

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2012

Guía de Mercado

Suecia



prom
perú

Contenido

1. Información General
2. Situación económica y de coyuntura
 - 2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas
 - 2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos
 - 2.3. Nivel de Competitividad
3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios
 - 3.1. Intercambio Comercial de Suecia con el Mundo
 - 3.2. Intercambio Comercial de Suecia con el Perú
4. Acceso al Mercado
 - 4.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias
 - 4.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio
 - 4.3. Distribución y Transporte de Mercaderías
5. Oportunidades Comerciales
 - 5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales
 - 5.2. Productos con Potencial Exportador
6. Tendencias del Consumidor
7. Cultura de Negocios
8. Contactos de Interés
9. Eventos Comerciales
10. Bibliografía

Resumen ejecutivo

El Reino de Suecia está situado en el norte de Europa y forma parte de la península escandinava, es el tercer país más grande de la Unión Europea y limita al noroeste con Noruega, al sureste con el Mar Báltico y al noreste con Finlandia.

La edad mediana es de 42 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0.16%. La esperanza de vida es de 81 años y el 87% de la población cree en el Luteranismo, mientras que el 13% restante esta compuesto por católicos, ortodoxos, musulmanes, judíos y los seguidores de buda.

La economía sueca se ha recuperado rápidamente, luego de la crisis el crecimiento fue 6.1% en 2010 y 3.9% en 2011. Factores como una política fiscal expansiva, incremento de la demanda externa en períodos de crisis aguda y el aumento de la producción, influyeron de manera positiva. Por otro lado, las bajas tasas de interés, recorte de impuestos y otras medidas elevaron el consumo interno en 2.1%. Se espera que en 2012 el aumento esté alrededor de 1.7%. Asimismo, en 2011 la producción de los sectores comercio y manufacturas sobrepasaron los niveles previos a la crisis.

A finales de los 80 y principios de los 90 el gobierno sueco adoptó una serie de medidas con el fin de liberalizar el mercado. La eliminación del control de cambios, reforma fiscal, disminución de restricciones concernientes a la participación extranjera en el sector financiero y a las fusiones y adquisiciones de empresas suecas son algunos ejemplos. A partir del 1 de enero de 1995, se aplicaron íntegramente las normas de la Unión Europea sobre libre circulación de capitales y derecho de establecimiento.

Existe un régimen de arancel común desde 1995 (inclusión del país a la Unión Europea). Las restricciones de cantidad o aquellas relacionadas a licencias no se aplican a mercancías originarias en los países miembros. Tampoco se aplican a mercancías de terceros países que se encuentren en libre tránsito en los Estados miembros.

El comercio electrónico y las tele-ventas son muy difundidas en el país. Según la asociación sueca de venta a distancia, el 75% de las ventas corresponde a textiles. Los suecos prefieren ordenar vía teléfono (55%) aunque las compras vía internet está aumentando de manera considerable (32%). Los productos más comercializados vía internet son los CDs, DVDs, videojuegos y libros.

Aproximadamente el 64% del transporte de bienes domésticos se realiza vía carretera y el 36% se realiza vía tren. La mayoría del comercio internacional se da por vía marítima. Los principales puertos del país son Estocolmo, Göteborg y Trelleborg

El consumidor sueco está dispuesto a pagar un precio elevado en productos que conlleven a una buena alimentación y que influyan directamente al bienestar. Además, se ha incrementado la demanda de productos orgánicos ya que se ha interiorizado que una alimentación de alta calidad es la mejor medida contra las enfermedades.

El estilo de comunicación de los suecos tiende a ser literal y directo. La noción de igualdad es muy importante en la cultura sueca y se tiende al consenso en la mayoría de decisiones. Por lo tanto, es de esperar un proceso lento en la toma de decisiones. El comportamiento promedio de los suecos puede ser descrito como tímido, reservado y tranquilo; no obstante, se piensa que tienen un comportamiento frío y no amigable, prefieren que su vida personal y pública no se relacione en absoluto, por ello, parecen desinteresados y distantes cuando en realidad es una manifestación de su comportamiento reservado.



1. Información general

El reino de Suecia está situado en el norte de Europa y forma parte de la península escandinava. Es el tercer país más grande de la Unión Europea. Limita al noroeste con Noruega, al sur este con el Mar Báltico y al noreste con Finlandia.

La población estimada actual es de aproximadamente 9 millones de personas con una densidad demográfica de 22 habitantes por km².

En cuanto a la distribución de la población por edad se observa que el 15.4% son menores de 14 años, el 64.8% se encuentra entre 15 y 64 años y el 19.7% tiene más de 65 años. Además, el 80% vive en el sur del país.

Suecia posee un área de 450,295 km², similar a la suma de las áreas de los departamentos de Loreto y Ucayali. La superficie peruana es aproximadamente 2.9 superior, y su población es aproximadamente la tercera parte de la peruana.

El 85% de la población se encuentra en la zona urbana. Estocolmo, la capital, es la ciudad más poblada (829,417 habitantes). Además es el centro político, económico y cultural del país.

A diciembre de 2009, las ciudades más importantes según la población eran las siguientes: Gotemburgo 507.330 habitantes, Malmö 293.909, Uppsala 194.751 y Linköping 144.690 habitantes. Otras ciudades importantes son Västerås (135.936 h.), Örebro (134.006 h.), Norrköping

(129.254 h.), Helsingborg (128.359 h.), Jönköping (126.331) y Umeå (114.075 h.).

La edad mediana es de 42 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0.16%. En promedio, la distribución entre hombres y mujeres es casi la misma. La esperanza de vida es de 81 años. El 87% de la población cree en el Luteranismo, mientras el 13% restante esta compuesto por católicos, ortodoxos, musulmanes, judíos y los seguidores de buda.

El idioma oficial es el sueco pero también se reconocen las siguientes minorías lingüísticas: el finés, el meänkieli, el sami, el romaní y el yidis. El inglés es la lengua extranjera de mayor uso.

2. Situación económica y de coyuntura

La economía sueca se ha recuperado rápidamente, luego de la crisis el crecimiento fue 5.9% en 2010 y 4.0% en 2011. Factores como una política fiscal expansiva, incremento de la demanda externa en períodos de crisis aguda y el aumento de la producción, influyeron de manera positiva.

Por otro lado, las bajas tasas de interés, recorte de impuestos y otras medidas elevaron el consumo interno en 2.1%. Se espera que en 2012 el aumento esté alrededor de 1.7%. Asimismo, en 2011 la producción de los sectores comercio y manufacturas sobrepasaron los niveles previos a la crisis.

2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

La crisis internacional empujó al país a una severa recesión. Para contrarrestar el efecto de una reducción del consumo interno el gobierno lazo un paquete económico de 1 billón de dólares a finales del año 2008. Dicho monto se destinó a gasto en infraestructura e inversión en capital humano.

La tasa de crecimiento del PBI fue positiva en 2011, sin embargo, el nivel de desempleo se intensificó con la crisis y alcanzó al 7.5%. Los datos del PBI per cápita muestran un crecimiento de aproximadamente 15.6%. Dicho valor superó el nivel de pre crisis en el último año.

Cuadro 1: Suecia
Evolución de los indicadores macroeconómicos
2006 – 2010

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011
PBI (variación %)	3.4	-0.8	-5.0	5.9	4.0
PBI Per cápita (US\$)	50,993.53	53,100.72	44,018.20	49,844.85	57,638.23
Desempleo (variación %)	6.1	6.2	8.3	8.4	7.5
Inflación (variación %)	2.2	3.4	-0.5	1.2	3.0

Fuente: World Economic Outlook, FMI

- **Tipo de cambio**

La unidad monetaria es la Corona Sueca. Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto¹.

Mid-market rates: 2012-11-22 18:26 UTC

1.00 USD = 6.68499 SEK
US Dollar Swedish Krona
 1 USD = 6.68499 SEK 1 SEK = 0.149589 USD

¹ Para mayor información: www.xe.com

Mid-market rates: 2012-11-22 18:27 UTC

1.00 SEK = 0.388654 PEN
Swedish Krona Peruvian Nuevo Sol
1 SEK = 0.388654 PEN 1 PEN = 2.57299 SEK

- **Inversión extranjera**

A inicios de los años noventa, la liberalización de las inversiones extranjeras en Suecia se fue alcanzando gradualmente. A partir del 1 de enero de 1995, se aplican íntegramente las normas de la Unión Europea sobre libre circulación de capitales y derecho de establecimiento.

A finales de los 80 y principios de los 90 el gobierno sueco adoptó una serie de medidas con el fin de liberalizar el mercado. La eliminación del control de cambios, reforma fiscal, disminución de restricciones concernientes a la participación extranjera en el sector financiero y a las fusiones y adquisiciones de empresas suecas son algunos ejemplos.

No se elaboró una ley específica relativa a la Inversión Extranjera Directa (IED). Desde entonces Suecia aplica el principio de no discriminación de manera unilateral. Como consecuencia de los acuerdos internacionales firmados con organizaciones internacionales, como la Unión Europea y la Organización Mundial de Comercio, se aplica un mismo trato para las inversiones europeas en general. Todas las empresas deben cumplir los mismos requisitos que las empresas suecas y estarán bajo la normativa del país.

2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

- **Agrícola**

Suecia es uno de los países más grandes de la Unión Europea (tercera posición). El clima y el tipo de terreno reducen la cantidad de tierra óptima para los cultivos. Solamente el 10% del territorio sueco se emplea para labores agrícolas. En el sur del país se concentran las granjas y las áreas dedicadas a la agricultura.

Al igual que en los países vecinos, las tierras destinadas a la agricultura y ganadería se han reducido en los últimos años. Para asegurar la autosuficiencia alimentaria, el gobierno sueco creó un sistema de subsidios que se sumó a una política proteccionista. Sin embargo, el sector agrícola solo representa el 2% del PBI. Cabe resaltar que, debido a la alta productividad, se satisface aproximadamente el 80% de la demanda local.

Por otro lado, cabe destacar que el 52% del país es bosque (22,9 millones de hectáreas). El sector forestal representa aproximadamente el 4% del PBI y el 13% del total de las exportaciones.

- **Industrial**

Suecia es el principal productor de uranio en Europa. Posee el 80% de las reservas (EU-25), oro (36,9%) y hierro (89,4%). Es el segundo productor europeo de zinc (26,9%) y plomo (36,3%) después de Irlanda. También es el tercer productor europeo de cobre (12%) después de Polonia y Portugal. A pesar de esto la minería aporta solo el 1% en la producción industrial total.

Durante la década de los noventa, Suecia paso por un proceso intenso de cambio tecnológico debido al aumento en áreas de investigación y desarrollo. Como consecuencia, se reemplazaron industrias tradicionales que mantenían bajos niveles de transformación. La industria del acero se vio afectada y los astilleros desaparecieron. Sin embargo, empresas como Volvo, ABB, Scania, SKF o Electrolux se han posicionado a nivel mundial por su alta tecnología.

El sector automovilístico es una de las industrias más importantes. Sin embargo, el sector de Tecnología de información y Telecomunicaciones se ha posicionado como el principal sector del país desde finales de los años noventa. Destacan mundialmente en investigación de tecnología móvil, software, electrónica, servicios telemáticos, etc.

2.3 Nivel de Competitividad

En el Cuadro N° 2 se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business* (Facilidad de hacer negocios entre 185 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Suecia y demás economías similares. El Perú se encuentra en la posición 43° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Suecia se encuentra en la posición 8°. Perú subió se mantuvo en la misma posición con respecto al año anterior pero mejoró en el manejo de permiso de construcción (subió 18 posiciones) y en la protección a los inversores (mejoró 4 posiciones).

Por otro lado, Suecia subió cinco posiciones. La única categoría en la que registró un aumento fue en pago de impuestos (2 posiciones).

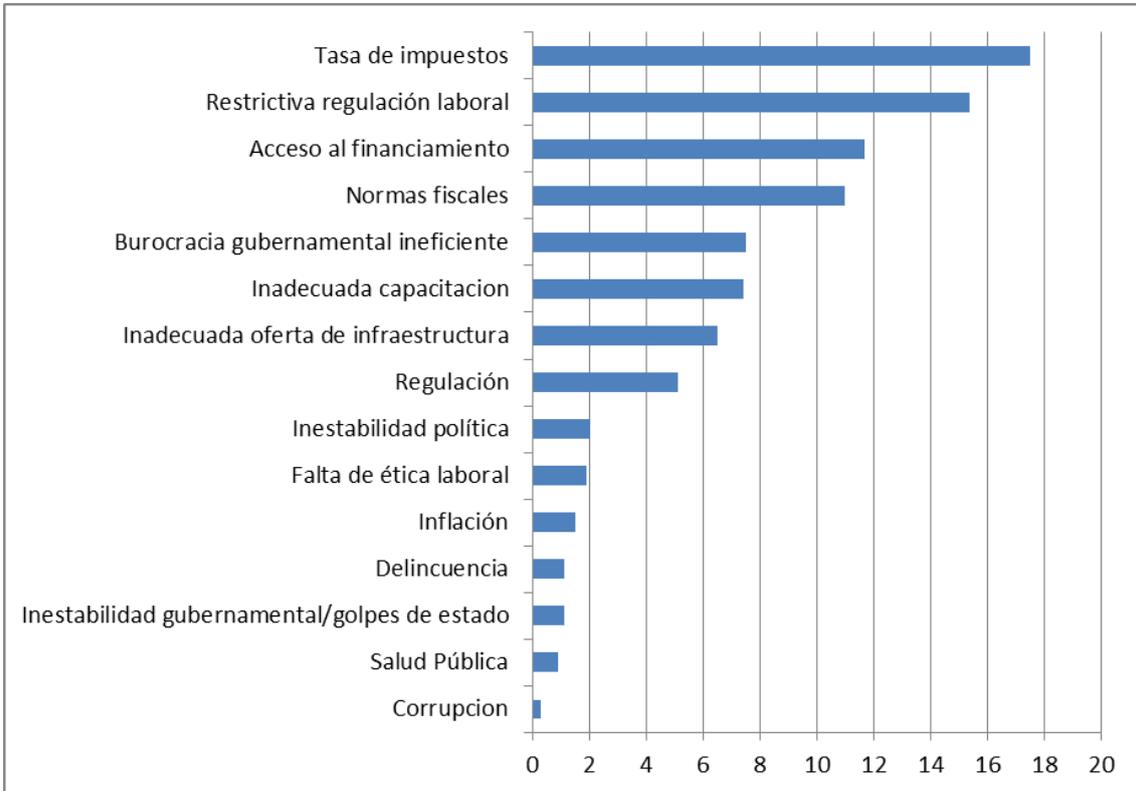
Cuadro 2: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2012

Criterios	Suecia	Perú	Dinamarca	Noruega	Alemania	Colombia	Chile
Facilidad de hacer negocios	8	43	5	7	18	44	33
Apertura de un negocio	47	53	30	38	100	65	27
Manejo permiso de construcción	23	104	8	55	12	26	84
Registro de propiedades	18	21	10	7	76	53	54
Obtención de crédito	38	23	23	67	23	67	52
Protección de los inversores	29	17	29	24	98	6	29
Pago de impuestos	40	87	14	18	88	99	35
Comercio transfronterizo	8	58	6	14	11	91	44
Cumplimiento de contratos	27	115	33	5	6	151	68
Cierre de una empresa	20	106	9	4	12	19	89

Fuente: Doing Business 2012. Banco Mundial

En el gráfico N° 1 se observa claramente que los dos principales problemas para hacer negocios en Suecia son los impuestos y la regulación laboral. Las normas fiscales se ubican en el tercer lugar.

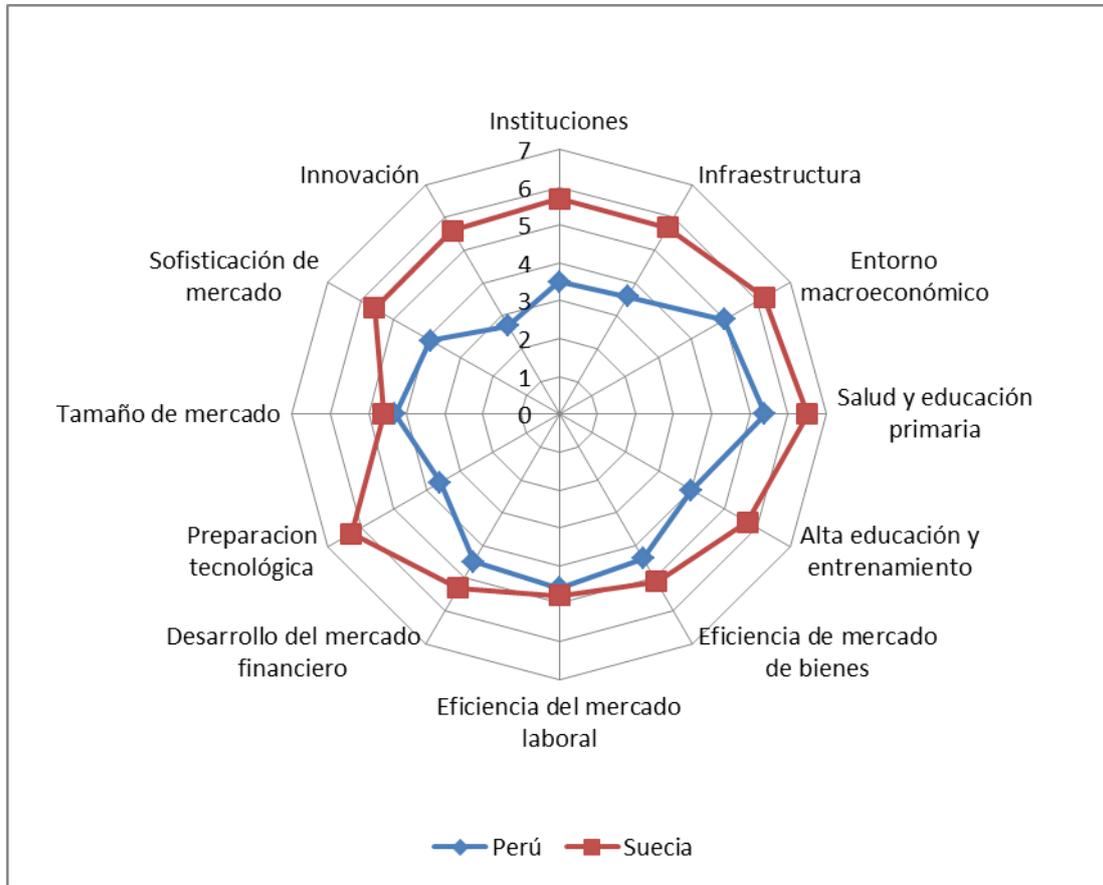
Gráfico 1: Factores problema para hacer negocios



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2011-2012
 Elaboración: PROMPERU

En el ranking general de competitividad entre 142 países analizados, Suecia ocupa el puesto 3 y Perú, el puesto 67, ambos países obtuvieron 5.6 y 4.2 puntos respectivamente. Sin embargo cabe destacar que ambos países no se encuentran en el mismo nivel de desarrollo. Suecia se encuentra en el tercer estado de desarrollo mientras que Perú se ubica en el segundo estado, según el último reporte de competitividad global 2011-2012 (World Economic Forum). Ello implica que tanto la estrategia como las políticas a utilizar serán diferentes ya que se deben cumplir etapas y procesos.

Gráfico 2: Índice de Competitividad Global



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2011-2012
 Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la metodología utilizada, se debe desarrollar la eficiencia en los procesos de producción y calidad del producto para avanzar al siguiente nivel de desarrollo en el caso de Perú. Para aumentar la competitividad, en este segundo estado, se debe enfatizar en mejorar el nivel de educación y entrenamiento laboral así como el desarrollo del mercado financiero, la eficiencia de mercado de bienes, la implementación de nuevas tecnologías e incrementar la participación en nuevos mercados.

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1 Intercambio Comercial de Suecia con el Mundo

El monto total de las exportaciones suecas, se situó en US\$ 158,654 millones, monto 21.1 % superior al año anterior. En 2010, las exportaciones de Suecia cerraron en US\$ 131,056 millones.

Las importaciones se situaron en US\$ 176.088 millones durante el 2011. Dicho monto representó un aumento de 23.4% con respecto al 2010. Ni las exportaciones, ni las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en 2008.

En 2011, la balanza comercial de Suecia tuvo un saldo positivo de US\$ 11,138 millones. Se observa que la diferencia entre exportaciones e importaciones disminuyó ligeramente debido a un mayor dinamismo de las importaciones.

El intercambio comercial de Suecia con el mundo sumó US\$ 363.315 millones en 2011, lo que representó un aumento de 18.1% con respecto al año previo pero tampoco se llegó a superar los niveles de pre crisis financiera. Se observa una ligera tendencia creciente al igual que las exportaciones e importaciones.

Cuadro 3: Intercambio Comercial de Suecia
En millones de US\$

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	147,911	169,026	183,946	131,056	158,654	1.8	21.1
Importaciones	153.252	168.563	120.061	148.960	176.088	3.8	23.4
Balanza Comercial	15.593	14.830	10.879	9.613	11.138	—	—
Intercambio Comercial	322.096	351.956	251.000	307.532	363.315	3.1	18.1

Fuente: World Trade Atlas - CIA

En el 2010, los cinco principales destinos de las exportaciones suecas fueron Noruega (9.6%), Alemania (9.4%), Reino Unido (6.8%), Estados Unidos (6.1%), y Dinamarca (6.0%). Los cuatro principales mercados de destino representaron poco más de la tercera parte del total exportado.

Como se observa en el cuadro 4, las exportaciones en general disminuyeron, entre 2008 y 2009, debido a la crisis internacional. Cabe destacar que, de los principales países que se muestran en el cuadro 5, solo cinco países mostraron una variación superior al 20% en el período 2010-2011: Rusia (34.6%), Reino Unido (24.6%), Alemania (20.1%) y Finlandia (20.0%).

**Cuadro 4: Principales destinos de las exportaciones de Suecia
(Millones de US\$)**

Países destino	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2011/2010
Noruega	17.666	19.084	13.358	15.246	17.981	17.94
Alemania	15.907	17.471	13.828	15.623	17.520	12.14
Reino Unido	12.100	13.486	9.734	11.475	12.800	11.55
Estados Unidos	12.466	13.580	9.618	10.306	11.446	11.06
Dinamarca	10.561	11.629	8.431	9.655	11.308	17.12
Finlandia	12.832	12.111	8.382	11.129	11.131	0.02
Francia	8.538	9.396	6.122	7.534	9.027	19.81
Holanda	8.456	9.017	6.668	7.598	8.436	11.03
Bélgica	7.753	7.998	4.807	6.212	8.003	28.83
China	0.035	0.169	0.163	4.721	6.822	44.50
Italia	3.291	3.991	4.115	4.861	6.062	24.71
Polonia	4.128	4.631	3.312	3.994	4.818	20.64
Otros países	55.328	61.317	42.577	50.057	61.825	23.51
Total	169.061	183.881	131.116	158.411	187.179	18.16

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: PROMPERU

**Cuadro 5: Principales proveedores de Suecia
(Millones de US\$)**

Proveedores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2011/2010
Alemania	27.986	29.876	21.473	26.758	32.128	20.07
Noruega	13.018	14.962	10.823	12.971	14.859	14.56
Dinamarca	13.963	15.861	10.758	12.309	14.356	16.63
Países Bajos (Holanda)	9.280	10.030	7.829	9.196	10.908	18.62
Reino Unido	11.099	10.835	6.858	8.336	10.389	24.62
Federación de Rusia	4.428	6.839	4.114	7.228	9.729	34.61
Finlandia	9.490	9.780	6.216	7.814	9.380	20.04
Francia	7.538	8.526	6.075	6.814	7.968	16.94
China	5.296	5.686	4.559	7.408	6.842	-7.63
Bélgica	6.360	6.562	4.658	5.709	6.793	18.98
Estados Unidos de América	4.755	5.213	4.552	4.744	5.296	11.65
Italia	5.379	5.780	3.726	4.367	5.210	19.31

Otros países	34.231	39.034	28.306	35.135	42.141	19.94
Total	152.823	168.982	119.949	148.788	176.000	18.29

Fuente: TRADEMAP

Elaboración: PROMPERU

Los cinco principales países proveedores son Alemania (18.3%), Noruega (8.4%), Dinamarca (8.2%), Holanda (6.2%) y Reino Unido (5.9%). Al igual que en el cuadro anterior, se observa una disminución general del monto importado de todos los países que comerciaron con Suecia durante el período 2008-2009. Los países de los cuales se limitó el comercio durante la crisis fueron Dinamarca (-32.42%), Reino Unido (-37.48%), Finlandia (-36.14%), Rusia (-39.56%) e Italia (-36.04%).

3.2 Intercambio Comercial de Suecia con Perú

El monto total de las exportaciones peruanas, se situó en US\$ 328.4 millones, monto 51.1% superior al año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 370.9 millones durante el 2011. Dicho monto representó un aumento de 48.6.9% con respecto al 2010. Cabe destacar que la crisis internacional afectó de manera regular el comercio entre ambos países.

Las exportaciones muestran con comportamiento zigzagueante y con tendencia positiva. Las importaciones reflejan un comportamiento más uniforme y con tendencia positiva a pesar de la disminución que se dio en 2009. Además, en 2011 tanto las importaciones como las exportaciones superaron los niveles de pre crisis.

La balanza comercial de Perú con Suecia ha tenido un desempeño variable y negativo en los últimos años. Se registró un máximo de US\$ -1.2 millones en 2009 y un mínimo de US\$ -92.8 millones en 2007. La balanza comercial se mantuvo deficitaria para nuestro país en el último año debido al fuerte crecimiento de las importaciones.

El intercambio comercial entre ambos países sumó US\$ 699.3 millones en 2011. Dicho monto representó un aumento de 49.8% con respecto al año previo. Se observa una tendencia creciente a pesar de la disminución que se registró en el año 2009.

Cuadro 6: Balanza Comercial Perú con Suecia
Valores en millones de US\$

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	66.5	173.2	146.5	217.4	328.4	49.0	51.1
Importaciones	159.3	217.8	147.7	249.6	370.9	23.5	48.6
Balanza Comercial	-92.8	-44.6	-1.2	-32.2	-42.5	—	—
Intercambio Comercial	225.8	391.0	294.2	467.0	699.3	32.7	49.8

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT

Las exportaciones tradicionales representan el 96.8% del total exportado. Dicho sector alcanzó los US\$ 208,032 miles en 2011, lo que significó una variación de 51.3%. La mayor parte de las exportaciones peruanas a Suecia proviene del sector minero (81.9% del total). El cobre (US\$ 268,812 mil) explica el total exportado en dicho sector.

Le sigue en importancia el sector agrícola que está compuesto solo por café. Se observa que en 2011 las exportaciones de café aumentaron en 29,2% (US\$ 48,951 mil). Cabe resaltar que solo el café representa aproximadamente el 14.9% del total exportado.

Por otro lado, las exportaciones no tradicionales representan solo el 3.2% del total de nuestras exportaciones (US\$ 10,609 miles) y la variación con respecto al año 2010 fue de 44.5%. Los principales sectores del rubro no tradicional fueron: Agropecuario (US\$ 5,165 miles), maderas y papeles (US\$ 2,065 miles), sidero-metalúrgico (US\$ 1,009 miles) y metal-mecánico (US\$ 821 miles). Los cuatro principales sectores mencionados representan aproximadamente el 2.76% del total exportado durante el 2011.

Cuadro 7: Exportaciones por sectores económicos
Valores en miles de US\$

Sector	2010	2011	Var %
TOTAL TRADICIONAL	210.036,33	317.765,80	51,3
MINEROS	172.161,49	268.812,00	56,1
Cobre	165.386,30	268.812,00	62,5
Plomo	0,12	-	-100,0
Zinc	0,09	-	-100,0
Estaño	6.774,98	-	-100,0
PESQUERO	0,80	0,00	-100,0
Aceite de pescado	0,80	0,00	-100,0
PETRÓLEO Y GAS NATURAL	-	2,17	0,0
Petróleo y sus derivados	-	2,17	0,0
AGRÍCOLAS	37.874,04	48.951,63	29,2
Café	37.874,04	48.951,63	29,2
TOTAL NO TRADICIONAL	7.341,17	10.609,22	44,5
AGROPECUARIO	3.656,04	5.165,05	41,3
TEXTIL	606,95	800,23	31,8
PESQUERO	258,41	470,46	82,1
QUIMICO	108,82	218,71	101,0
METAL-MECANICO	358,01	821,83	129,6
SIDERO-METALURGICO	808,22	1.009,42	24,9
MINERIA NO METALICA	5,42	7,60	40,0
MADERAS Y PAPELES	1.497,63	2.065,70	37,9
PIELES Y CUEROS	2,10	0,06	-97,1
VARIOS (INC. JOYERIA)	39,57	50,16	26,8
TOTAL	217.377,50	328.375,02	51,1

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

En el rubro no tradicional, los principales productos exportados a Suecia pertenecen al sector maderero, pesquero, y agropecuario. Destacan los parqués, mandarinas, espárragos, cítricos, mangos, orégano, carmín de cochinilla, etc.

Cuadro 8: Principales productos de exportación no tradicional a Suecia
Valores en millones de US\$

Nro.	Partida	Descripción	2010	2011	Var %	Arancel %
1	2603000000	Minerales de cobre y sus concentrados	165.3863	268.812	62.54	0.00
2	901119000	Café verde en grano	37.8740	48.952	29.25	0.00
3	4409291000	Tablillas y frisos para parqués sin ensamblar	1.3655	1.811	32.59	0.00
4	7907009000	Bolas de zinc	0.7864	0.955	21.50	0.00
5	805201000	Mandarinas	0.4962	0.745	50.06	0.00
6	805202000	Tánguelo	0.4313	0.693	60.76	0.00
7	2001909000	Jalapeño	0.4942	0.693	40.12	0.00
8	709200000	Espárragos frescos	0.3485	0.528	51.61	0.00
9	710801000	Espárragos congelados	0.1541	0.427	176.74	22.19
10	2008993000	Mangos preparados	0.3613	0.346	-4.27	0.00
11	811909100	Mango	0.0751	0.316	321.11	0.00
12	304299000	Filete de trucha	0.1457	0.300	106.07	0.00
13	1008901900	Quinua	0.2467	0.277	12.26	0.00
14	811909900	Palta	0.0930	0.254	173.47	0.00
15	805100000	Naranjas	0.0000	0.228	0.00	0.00
		Otros	9.119	3.038	-66.7	
		Total	217.377	328.375	51.06	

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

En el cuadro N° 9 se observa que el valor de las exportaciones totales de las grandes empresas se redujo en solo 2.8% debido a la crisis internacional de 2009. La variación entre 2008 y 2009 fue de aproximadamente US\$ 3.2 millones, la de entre 2009 y 2010 fue de US\$ 52.5 millones y la de entre 2010 y 2011 fue de US\$ 94.5 millones. El valor exportado durante 2010 superó el nivel de pre crisis.

Caso contrario se observa en los montos exportados de la mediana empresa en donde la reducción del valor de las exportaciones totales durante la crisis fue de aproximadamente 51%. A pesar que la última variación fue de 47.64% en 2011 no se alcanzó el nivel obtenido en el año 2008.

Por otro lado, el monto exportado de las empresas pequeñas durante 2011 registró disminución de 20.03% el último año. En el caso de las micro empresas sucedió lo contrario. El valor de las exportaciones de las micro empresas fue de apenas US\$ 9.37 millones en el año 2011 con una variación de 0.73%.

Cuadro 9: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras

Tamaño de Empresa	Número de Empresas 2010	Exportaciones Millones de US\$ 2010	Número de Empresas 2011	Exportaciones Millones de US\$ 2011	Var % 2011/2010
Grande	3	156.01	1	250.86	60.80
Mediana	8	20.45	6	30.19	47.64
Pequeña	22	31.62	33	37.95	20.03
Micro	106	9.30	102	9.37	0.73

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

4. Acceso al Mercado

4.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

- **Medidas Arancelarias**

En Suecia se aplica un régimen de arancel común desde 1995 (inclusión del país a la Unión Europea). Las restricciones de cantidad o aquellas relacionadas a licencias no se aplican a mercancías originarias en los países miembros. Tampoco se aplican a mercancías de terceros países que se encuentren en libre tránsito en los Estados miembros.

La importación de productos agrarios e industriales, se realiza en régimen de libertad comercial. Se exige la presentación de un certificado de importación (AGRIM) al momento de despachar determinados productos agrarios, de acuerdo a la reglamentación respectiva del sector. En el caso de la importación de productos del sector confecciones, productos siderúrgicos, calzados y porcelanas, de determinados Estados, están sometidas a determinadas medidas de vigilancia o restricciones cuantitativas. Los productos que están sujetos a licencias especiales son las armas, drogas, municiones y explosivos.

En el cuadro N° 10 muestra los diez principales productos peruanos, no tradicionales, exportados a Dinamarca, la participación porcentual de los principales competidores y el porcentaje de arancel aplicado. Se espera mejoras arancelarias cuando entre en vigencia a mediados de junio de 2011.

Cuadro 10: Arancel y participación de las exportaciones no tradicionales a Suecia

Nro.	Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores
1	4409291000	Tablillas y frisos para parqués, sin ensamblar	0.00	0.00	4	Polonia (42,7%), Dinamarca (12,3%), Alemania (8%)
2	7907009000	Las demás manufacturas de cinc	5.00	0.00	4	Alemania (32,6%), China (18,5%), Dinamarca (11,6%)
3	0805201000	Mandarinas frescas o secas	16.00	0.00	7	España (48,7%), Holanda (18,4%), Marruecos (13,1%)
4	2001909000	Demás hortalizas, frutas y demás partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas en vinagre			10	Holanda (29,9%), Grecia (12,5%), Turquía (11,4%)
5	0805202000	Tangelo	16.00	0.00	7	España (48,7%), Holanda (18,4%), Marruecos (13,1%)
6	2008993000	Mangos preparados o conservados			10	Holanda (15,9%), Francia (15,3%), España (13%)
7	0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	10.20	0.00	23	Holanda (56,1%), Italia (13,7%), Hungría (9,4%)
8	1008901900	Los demás quinuas, excepto para siembra	1.65	0.00	6	Lituania (42%), Holanda (22,6%), Polonia (14,1%)
9	0803001900	Las demás bananas o plátanos frescos	22.19	22.19	-----	Alemania (30%), Panamá (24,9%), Costa Rica (20,1%)
10	0710801000	Espárrago congelado aunque estén cocidas en agua o vapor.	15.20	0.00	16	Bélgica (31,8%), Holanda (13,8%), Ecuador (12,5%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TRADEMAP
Elaboración. PROMPERU

Cuadro 11: Arancel y participación de las exportaciones de confecciones a Suecia

Nro.	Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores
1	6205200000	Camisas de algodón para hombres o niños	12.00	0.00	37	China (25%), Dinamarca (10%), Estonia (8,7%)
2	6105100041	Camisas de algodón para hombre, tejido de un solo color	12.00	0.00	25	China (34,4%), Bangladesh (19,1%), Italia (7,1%)
3	6109100031	T-shirt de algodón para hombre o mujer, de un solo color	12.00	0.00	44	Bangladesh (23%), Turquía (18,1%), China (13,3%)
4	6104310000	Chaquetas de lana o pelo fino para mujeres o niñas	12.00	0.00	8	Noruega (24,7%), China (23,1%), Italia (12,9%)
5	6110111090	Los demás suéteres (jerseys) excepto con cuello de cisne	10.50	0.00	24	China (30,8%), Reino Unido (12,5%), Hong Kong (11,2%)
6	6114200000	Las demás prendas de vestir, de punto de algodón	12.00	0.00	42	China (23,8%), Bangladesh (14,9%), Polonia (12,2%)
7	6102300000	Abrigos y artículos similares de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	12.00	0.00	65	China (42,9%), Alemania (18,6%), Holanda (12,7%)
8	6302310000	Las demás ropas de cama de algodón	12.00	0.00	60	Bangladesh (30,9%), Alemania (15,5%), Pakistán (12,3%)
9	6105100042	Camisas de algodón para hombre, de distintos colores	12.00	0.00	25	China (34,4%), Bangladesh (19,1%), Italia (7,1%)
10	6203429010	Pantalones largos y pantalones con peto	12.00	0.00	54	China (15,2%), Italia (14,2%), Dinamarca (10,6%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TRADEMAP

Elaboración. PROMPERU

- **Medidas No Arancelarias**

La tarifa integrada de la comunidad o TARIC (The Integrated Tariff of the Community) contiene varias reglas de importación para diferentes productos en territorio europeo. Para determinar que licencia es requerida para un determinado producto revisar el siguiente link:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/customs_tariff/index_en.htm

La institución responsable de las actividades de normalización es el Instituto Sueco de Normalización (Standardiseringen i Sverige, SIS, www.sis.se). Suecia también es miembro de la Organización Internacional para la Normalización (ISO), la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) y los organismos europeos de normalización (CEN, CENELEC y ETSI). También están acreditados para emitir certificaciones los siguientes organismos:

- Administración Nacional de Alimentación (Livsmedelverket)
- Comisión Eléctrica Sueca (Svenska Elektriska Comisionen, SEK)
- Instituto Nacional de Prueba de los Materiales (Sveriges Provnings och Forskninginstitut)

4.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio

El sistema fiscal sueco tiene la siguiente estructura general:

- Impuestos directos
 - Impuesto sobre la renta: Los individuos residentes tributan sobre la totalidad de sus ingresos, hayan sido o no obtenidos en el país. Los no residentes sólo tributan por determinados tipos de ingresos.
 - Impuesto sobre sociedades: Los beneficios de las sociedades están sujetos a un impuesto del 26,3% desde el 1 de enero de 2009.
- Impuestos indirectos
 - Impuesto sobre el valor añadido: el tipo general del impuesto sobre el valor añadido (IVA) es 25%.
 - Otros impuestos indirectos de importancia son los relativos al tabaco y sobre las bebidas alcohólicas, así como las que afectan a los combustibles, a la adquisición y tenencia de automóviles, etc. También existen los llamados impuestos ecológicos, que gravan las emisiones de dióxido de carbono, azufre, etc.
- Otros tributos
 - Comprende las cotizaciones sociales que abonan las empresas, el impuesto sobre la vivienda, el impuesto sobre bienes inmuebles no residenciales y el impuesto sobre beneficios de capital derivado de transmisión de propiedad inmobiliaria.

Con respecto a los impuestos selectivos se tiene los siguientes:

- Impuesto sobre el tabaco
 - El tabaco está gravado a los siguientes tipos.

- Cigarrillos: 31 öre (céntimo de corona) cada cigarrillo más el 39,20 del precio de venta al público.
 - Puros: 1,12 coronas cada uno
 - Tabaco para pipa: 1.560 SEK/kg.
- Impuesto sobre el alcohol
- Vino 8,5-15%, 21,58 SEK por litro
 - Vino 15-18%, 45,17 SEK por litro.

4.3 Distribución y Transporte de Mercaderías

- **Distribución de mercancías**

En lo que se refiere a distribución de productos alimenticios y bienes de consumo, existen tres grandes mayoristas que cubren casi toda la cadena de distribución. La primera es ICA, empresa que cuenta con 1,359 establecimientos. Forma parte de dos multinacionales, una holandesa (Royal Ahold) y otra Noruega (Hakon Invest). La segunda en importancia es KF KOOPERATIVA FÖRBUNDET que cuenta con 807 locales. Se comercializan tanto productos de consumo como artículos variados para el hogar (electrodomésticos, infantiles, confección, etc.). La tercera empresa es AXXFOOD. Cuenta con 840 locales e inicio sus operaciones en 1999. Estas tres grandes cadenas acaparan el 20% del mercado sueco.

El comercio electrónico y las tele-ventas son muy difundidas en el país. Según la asociación sueca de venta a distancia, el 75% de las ventas corresponde a textiles. Los suecos prefieren ordenar vía teléfono (55%) aunque las compras vía internet está aumentando de manera considerable (32%). Los productos más comercializados vía internet son los CDs, DVDs, videojuegos y libros.

Cuadro 12: Grandes empresas de venta a distancia

Empresas	Medio	Productos
Ellos	E-commerce, correo.	Vestido y calzado, decoración, photo, hifi, TV, DVDs, etc.
Halèns	E-commerce, correo.	Vestido, accesorio, artículos para el hogar, videojuegos, etc.
Quill Kontorslagret	E-commerce	Venta por catálogo

Fuente: laposte-export-solutions

- **Transporte de mercancías**

Aproximadamente el 64% del transporte de bienes domésticos se realiza vía carretera y el 36% se realiza vía tren. La mayoría del comercio internacional se da por vía marítima. Los principales puertos de país son: Puerto de Estocolmo, Göteborg y Trelleborg.

Con respecto a los aeropuertos, los más importantes son: Aeropuerto internacional Arlanda de Estocolmo, aeropuerto de la ciudad de Göteborg, Göteborg-Landvetter y el aeropuerto de Malmö. A continuación se presenta el mapa de los aeropuertos suecos.

Gráfico 3: Aeropuertos en Suecia



Fuente: Aircraft-charter-world

5. Oportunidades Comerciales

5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Suecia es parte de los países miembros de la Unión Europea. Perú se ampara en las preferencias obtenidas en el SGP de la Unión Europea, el que constituye un esquema de preferencias arancelarias concedidas unilateralmente a los productos originarios de los países que más lo necesitan. Dependiendo del régimen al cual tiene derecho el país beneficiario, éste puede gozar ya sea de un acceso libre ó de una reducción de derechos de aduana para prácticamente el total de sus exportaciones. Para mayor detalle se puede revisar la página del Ministerio de Comercio Exterior² y Turismo sobre este tema: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=132>

Suecia es miembro de la mayoría de organizaciones internacionales en materia económica y de comercio internacional. A continuación se muestran algunas: Naciones Unidas (CEPE, UNCTAD, UNESCO, ONUDI, FAO, OMPI, OMS, OIL), BID, BM, FMI, OCDE, OMC, UE, CERN.

5.2 Productos con Potencial Exportador

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Suecia (del periodo comprendido entre 2006 y 2010). Con ambas variables

² Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú

se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Los sectores que han sido considerados con oportunidades por esta metodología fueron agrícola, confecciones e industria alimentaria. En los siguientes cuadros se detallan productos potenciales en el mercado sueco en los sectores mencionados.

Cuadro Nº 13: Productos potenciales en Suecia: Sector Confecciones

Partida	Descripción	Clasificación
610910	T-shirts de algodón	Estancado
620520	Camisas de algodón	Estrella
611030	Suéter de fibra sintética	Estrella
620630	Blusas de algodón	Estrella
611120	Prendas para bebe de algodón	Estrella
610442	Vestidos de algodón	Estrella
620443	Vestidos de fibras sintéticas	Estrella
610510	Polo shirt de algodón para caballeros	Estrella
610463	Pantalones de fibra sintética	Estrella
620640	Camisas y blusas de fibras sintéticas	Estrella
610610	Polo shirt de algodón para damas	Estancado
610443	Vestidos de fibra sintética	Estrella

611610	Guantes de punto	Estrella
610444	Vestidos de fibras artificiales	Estrella
620331	Chaquetas de lana o pelo fino	Estrella

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

Cuadro N° 14: Productos potenciales en Suecia: Sector Agrícola

Partida	Descripción	Clasificación
90111	Café sin tostar, sin descafeinar.	Estrella
80300	Banano fresco	Estancado
80510	Naranja fresca	Consolidado
80610	Uva fresca	Estancado
80520	Mandarina, clementina fresca	Estancado
80440	Paltas (aguacates)	Estrella
70320	Ajos fresco	Estrella
90420	Pimiento seco, triturado o pulverizado	Estrella
70920	Espárrago fresco o refrigerado	Estrella
71220	Cebollas, incluso en trozos o rodajas	Estrella
91030	Cúrcuma	Estrella

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

Cuadro Nº 15: Productos potenciales en Suecia: Industria Alimentaria

Partida	Descripción	Clasificación
160520	Camarones, langostinos preparados o conservados	Estrella
230990	Preparaciones para la alimentación animal	Consolidado
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Estrella
200210	Tomates entero o en trozos, preparados o conservados.	Estrella
180500	Cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo	Estrella
180620	Preparaciones alimenticias que contengan cacao	Estrella
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	Estrella
180100	Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado.	Prometedor
200891	Palmitos, preparados o conservados o con alcohol.	Prometedor

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

6. Tendencias del Consumidor

En general el comportamiento es similar en la mayoría de países europeos. Tienen altas expectativas que van acorde con un alto nivel de vida. El factor determinante en el mercado sueco es el precio, seguido por la calidad.

Los productos naturales, que cuenten con certificación internacional en temas de producción y tratamiento del producto son los más demandados. El consumidor está dispuesto a pagar un precio elevado en productos que conlleven a una buena alimentación y que influyan directamente al bienestar. Además, se ha incrementado la demanda de productos orgánicos ya que se ha interiorizado que una alimentación de alta calidad es la mejor medida contra las enfermedades. A continuación se muestra la estructura de consumo

Cuadro N° 16: Consumo por sectores

Sectores	%
Alimentación y bebidas	12.30%
Licores y tabaco	3.60%
Vestimenta	5.10%
Servicios básicos	26.50%
Equipo y mantenimiento de casa	5.20%
Salud	3.10%
Transporte	14.00%
Comunicación	3.20%
Recreación y cultura	11.50%
Educación	0.30%
Restaurantes y hoteles	5.90%
Otros bienes y servicios	10.10%

Fuente: Naciones Unidas

7. Cultura de Negocios

En un contexto globalizado, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. Esta permite comunicarse de forma óptima al tener en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entender el comportamiento y la forma de pensar de los demás.

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

El estilo de comunicación de los suecos tiende a ser literal y directo. El comportamiento tiende a ser diplomático al momento de oponerse o criticar una idea. La noción de igualdad es muy importante en la cultura sueca y se tiende al consenso en la mayoría de decisiones. Por lo tanto, es de esperar un proceso lento en la toma de decisiones.

El comportamiento promedio de los suecos puede ser descrito como tímido, reservado y tranquilo. Sin embargo, se piensa que tiene un comportamiento frío y no amigable. Prefieren

que su vida personal y pública no se relacionen en absoluto. Por ello, parecen desinteresados y distantes cuando en realidad es una manifestación de un comportamiento reservado.

Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 3 o 4 semanas de anticipación y confirmadas días antes del día pactado. Se debe evitar la programación de reuniones en julio o diciembre ya que son meses de festividades nacionales. La puntualidad es extremadamente importante y si se piensa llegar con retraso, se debe dar aviso a la contraparte. Se espera siempre que la información compartida sea veraz y oportuna.

A continuación se detallan algunos consejos adicionales:

- ✓ Existe alta accesibilidad a los ejecutivos al momento de realizar citas de negocio.
- ✓ Generalmente piden un dossier de la empresa y los productos que ofrece.
- ✓ Requieren tener una muestra para realizar comparaciones y ver la productividad del ofertante.
- ✓ La puntualidad es fundamental. Se relaciona con el cumplimiento de contratos.
- ✓ No es común tener conversaciones previas ya que van directo al grano.
- ✓ Es recomendable que ambas partes manden una posible agenda de trabajo incluyendo información acerca de la empresa en general.
- ✓ Se debe respetar el espacio personal. Generalmente se deja una larga distancia entre las personas al momento de conversar.
- ✓ Evite comparar a Suecia con Noruega o Dinamarca. Ellos se sienten orgullosos de su cultura e identidad particular.
- ✓ Tómese un tiempo en conocer a su contraparte. Los suecos son detallistas y se debe asegurar la cooperación antes y después de hacer negocios.
- ✓ No se sorprenda si se toman un momento para responder. Se debe considerar los silencios y la no interrupción al momento de negociar.
- ✓ Evite usar o hacer algo que altere el sentido de igualdad en compañeros. Signos de estatus no son importantes y hasta pueden reflejar una mala impresión.

8. Contactos de Interés

AGENCIA NACIONAL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

<http://www.slv.se>

BUSINESS TRADE SHOWS AND EXHIBITIONS PROMOTION SERVICES

www.biztradeshows.com

FERIA DE PAISES NORDICOS

<http://www.fairlink.se>

INSTITUTO SUECO DE ESTANDARIZACIÓN (SIS)

<http://www.sis.se>

9. Eventos Comerciales

Las ferias comerciales toman cada vez mayor importancia. Los usos, gustos y preferencias pueden ser medidos y ponderados para estimar una tendencia en un determinado mercado.

Es importante destacar que, las grandes empresas gastan alrededor del 10% de su presupuesto en ferias comercial. Además, dicha asignación de recursos se eleva a 40% en aquellas empresas que operan en la esfera B2B. A continuación se presenta el cronograma de los próximos eventos a desarrollarse en 2011. El calendario general de ferias se presenta a continuación.

- Stockholm International Fairs
<http://www.stockholmsmassan.se/common/Category.aspx?id=148>
- The Swedish Exhibition & Congress Centre
<http://www.swefair.se/index.asp?section=kalender>

- MalmöMässan, Malmö
http://www.malmomassan.se/public/english/program/eng_2008.html
- Elmia, Jönköping
<http://www.elmia.se/en/Programme/>
- Nolia, Umeå/Piteå
<http://www.nolia.se/>
- Sollentuna Exhibitions
<http://www.sollentunaexpo.com/>
- Otras
 - ExpoNova
 - Gefle Mässhall
 - IT Scandinavia Exhibitions
 - Luleå Mäss & Kongress
 - München-Bryggeriet AB
 - Sundsvallsmässan
 - **Värmlandsmässan**

10. Bibliografía

ADUANA SUECA

<http://www.tullverket.se>

AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN Y COMERCIO DE SUECIA

www.investsweden.se

AGENCIA NACIONAL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

<http://www.slv.se>

AGENCIA TRIBUTARIA

<http://skatteverket.se/>

ASDAD

www.laposte-export-solutions.co.uk

BANCO CENTRAL DE SUECIA

www.riksbank.se

BUSINESS TRADE SHOWS AND EXHIBITIONS PROMOTION SERVICES

www.biztradeshows.com

CONSEJO DE IMPORTACION

<http://www.svenskhandel.se>

FERIA DE PAISES NORDICOS

<http://www.fairlink.se>

GOBIERNO DE SUECIA

www.sweden.gov.se

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

www.icex.es

INSTITUTO SUECO DE ESTANDARIZACIÓN (SIS)

<http://www.sis.se>

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y COMERCIO DE SUECIA

<http://www.sweden.gov.se>

WORLD ECONOMIC FORUM.
www.weforum.org