteo y avícola, para así disfrutar una visión completa de la situación en la que se encuentra en sector agrícola en Suecia y poder entender las directas implicaciones sobre los niveles de demanda de maquinaria agrícola.

Con respecto al sector lácteo se aprecia una evolución negativa de todos los parámetros analizados. Las caídas en cuanto al número de granjas y vacas son drásticas, no siendo la caída en los niveles de producción tan grande como se podría prever. La razón es la inversión en factor capital, que ha permitido mantener los niveles de producción en cifras aceptables gracias a los importantes incrementos de la productividad de las explotaciones lácteas.

Granjas. Número y cantidad de leche producida					
Concepto	1990	2000	2005	2006	Variación 1990/2006
Número productores de leche (miles)	25	12	9	8	-68,00%
Vacas (miles)	576	428	398	388	-32,64%
Producción total de leche (miles toneladas)	3508	3348	3206	3172	-9,58%
Leche destinada a consumo (miles toneladas)	3432	3297	3163	3130	-8,80%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

En cuanto a la producción de derivados lácteos las tendencias son generalmente negativas, como en el resto de la industria. En los últimos tres lustros sólo el consumo de queso y leche han aumentado, con un estancamiento evidente en los dos últimos años.

De todos modos, y a pesar de la fase recesiva que ha atravesado el sector a lo largo de los últimos años parece que en el presente ejercicio (del que no se disponen de datos estadísticos) las perspectivas son mejores. Se esperan incrementos en la producción para los años venideros, fruto de los aumentos de la demanda de leche y derivados a nivel mundial.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

Granjas. Producción derivados lácteos (miles toneladas)					
Concepto	1990	2000	2005	2006	Variación 1990/2006
Leche fermentada	1357	1285	1257	1219	-10,17%
Nata	77	96	89	90	16,88%
Queso	116	127	118	119	2,59%
Mantequilla	49	30	27	26	-46,94%
Leche en polvo	58	47	49	50	-13,79%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

Por lo que a la industria avícola se refiere, los datos resultan más halagüeños:

Huevos (miles de toneladas)					
Concepto	2003	2004	2005	2006	Variación 03/06
Vendidos a mayoristas	67,6	75,6	73,7	72,1	6,66%
Producción total	93	104	102	99	6,45%

Fuente: SJV (JordbruksBerket)

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

Para el análisis del tamaño de la oferta el instrumento que se suele utilizar es el indicador del consumo aparente. Inicialmente se realiza un análisis agregado de todas las partidas y posteriormente se observan por separado, para así poder identificar las particularidades que presenta cada una de ellas.

Por lo que respecta al análisis del índice para todas las partidas se pueden sacar varias conclusiones. La primera es que el mercado crece. La segunda es que este crecimiento general experimentado entre los años 2002 y 2005 ha sido muy moderado y regular, habiéndose experimentado una sola etapa recesiva entre 2002 y 2003.

Destacar el aumento experimentado por las exportaciones en términos porcentuales. El crecimiento en cifras reales no es tan alto como podría indicar el análisis de los porcentajes de crecimiento, pero si en todo caso importante. La razón es que se parte de unos niveles de exportación relativamente bajos respecto a los de producción.

CONSUMO APARENTE. Todas las partidas consideradas
(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	Crecimiento 2002-2005
Producción	6358776	6686451	7072740	6867353	8,00%
+ Importaciones	2318632	2634956	2655738	3031540	30,75%
- Exportaciones	2143931	3072834	2958747	2973047	38,67%
Consumo Aparente	6533477	6248573	6769731	6925846	6,01%

Fuente: SJV

Por subpartidas arancelarias se identifican situaciones diversas.

Por lo que respecta a la subpartida 84.32, el mercado se reduce regularmente, a un ritmo relativamente alto.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

CONSUMO APARENTE PARTIDA 84.32. Maquinas, aparatos y artefactos agrícolas, hortícolas o silvícolas para la preparación o el trabajo del suelo o para el cultivo, rodillos para césped o terrenos de deporte.

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	1166918	1163698	1135309	1110484	1197286	2,60%
+ Importaciones	381058	385088	373906	413946	521768	36,93%
- Exportaciones	820061	869949	855695	893743	1083952	32,18%
Consumo Aparente	727.915	678.837	653.520	630.687	635.102	-12,75%

Fuente: SJV

El mercado representado por los bienes incluidos en la subpartida 84.33 experimenta una caída significativa. La importancia de esta reducción en el tamaño total del mercado es más grande que en el caso de la subpartida anterior, pues la 84.33 representa un 35% del total del mercado.

CONSUMO APARENTE PARTIDA 84.33. Maquinas, aparatos y artefactos de cosechar o trillar, incluidas prensas para paja o forraje; cortadoras de césped y guadañadoras, máquinas para limpieza o clasificación de huevos, frutos o demás productos agrícolas

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	1533077	2437573	1635432	1147810	1207472	-21,24%
+ Importaciones	1534963	1375104	1415268	1502192	1619735	5,52%
- Exportaciones	268888	253740	228602	263964	260374	-3,17%
Consumo Aparente	2.799.152	3.558.937	2.822.098	2.386.038	2.566.833	-8,30%

Fuente: SJV

Como sucedía con las dos subpartidas anteriores, esta también experimenta una reducción importante en cuanto a su tamaño de mercado. Esta reducción tiene un impacto fuerte sobre el total del mercado pues representa aproximadamente un 22% del total.

CONSUMO APARENTE PARTIDA 84.34. Maquinas de ordeñar y maquinas y aparatos para la industria lechera

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	2629530	2021203	1933909	1570563	1786335	-32,07%
+ Importaciones	268128	281476	263029	373839	388307	44,82%
- Exportaciones	681486	904416	791696	427503	397412	-41,68%
Consumo Aparente	2.216.172	1.398.263	1.405.242	1.516.899	1.777.230	-19,81%

Fuente: SJV

Si a nivel porcentual la subpartida 84.35 experimenta una gran caída, cabe decir que en términos reales la incidencia sobre el tamaño total del mercado es ínfima a todos los niveles analizados y por parte de todos los componentes utilizados para el cálculo de su tamaño.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

CONSUMO APARENTE PARTIDA 84.35. Prensas, estrujadoras, máquinas y aparatos análogos para la producción de vino, sidra, jugos de frutos o bebidas similares

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	0	0	0	0	0	0,00%
+ Importaciones	7550	2434	719	2217	1122	-85,14%
- Exportaciones	9111	5349	1592	1477	7094	-22,14%
Consumo Aparente	-1.561	-2.915	-873	740	-5.972	-282,58%

Fuente: SJV

La subpartida 84.36 es de las pocas que crecen, pero el aumento experimentado en el último lustro es tan grande, tanto en términos reales como porcentuales, que sirve para compensar las tendencias negativas anteriormente identificadas para el sector en su conjunto.

CONSUMO APARENTE PARTIDA 84.36. Las demás máquinas para la agricultura, horticultura, silvicultura o apicultura, incluidos los germinadores con dispositivos mecánicos o térmicos incorporados y las incubadoras y criadoras avícolas

(Miles de SEK)

	2001	2002	2003	2004	2005	Crecimiento 2001-2005
Producción	1064692	2170385	1037786	2344881	3017369	183,40%
+ Importaciones	458742	458036	513765	559965	684280	49,16%
- Exportaciones	1075953	1140813	1002276	1047322	1349848	25,46%
Consumo Aparente	447.481	1.487.608	549.275	1.857.524	2.351.801	425,56%

Fuente: SJV

Rompiendo la tónica mostrada por la mayoría de subpartidas del grupo 84, la 84.37 crece, moderada e irregularmente, a lo largo de los últimos cinco años.

CONSUMO APARENTE PARTIDA 84.37. Máquinas para limpieza, clasificación o cribado de semillas, granos u hortalizas de vaina secas; máquinas y aparatos para la molienda o tratamiento de cereales u hortalizas de vaina secas

(Miles de SEK)

	2001	2002	2003	2004	2005	Crecimiento 2001-2005
Producción	23800	25784	26191	23209	21127	-11,23%
+ Importaciones	62482	49955	77089	42851	55066	-11,87%
- Exportaciones	52557	43633	37104	33840	36512	-30,53%
Consumo Aparente	33.725	32.106	66.176	32.220	39.681	17,66%

Fuente: SJV

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

De un análisis desagregado, por subpartidas, se desprenden diversos aspectos.

En primer lugar, resaltar que, la producción total en 2006 se ha reducido respecto a la existente en el año 2002 en casi un 9%. La evolución de la producción ha experimentado múltiples altibajos hasta alcanzar las cotas actuales.

Por partidas, en la mayoría se identifican tendencias negativas, con un único aumento significativo, el experimentado por la número 84.36. Este aumento, por tratarse de una subpartida que representa un alto porcentaje sobre el nivel total de producción dentro del sector ha compensado, en parte, los acusados descensos protagonizados por el resto de partidas. Especialmente relevante ha sido el descenso en la producción de máquinas y aparatos para la industria lechera, recogidos en la partida 8434.

Producción Suecia. Todas las PA consideradas (miles de SEK)						
PA.	2002	2003	2004	2005	2006	Variación %
8432	1166918	1163698	1135309	1110484	1197286	2,60%
8433	1533077	2437573	1635432	1147810	1207472	-21,20%
8434	2629530	2021203	1933909	1570563	1786335	-32,06%
8435*	0	0	0	0	0	0%
8436*	2170385	1037786	2344881	3017369	N/D	39,02%
8437*	25784	26191	23209	21127	N/D	-18,01%
Producción Total	7525694	6686451	7072740	6867353	4191093	-8,74%
*Producción total 2006: No datos de producción PA 8436 y 8437. Variación % partidas 8435,8435 y 8437 hasta 2006						

Fuente: SCB (Statistika Centralbyran)

En cuanto al nivel y procedencia de las importaciones, estos se recogen en tablas posteriores.

Por lo que respecta al cuadro de importaciones totales, resaltar, por un lado el tradicional posicionamiento en posiciones de privilegio de las importaciones procedentes de vecinos escandinavos como Dinamarca o Noruega.

Por otro lado al afianzamiento en la primera posición de USA y el tremendo crecimiento de las importaciones de productos chinos, también en este sector

RANKING IMPORTACIONES (Todas las partidas analizadas). (Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Alemania	404412	397620	504157	576892	566615	18,61%	40,11%
2 USA	294646	279270	325388	447059	489317	16,07%	66,07%
3 Dinamarca	360049	380263	338138	363705	392393	12,89%	8,98%
4 Italia	221515	198452	201482	278804	302793	9,95%	36,69%
5 Finlandia	232659	236971	239663	292184	261368	8,59%	12,34%
6 Noruega	169668	149969	124080	138498	187849	6,17%	10,72%

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

7	Reino Unido	168363	128081	91901	91795	99908	3,28%	-40,66%
8	Polonia	27846	44005	52010	65816	93728	3,08%	236,59%
9	Bélgica	184729	147496	79279	79279	88290	2,90%	-52,21%
10	Holanda	81385	64226	71713	57212	78262	2,57%	-3,84%
11	Francia	57188	79382	66840	68529	64807	2,13%	13,32%
12	China	4569	12512	16046	26769	40394	1,33%	784,09%
13	Lituania	23724	17931	22971	22037	22650	0,74%	-4,53%
Total Top 13		2452268	2334630	2335150	2787383	2991167	98,26%	21,98%
21	España	5553	3697	2701	3731	2727	0,09%	-50,89%
	Resto	109.758	184.816	155.931	71.308	53.058	1,74%	-51,66%
Total Importaciones		2562026	2519446	2491081	2858691	3044225		18,90%

Fuente: SCB

Tres escandinavos en las cuatro primeras plazas y el crecimiento de las importaciones chinas son los aspectos más destacables en cuanto a una subpartida, la 84.32, que en conjunto experimenta un moderado crecimiento.

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 84.32. Maquinas, aparatos y artefactos agrícolas, hortícolas o silvícolas para la preparación o el trabajo del suelo o para el cultivo, rodillos para césped o terrenos de deporte.

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Noruega	73860	67292	50407	47142	105729	23,00%	43,15%
2 Dinamarca	80160	91735	80682	102024	92232	20,06%	15,06%
3 Alemania	40553	36327	42583	42351	58489	12,72%	44,23%
4 Finlandia	27411	37644	39823	54376	57202	12,44%	108,68%
5 Lituania	20193	14398	22957	21971	22648	4,93%	12,16%
6 USA	25220	24501	19959	23486	20666	4,49%	-18,06%
7 Francia	14592	17658	13940	15036	17311	3,77%	18,63%
8 Italia	14219	12521	13105	16523	16664	3,62%	17,20%
9 Holanda	9743	8091	8163	10603	15981	3,48%	64,03%
10 Reino Unido	7760	7410	10441	12434	12923	2,81%	66,53%
11 Estonia	3568	1467	5160	6579	8550	1,86%	139,63%
12 China	170	1985	4180	4231	8278	1,80%	4769,41%
13 Polonia	4304	7418	8768	6114	6467	1,41%	N/D
14 Bélgica	2260	2182	4686	1614	3160	0,69%	39,82%
Total Top 14	324.013	330.629	324.854	364.484	446.300	97,07%	37,74%
26 España	70	661	405	211	268	0,06%	282,86%
Resto	24.826	26.320	20.539	12.685	13.463	2,93%	-45,77%
Total Importaciones	348.839	356.949	345.393	377.169	459.763		31,80%

Fuente: SCB

Aumento importante de una subpartida, la 84.33, con un peso relativo elevado.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

Destacar el firme liderazgo estadounidense y la confirmación de China como una realidad en constante crecimiento.

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 84,33. Maquinas, aparatos y artefactos de cosechar o trillar, incluidas prensas para paja o forraje; cortadoras de césped y guadañadoras, maquinas para limpieza o clasificación de huevos, frutos o demás productos agrícolas (Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 USA	258313	245111	288831	404694	442053	28,52%	71,13%
2 Alemania	281124	239400	390375	312337	298097	19,24%	6,04%
3 Italia	197237	168165	178241	254700	274421	17,71%	39,13%
4 Dinamarca	179176	189263	150511	162268	171746	11,08%	-4,15%
5 Reino Unido	138424	106988	75570	64972	80554	5,20%	-41,81%
6 Bélgica	159430	129803	60566	47097	62001	4,00%	-61,11%
7 Holanda	56522	47168	57207	42235	49737	3,21%	-12,00%
8 Francia	34239	46338	40742	45121	37494	2,42%	9,51%
9 Finlandia	57381	57078	30988	36135	29261	1,89%	-49,01%
10 Noruega	63216	33723	15490	12129	19517	1,26%	-69,13%
11 Irlanda	3580	7649	7631	9064	14960	0,97%	317,88%
12 China	3979	4433	4088	5642	12945	0,84%	225,33%
13 Austria	17774	14788	33358	10905	10866	0,70%	-38,87%
14 Polonia	5815	18121	13362	7414	8237	0,53%	41,65%
Total Top 14	1.456.210	1.308.028	1.346.960	1.414.713	1.511.889	97,56%	3,82%
26 España	583	681	968	102	298	0,02%	-48,89%
Resto	27.819	29.356	26.479	27.722	37.858	2,44%	36,09%
Total Importaciones	1.484.029	1.337.384	1.373.439	1.442.435	1.549.747		4,43%

Fuente: SCB

La partida 84.34 presenta un peso relativamente bajo dentro del total analizado. La evolución porcentual es muy positiva básicamente debido al efecto tirón efectuado sobre el resto por parte de las importaciones alemanas, que representan más de un 50% de las importaciones totales.

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 84,34. Maquinas de ordeñar y maquinas y aparatos para la industria lechera (Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Dinamarca	167339	181383	149533	152062	129884	34,43%	-22%
2 Alemania	17784	28338	16652	131021	110510	29,29%	521%
3 Polonia	14445	14678	20282	40531	64701	17,15%	348%
4 Holanda	14971	8863	6177	4063	12542	3,32%	-16%
5 China	0	1240	402	2531	8744	2,32%	N/D

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

6	Finlandia	7378	4068	6232	3172	7702	2,04%	4%
7	Francia	4648	13195	10151	5734	6288	1,67%	35%
8	Rep. Checa	4	27	2861	205	5585	1,48%	139525%
9	Indonesia	493	0	1570	723	5410	1,43%	997%
10	Australia	875	1154	255	576	4646	1,23%	431%
11	USA	6204	2002	5837	3527	2920	0,77%	-53%
12	Taiwán	0	2	15	0	2666	0,71%	N/D
13	Italia	1437	3645	2469	1784	2333	0,62%	62%
14	Estonia	857	978	1525	1680	2132	0,57%	149%
Total Top 14		236.435	259.573	223.961	347.609	366.063	97,02%	55%
28	España	0	0	276	406	39	0,01%	N/D
	Resto	20.043	12.258	11.356	11.236	11.225	2,98%	-44%
Total Importaciones		256.478	271.831	235.317	358.845	377.288		47%

Fuente: SCB

La subpartida 84.35 es, de todas las analizadas, la que presenta una menor importancia en cuanto a las cifras manejadas. Las cifras manejadas son ínfimas.

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 84,35. Prensas, estrujadoras, máquinas y aparatos análogos para la producción de vino, sidra, jugos de frutos o bebidas similares
(Miles de SEK)

		2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1	Polonia	0	0	0	364	546	49,64%	50%
2	Francia	85	114	24	100	387	35,18%	355%
3	Suiza	4	0	15	163	41	3,73%	925%
4	Italia	221	390	58	303	38	3,45%	-482%
5	USA	2	23	12	9	19	1,73%	850%
6	Argentina	0	0	0	0	17	1,55%	N/D
7	Alemania	1352	778	135	146	17	1,55%	7853%
8	Reino Unido	0	5	19	0	12	1,09%	-7853%
9	China	0	0	30	10	9	0,82%	-70%
10	Finlandia	1801	198	40	20	7	0,64%	-25629%
11	Noruega	134	46	19	51	6	0,55%	-2133%
Total Top 12		3.599	1.554	352	1.166	1.099	99,91%	-227%
España		1	1	0	0	0	0,00%	N/D
Resto		442	143	220	796	1	0,09%	N/D
Total Importaciones		4041	1697	572	1962	1100		-267%

Fuente: SCB

En la subpartida 84.36 es destacable el crecimiento de las importaciones chinas. De los ocho primeros países proveedores todos aumentan sus importaciones en el periodo analizado, con la excepción de Holanda.

La evolución de las importaciones ha sido positiva, aunque han experimentado una caída bastante significativa entre 2005 y 2006.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 84,36. Las demás máquinas para la agricultura, horticultura, silvicultura o apicultura, incluidos los germinadores con dispositivos mecánicos o térmicos incorporados y las incubadoras y criadoras avícolas
(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Finlandia	133912	134800	159599	195073	164324	27,22%	22,71%
2 Dinamarca	82385	83220	90725	79889	105634	17,50%	28,22%
3 Alemania	54190	63317	47418	80672	87862	14,55%	62,14%
4 Noruega	31778	48217	51774	78587	60847	10,08%	91,48%
5 Holanda	48828	73536	42166	27207	42262	7,00%	-13,45%
6 Irlanda	4960	11578	22002	22809	29022	4,81%	485,12%
7 USA	3781	4904	9803	15006	23028	3,81%	509,05%
8 Bélgica	22194	14932	13812	27765	22422	3,71%	1,03%
9 Polonia	3089	3783	9587	11393	13693	2,27%	343,28%
10 China	263	4854	7341	14249	10331	1,71%	3828,14%
11 Canadá	2855	1982	9341	14400	10072	1,67%	252,78%
12 Estonia	509	5316	5136	15333	8593	1,42%	1588,21%
13 Italia	6099	7922	7291	4910	8267	1,37%	35,55%
14 Reino Unido	8001	5544	1749	10123	4808	0,80%	-39,91%
Total Top 14	402844	463905	477744	597416	591165	97,93%	46,75%
17 España	3185	2353	686	2522	1681	0,28%	-47,22%
Resto	24.422	18.211	19.977	33.473	12.505	2,07%	-48,80%
Total Importaciones	427266	482116	497721	630889	603670		31,41%

Fuente: SCB

La 84.37 es una de las subpartidas con menor peso a nivel de importaciones. Estas se reducen muy ligeramente en términos reales, con una caída porcentual más llamativa.

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 84,37. Las demás máquinas para la agricultura, horticultura, silvicultura o apicultura, incluidos los germinadores con dispositivos mecánicos o térmicos incorporados y las incubadoras y criadoras avícolas
(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Dinamarca	17983	15933	16066	19524	22780	43,26%	26,68%
2 Alemania	9409	29460	6994	10365	11640	22,11%	23,71%
3 Suiza	3055	1575	1625	3948	6076	11,54%	98,89%
4 Pakistán	0	8829	1904	6506	5778	10,97%	-34,56%
5 Finlandia	4776	3183	2981	3408	2872	5,45%	-39,87%
6 Italia	2302	5809	318	584	1070	2,03%	-53,52%
7 Corea del Sur	0	0	597	0	821	1,56%	37,52%
8 USA	1126	2729	946	337	631	1,20%	-43,96%
9 España	1714	1	366	490	441	0,84%	-74,27%

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

10	Reino Unido	116	271	211	207	141	0,27%	21,55%
11	Noruega	164	414	6092	307	88	0,17%	-46,34%
12	China	157	0	5	106	87	0,17%	-44,59%
13	Polonia	193	5	11	0	84	0,16%	-56,48%
14	Francia	45	387	97	16	69	0,13%	53,33%
Total Top 11		40645	68204	38100	45676	52338	99,39%	28,77%
9	España	1714	1	366	490	441	0,84%	-74,27%
	Resto	728	1.265	539	1.715	319	0,61%	-56,18%
Total Importaciones		41373	69469	38639	47391	52657		27,27%

Fuente: SCB

Por lo que respecta a las importaciones de productos españoles, su volumen es ínfimo en comparación con las cifras barajadas por los países del Top 10. Al mismo tiempo, es necesario remarcar que la evolución es claramente negativa, con caídas superiores al 90% para el global de partidas analizadas.

Evolución Importaciones de origen español. Todas PA (miles de SEK)							
PA	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Variación 01-06
84.32	70	1	28	10	4	6	-91,42%
84.33	3	1	2	7	1	1	-66,70%
84.34	1	0	0	0	0	0	-100%
84.35	1	0	0	0	0	0	-100%
84.36	97	128	106	2	3	4	-95,80%
84.37	3	23	0	2	2	4	33,30%
Total	175	153	136	21	10	15	-91,40%

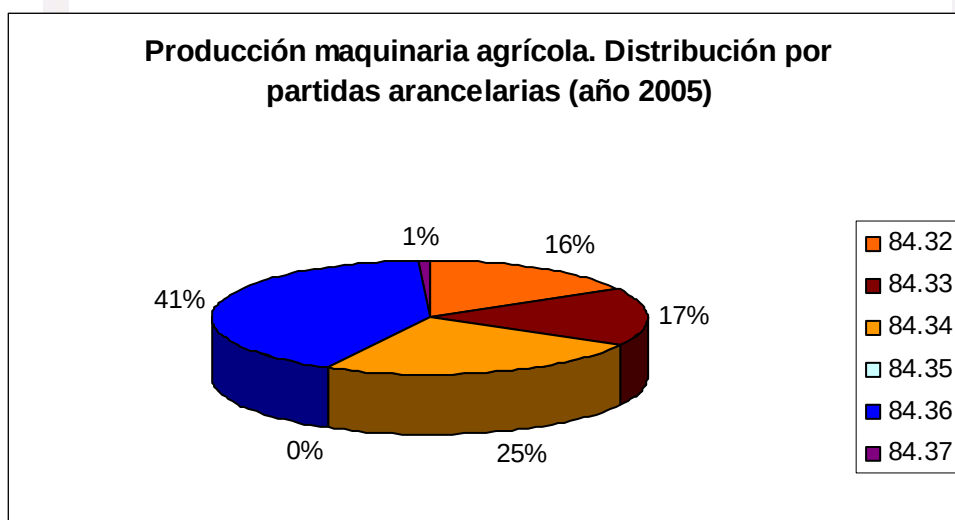
Fuente: SCB (Statistika Centralbyran)

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

El siguiente gráfico resulta ilustrativo respecto a las características de la producción sueca de maquinaria agrícola. Para facilitar el análisis es conveniente recordar que la cifra de producción de maquinaria agrícola en Suecia durante 2005 fue de 6'86 miles de millones de SEK.

La partida 84.36 absorbe casi un 50% del peso dentro del sistema productivo. Por su parte las partidas 84.32 y 84.37 tienen una importancia testimonial.



Fuente: SCB (Statistika Centralbyran)

El peso de la partida 84.36 se justifica por el intensivo proceso de fabricación de tractores realizado por Volvo AB, a través de su planta de fabricación en Eskilstuna.

2.2. Obstáculos comerciales

Suecia es miembro de la Unión Europea por lo que no existe ningún tipo de traba o reglamentación especial referente al tráfico de este tipo de productos entre este país escandinavo y los demás países de la Unión Europea.

No existirá ningún tipo de barrera al libre comercio de este tipo de máquinas siempre que estas hayan sido producidas dentro de las fronteras de la Unión.

Es requisito imprescindible, para poder vender maquinaria agrícola en Suecia, que cada unidad de productos vaya acompañada de un manual de utilización perfectamente detallado en sueco.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

Existen diferentes canales de distribución de maquinaria agrícola en Suecia, cada uno más o menos atractivo en función de la naturaleza de nuestra empresa.

Por un lado están las grandes empresas de distribución. Destaca entre estas la compañía *Lantmännen Maskin AB*. Las ventajas de introducir el producto a través de grandes distribuidores son evidentes. Por un lado de localización, pues nuestro producto está al alcance de un mayor número de clientes en un mayor número de ubicaciones. Por otro lado y específicamente en el caso de una compañía como *Lantmännen Maskin AB* porque existe una demanda relativamente inelástica, por ser esta compañía propiedad de los propios agricultores suecos. El número de agricultores que participan como propietarios de esta empresa es de 44.000.

Las ventas de los grandes distribuidores absorben más del 60% del mercado, básicamente por la trascendental influencia que sobre las cifras totales tiene *Lantmännen Maskin AB*. El proceso de distribución es simple. El distribuidor adquiere o produce sus propias máquinas y las distribuye a través de sus propios puntos de venta.

Los grandes distribuidores no sólo comercian con productos de primera mano. Aprovechándose de la dimensión de sus redes de venta a nivel nacional adquieren artículos de segunda mano a cambio de descuentos en la venta de artículos de primera.

Recientemente las grandes compañías de distribución han comenzado a utilizar internet como plataforma para la venta de sus productos. Aunque no disponemos de datos, fuentes consultadas para la elaboración del presente estudio indican que el número de ventas que absorbe dicho canal son, por el momento, bajas.

Otra alternativa interesante es la de penetrar en el mercado a través de pequeños importadores. Su número ronda los 30 y ofrecen alternativas interesantes. La principal ventaja que ofrecen estos importadores es su profundo conocimiento del mercado. Al estar además en contacto directo y continuo con los consumidores pueden servir como importante fuente informativa. Los socios suecos se muestran siempre abiertos a realizar sugerencias útiles relativas a posibles mejoras dentro de nuestro producto.

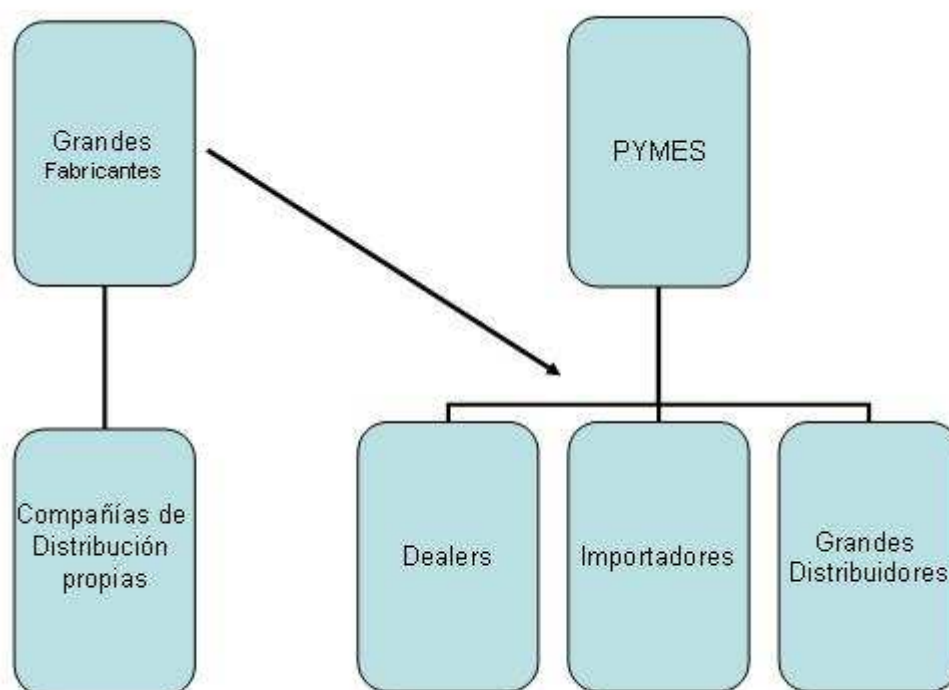
EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

Los grandes distribuidores se dedican a la distribución de todo tipo de máquinas mientras que los pequeños importadores o los dealers suelen especializarse en la distribución de artículos determinados o simplemente de componentes.

1.2. Esquema de la distribución

Los grandes fabricantes tanto nacionales como extranjeros tienen a su alcance diferentes vías de distribución para sus productos, siendo lo más habitual la creación de compañías propias de distribución, que en ocasiones recurrirán a otros grandes distribuidores, importadores o dealers.

Las pequeñas y medianas empresas tienen un abanico de posibilidades más reducido. Potencialmente cualquiera de las tres alternativas expresadas en el gráfico es viable, pero en la realidad la mayoría de las pequeñas empresas suelen recurrir a importadores, y las medianas a dealers.



1.3. Principales distribuidores

Suecia es un mercado en que una sola empresa destaca claramente por encima del resto a todos los niveles, esta empresa es *Lantmännen Maskin AB*. Sus cuotas de mercado y cifras de negocios son abrumadoras en comparación con las del resto así como su red de tiendas, talleres de reparación o centros de distribución de repuestos. *Lantmännen Maskin AB* cuenta con 90 tiendas a lo largo de todo el territorio sueco, el 80% de las cuales están ubicadas en el

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

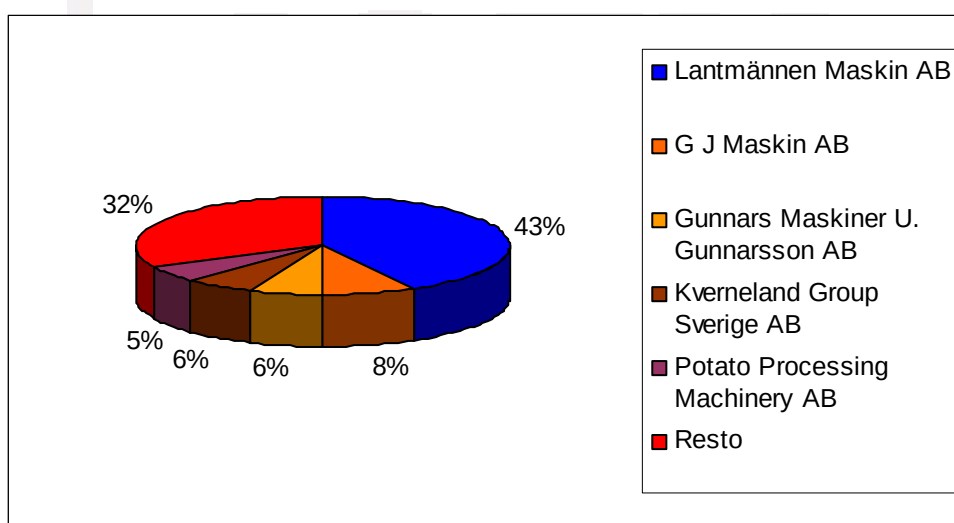
tercio sur del país, área en la que se concentra la mayor parte de la producción agrícola sueca.

Lantmännen Maskin AB es propiedad de *Lantmännen AB*, empresa propiedad de más de 44000 agricultores fundada en la década de los 60. La filial encargada de la distribución de máquinas surge en 2002 fruto de múltiples fusiones entre las empresas *Svenska Lantmännen Maskin AB*, *Lantmännen Maskinimport AB*, *Kullenbergs Maskin AB*, *Norrbottnens Lantmän* y *Valtra Traktor AB*.

Lantmännen Maskin AB cuenta con el mayor almacén de todos los países nórdicos (5000 m²) desde el que abastece a sus clientes en Suecia, Noruega y Dinamarca.

En un segundo peldaño, y a mucha diferencia a todos los niveles se posicionan distribuidores de perfil medio como *G J Maskin AB*, *Gunnars Maskiner U. Gunnarsson AB* o *Kverneland Group Sverige AB*. Su estructura es similar, contando cada una de ellas con 5 o 6 puntos de venta repartidos principalmente a lo largo de la zona sur del país. Todas ellas disponen de servicios de reparación (básico para poder competir en el mercado sueco), amplio surtido de repuestos y servicios de venta de artículos de segunda mano. Sus cifras de negocio, con leves diferencias, rondan los 15-20 millones de euros.

La distribución del mercado de maquinaria agrícola sueco es la siguiente:



Fuente: MaskinLeverantörerna

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

La estrategia recomendable varía en función de la naturaleza de la empresa.

Por lo que respecta a las empresas extranjeras de gran tamaño la estrategia de penetración es recurrente a largo plazo y consiste en la creación de una estructura propia de distribución. Los costes son más elevados, pero el nivel de control sobre todo el proceso es máximo, algo

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

importante, tratándose el sueco de un mercado altamente complejo y competitivo. Los márgenes sobre el precio de venta final pueden incrementarse entre un 18 y un 25% si se sigue este proceso de distribución.

Por lo que respecta a las empresas de un tamaño medio se recomienda la penetración a través de dealers. De esta forma se incurre en menores gastos que en el caso anterior, aunque mayores que si se recurre a los importadores. El grado de control del proceso de penetración es alto. Los dealers además son profesionales que conocen el mercado a la perfección lo que resulta útil también para obtener información útil y de primera mano relativa a nuestros productos y posibles mejoras a introducir.

Para las empresas pequeñas lo más recomendable es la penetración de la mano de un importador. Si bien el grado de control sobre las actividades de este es reducido, los costes en los que incurre la empresa productora son mínimos. Los importadores además, al concentrarse en la distribución de productos relativamente específicos disfrutarán de un alto grado de conocimiento del mercado en que desarrollan su actividad.

2.2. Estrategias para el contacto comercial

Cuando se toma la decisión de penetrar en el mercado sueco es necesario que se haga de manera decidida. No se puede dudar ni transmitir dudas a los potenciales socios comerciales.

Para los suecos una comunicación fluida y sobre todo la sinceridad son básicas a la hora de hacer negocios. El importador o dealer local va a exigir total transparencia en cuanto a la información que le suministremos y si no cumplimos difícilmente podremos establecer ningún tipo de relación comercial.

La economía sueca es bastante abierta. Los actores que participan en ella se muestran siempre dispuestos a conocer nuevos productos y a establecer contactos con potenciales nuevos socios, siempre que los precios de los productos ofrecidos se adapten a los cánones del mercado.

Los directivos suecos están acostumbrados a negociar con compañías extranjeras.

En cierta contradicción con lo anterior los suecos se muestran altamente reticentes a cambiar de proveedores. Ello constituye inicialmente una importante traba pero, una vez se ha conseguido establecer relaciones comerciales, pasará a ser una de las nuestras mayores ventajas.

Además dentro del sector agrícola, a pesar de que el uso del inglés está totalmente difundido a todos los niveles, es recomendable el contar con representantes capaces de hablar sueco. Ello dará mayor fiabilidad a nuestras propuestas ante la otra parte.

A la hora de establecer el contacto con la otra parte los procedimientos a seguir pueden ser diversos. Por un lado a través de asociaciones de importadores o distribuidores, como *Mas-kinLeverantörerna*, obteniendo asesoramiento acerca de los distintos miembros y datos de contacto. A partir de ahí lo habitual es intentar contactar con las empresas que puedan adaptarse mejor a nuestras características para dar a conocer nuestro producto e intentar concertar entrevistas cara a cara.

Otro procedimiento altamente recomendable es acudir a ferias, en las que se puede mostrar el producto al mismo tiempo a multitud de potenciales socios. De esta manera los contactos se establecen de una manera más directa y se puede acelerar todo el proceso.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

A lo largo de la última fase del proceso de negociación es habitual que la otra parte se desplace a las instalaciones del productor para comprobar las características del producto y el desarrollo de todo el proceso productivo.

2.3. Condiciones de acceso

La legislación sueca no impone ningún tipo de trabas al comercio para la maquinaria procedente de países miembros de la Unión Europea. Como único requisito especial decir que, al tratarse de productos de uso relativamente complejo, la legislación vigente obliga al productor a adjuntar un manual de instrucciones en sueco.

Los factores de carácter medioambiental cobran cada vez un mayor peso dentro de las estrategias competitivas de este tipo de productos. Por ello, el acceso al mercado será más asequible en la medida en que la maquinaria sea capaz de maximizar la relación eficiencia-respeto medioambiental.

Si bien el comprador sueco se preocupa por el precio, lo hace mucho más por la eficiencia del servicio post-venta. Será básico que nuestra empresa sea capaz de asegurar a su socio sueco la disponibilidad de piezas de recambio de la calidad acordada en la cantidad y estado pactados. El disponer de un buen servicio post-venta dará a una empresa carta blanca para aumentar sustancialmente sus márgenes sobre el precio final de venta.

Por otro lado, no es inhabitual que los distribuidores exijan la firma de cláusulas de exclusividad. Normalmente será una de las condiciones que se intentarán discutir a lo largo del proceso de negociación.

2.4. Condiciones de suministro

La puntualidad es un factor clave cuando se hacen negocios en un país como Suecia. No se trata únicamente de una cuestión de respeto sino también de imagen, profesionalidad y credibilidad. Si bien ante ciertos aspectos los suecos pueden mostrar cierta flexibilidad la puntualidad no es uno de ellos. Que un producto pueda llegar fuera de tiempo significará, en un porcentaje altísimo de los casos, la pérdida de una oportunidad de negocio.

Si bien lo anteriormente expuesto es extrapolable a cualquier tipo de relación comercial relativa a cualquier tipo de producto en Suecia, en el caso del sector de la maquinaria agrícola alcanza una importancia capital. La razón es que las temporadas de cultivo son cortas y el hecho de que se pierdan dos o tres días condiciona mucho la producción e ingresos futuros. Otro motivo es que al tratarse de productos voluminosos el stock es caro de mantener, con lo que los importadores y distribuidores intentan reducir los tiempos de almacenaje al máximo.

La frecuencia con la que se realizan los pedidos varía en función del tipo de máquina. En el caso de las máquinas de recogida de cosecha los pedidos suelen efectuarse en dos tandas durante el año. Otros productos como los tractores, máquinas para el tratamiento de huevos u ordeñadoras son susceptibles de ser demandadas múltiples veces en un mismo año.

La temporada de pedidos suele concentrarse entre enero y abril, justo antes de la estación estival.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

La puntualidad a la hora de entregar los componentes adicionales o los repuestos es si cabe más importante todavía que a la hora de entregar el producto final. En Suecia tan importante o más que el producto es que exista un network adecuado a todos los niveles por parte de la empresa. Si el servicio post-venta es malo, a largo plazo, el producto no se hará con un nicho dentro del mercado.

Es habitual que cuando un producto llega con retraso la otra parte solicite un descuento sobre el precio inicialmente negociado. No es tan habitual que se cancele el pedido.

Por otra parte, muchas veces los importadores y los dealers pueden pedir prototipos o muestras de algún componente o producto, aunque no es del todo habitual. Generalmente suelen tener un conocimiento previo del producto, bien porque lo han visto en alguna feria bien porque lo han observado in situ en las instalaciones de su socio.

Por lo que respecta a las condiciones de pago, generalmente suele efectuarse 30 días después de la entrega, con excepciones, en función del poder de negociación de cada una de las partes

2.5. Promoción y publicidad

Los procedimientos utilizados para la promoción de maquinaria agrícola en Suecia son múltiples.

El más recurrente y a la vez el más útil a la hora de dar una mayor difusión a los productos es el de acudir a ferias especializadas. Al tratarse de productos muy específicos, tanto los importadores, distribuidores o dealers así como los clientes finales suelen acudir a las ferias para poder observar de primera mano las novedades existentes dentro del sector así como nuevas marcas.

Cuando se acude a una feria es siempre recomendable el participar en actos de demostración y shows para profesionales. Este tipo de espectáculos implican un gasto mayor para el expositor, pero según las fuentes consultadas constituyen el instrumento de promoción más eficiente.

Otro procedimiento de promoción igualmente utilizado consiste en la emisión de catálogos propios de carácter anual por parte de las empresas participantes en el sector. Este instrumento es habitualmente utilizado por las empresas más potentes dentro del sector.

Por último, la habitual promoción a través de revistas especializadas como (*Husdjur*, *The Farmer* o *The Farmer Advertising Journal*) o la prensa escrita de regiones de marcado carácter agrícola constituye un instrumento relativamente útil.

2.6. Tendencias de la distribución

Las empresas suecas de maquinaria agrícola no suelen buscar asociaciones con el fin de penetrar en otros mercados. La mayor parte de la exportación de este tipo de maquinaria se produce a vecinos nórdicos como Noruega o Dinamarca, con lo que la dificultad de la tarea no es lo suficientemente alta como para forzar uniones de ningún tipo.

La mayor parte de las empresas y centros de distribución de maquinaria se concentran en el tercio sur del país, la zona en la que se realizan la mayoría de los cultivos. En menor medida, y por ser la capital, Estocolmo es un punto relativamente importante de distribución.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. EVALUACIÓN DEL VOLUMEN DE LA DEMANDA

1.1. Crecimiento esperado

La demanda de maquinaria agrícola lleva creciendo varios lustros y se espera que la tendencia no varíe, por lo menos hasta el año 2010.

Las causas son múltiples y entre ellas las más importantes son las siguientes:

Por un lado el elevado coste de la mano de obra agrícola sueca.

El número total de trabajadores dentro del sector agrícola en Suecia ronda las 175.000 unidades. A pesar de que el número de trabajadores dentro del sector ha aumentado entre 2003 y 2006 en un 3'5% existen indicios que parecen apuntar hacia el inicio de una etapa de crecimiento negativo en los próximos años.

Los costes en concepto de salarios resultan elevadísimos para los propietarios de las explotaciones y ejercen una presión asfixiante hacia la reducción del número de trabajadores y su sustitución por factor capital. La intensidad de factor capital aumentará progresivamente.

Otro factor importante, y que se espera empuje al alza la demanda de maquinaria agrícola es el crecimiento del mercado lácteo a nivel mundial. Al continuo incremento de consumo de leche experimentado por Europa durante los últimos años se ha unido la creciente demanda proveniente de potencias emergentes como China, Rusia o India.

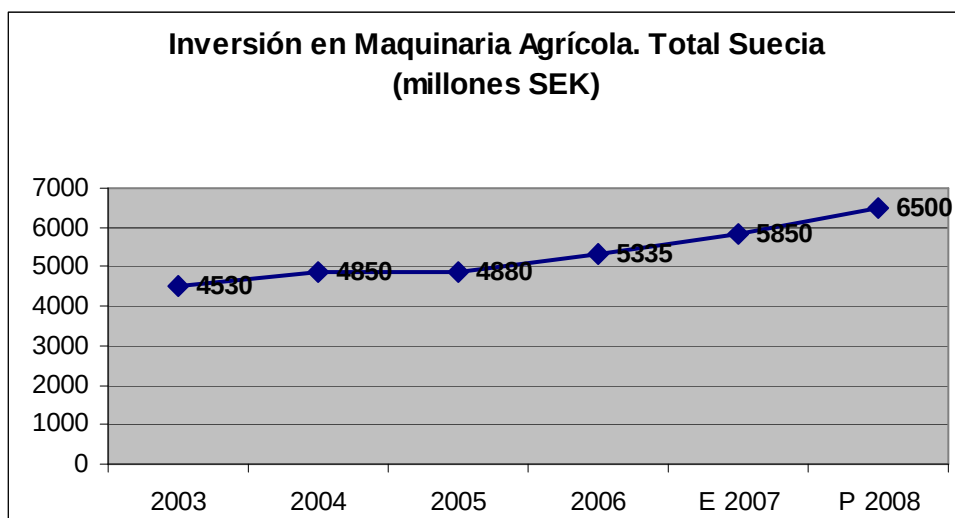
Fruto de los aumentos en la demanda y el consiguiente aumento de precios se espera un crecimiento dentro del sector que indudablemente redundará, como viene siendo normal en Suecia, en una mayor demanda de maquinaria y la consiguiente sustitución de mano de obra.

El cambio climático también entra en escena dentro de nuestro análisis. La leve suavización de las temperaturas y el aumento de los días de sol parecen haber favorecido al cultivo de cereales, colza y hortalizas. La relativa situación de bonanza dentro de los citados sectores empujará a una mayor demanda de maquinaria por parte de los agricultores.

Las estimaciones hechas por asociaciones y empresas del sector esperan que durante el año 2007 se alcance un nivel de inversión que roce los 5900 millones de coronas suecas. Las expectativas para 2008 son todavía más halagüeñas, y cifran la futura inversión en torno a los

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

6500 millones de coronas suecas. En la gráfica inferior se pueden apreciar con claridad los niveles de inversión actuales y esperados para la maquinaria agrícola en Suecia.



Fuente: MaskinLeverantörerna

1.2. Tendencias industriales

Una de las obsesiones de los productores es el conseguir aumentar la productividad a toda costa. Los altos costes en mano de obra empujan a los dueños de las explotaciones a utilizar menos personas, para compensar esta reducción de la fuerza de trabajo los agricultores exigen máquinas que garanticen mayores niveles de productividad.

De forma más concreta las innovaciones en los últimos años se están centrando en la fabricación de máquinas que obliguen a realizar un menor número de pasadas a la hora de arar el terreno cultivable.

También se está llevando a cabo la fabricación de artículos capaces de arar y sembrar al mismo tiempo, lo cual permite reducir el número de horas necesarias para acondicionar el área de labranza.

Otro aspecto en boga durante los últimos años ha sido la necesidad de desarrollar tractores más seguros que permitan evitar accidentes viales.

1.3. Tendencias tecnológicas

La pretensión es la de centrarse en el desarrollo de productos muy automatizados que permitan simplificar la tarea del usuario de la máquina con la finalidad de aumentar la eficiencia. La tecnología electrónica está en auge.

1.4. Tendencias medioambientales

El sueco es un pueblo altamente concienciado respecto a la necesidad de respetar el medio ambiente y la naturaleza. De todos modos es necesario reconocer que la mayor parte de las innovaciones introducidas a nivel de maquinaria agrícola desde el punto de vista medioam-

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

biental responden más a la pretensión de reducir costes que a la de minimizar el impacto de la maquinaria sobre el entorno.

Sin llegar a ser un factor que a día de hoy condicione determinadamente la demanda, los clientes finales exigen el cumplimiento de todas y cada una de las regulaciones medioambientales vigentes. Cada vez más, el respeto del medioambiente se está convirtiendo en un importante argumento de venta dentro del sector.

La reducción en cuanto al consumo de gasolina es la obsesión número uno. Los precios del petróleo no paran de subir y se esperan incrementos mayores. La repercusión de esta espiral inflacionista sobre los costes de producción agrícolas es evidente. A fin de minimizar estos costes los productores trabajan activamente en el desarrollo de máquinas con menores niveles de consumo.

Se están también centrando importantes esfuerzos en el desarrollo de máquinas mucho menos ruidosas que las utilizadas hasta ahora.

2. ESTRUCTURA DEL MERCADO

Las posiciones dentro del mercado son relativamente fijas.

Los grandes distribuidores absorben más del 60% de las ventas, con oscilaciones mínimas de un año a otro. Esta estabilidad en sus cuotas está cimentada principalmente en que son ellos los que llevan la voz cantante en cuanto a la distribución de los tractores, cuyas ventas representan más de un 50% del total de la maquinaria agrícola desde hace 20 años.

Los importadores mantienen también posiciones estables, gracias a su especialización en ciertos tipos de máquinas o de componentes.

Si alguien está experimentando un cierto cambio, esos no son otros que los dealers, con cuotas de mercado y tamaños cada vez mayores. Sus cifras de negocios han aumentado recientemente hasta superar el montante, de manera agregada, de los 200 millones de coronas suecas.

Gran parte del crecimiento de los dealers se debe a que están siendo capaces de hacerse con nichos del mercado antiguamente ocupados por grandes distribuidores que ahora estos han dejado de lado, principalmente en lo que respecta a componentes de maquinaria.

3. FACTORES ASOCIADOS A LA DECISIÓN DE COMPRA

Los dos factores que condicionan en mayor medida la decisión de compra son el precio y el servicio post-venta.

Con respecto al precio, se puede decir que es una condición necesaria pero no suficiente, en el sentido de que un precio correcto no garantiza las ventas de un cierto tipo de maquinaria. Es, eso sí, es un factor altamente tenido en cuenta por parte del comprador final e intermedio.

La calidad del servicio post-venta sí puede considerarse en parte una condición suficiente, en el sentido de que nos dará carta blanca para cargar márgenes más altos sin menoscabo de que ello incida en nuestro nivel de ventas de forma significativa. Será básico para el éxito del

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN SUECIA

negocio que los repuestos estén disponibles en tiempo y de forma correcta a disposición del cliente.

4. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La maquinaria agrícola española no es muy conocida en el mercado sueco, y esta puede ser en parte una de las razones que expliquen la relativamente negativa imagen del producto español en tierras escandinavas.

El adjetivo que más a menudo se ha dejado sentir en las conversaciones con profesionales del sector para la elaboración del presente estudio de mercado es *sospechoso*. Existe una imagen de no seriedad en la entrega de las mercancías y de cierta incapacidad tecnológica, que por otro lado se reduce con el paso del tiempo.

En todo caso las fuentes consultadas dentro de la industria han indicado que el profesional sueco está siempre abierto a la adquisición de cualquier tipo de maquinaria, independientemente de su origen, y siempre que se trate de un producto de calidad.

ICEX