

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Guía de Mercado

SUECIA



prom
perú

Contenido

- 1. Resumen ejecutivo**
- 2. Situación económica y de coyuntura**
- 3. Comercio exterior de bienes y servicios**
 - 3.1 Intercambio comercial Suecia - Mundo**
 - 3.2 Intercambio comercial Perú- Suecia**
- 4. Acceso a mercados**
 - 4.1 Barreras arancelarias**
 - 4.2 Barreras no- arancelarias**
 - 4.3 Distribución y transporte de mercaderías**
- 5. Oportunidades comerciales**
- 6. Tendencias del consumidor**
- 7. Cultura de negocios**
- 8. Acuerdos comerciales de Suecia**
- 9. Links de interés**

1. Resumen ejecutivo

Suecia es el tercer país más grande de la Unión Europea, la edad promedio es de 42 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0.16% promedio anual cuya esperanza de vida es de 81 años.

La economía sueca se ha recuperado rápidamente de la crisis internacional y mostró un crecimiento de 5.9% y 4.0% en los años 2010 y 2011 respectivamente. 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.

El comercio electrónico y las televentas son muy difundidos 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%).

El país se ubicó en el puesto 15° en el ranking de los mayores importadores de prendas y complementos de vestir en 2011. Este país importó un total de US\$ 4,141 millones el año 2011, y US\$ 3,441 millones en 2010, lo que significó un crecimiento en importaciones del sector confecciones de 20.3%.

En este contexto, el Perú se encuentra en el puesto 58° como país proveedor de confecciones al mercado sueco, con un total exportado de US\$ 319 mil en 2011. Cabe resaltar que las exportaciones peruanas a Suecia representaron el 0.01% del total importado, participación bastante baja si lo comparamos con China, su principal abastecedor, que obtuvo una participación de 29.4% en 2011.

En el tema de artesanías, Suecia se ubica en el puesto 18° como uno de los principales importadores del mundo y registró un monto importado de US\$ 1,164 millones en 2011, es decir, un crecimiento de 33.8% con respecto al año 2010. Su principal proveedor es China con el 30.7%, en contraste Perú posee una participación de 0.005%.

En el sector joyería, Suecia se sitúa en el puesto 24° con un monto importado de US\$ 85 millones en 2011, siendo su principales proveedor India con una participación del 24.2% de lo importado en 2011. Perú aún posee una participación demasiado baja, siendo ésta 0.002%.

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.

2. Situación económica y de coyuntura

Luego de la crisis internacional, la economía sueca se ha recuperado rápidamente y mostró un crecimiento de 5.9% y 4.0% en los años 2010 y 2011 respectivamente. 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.

La mayor tasa de crecimiento se registró en 2010, sin embargo, el nivel de desempleo se intensificó con la crisis y alcanzó 8.4% en el mismo año. Las cifras del PBI per cápita muestran valores superiores a los registrados en la etapa de pre crisis y con tendencia positiva.

La tasa de inflación mostró su menor nivel en 2009, registrando -0.5%. Las estimaciones del FMI indican que las tasas serán 2.0% para el 2013 y 2014.

Cuadro N°1

Indicadores económicos							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013(*)	2014(*)
Crecimiento real del PBI (%)	-0.8	-5.0	5.9	4.0	1.2	2.2	2.5
PBI per cápita (US\$)	53,101	44,018	49,845	57,638	54,879	55,969	58,357
Tasa de inflación (%)	3.4	-0.5	1.2	3.0	1.4	2.0	2.0
Tasa de desempleo (%)	6.2	8.3	8.4	7.5	7.5	7.7	7.0

Fuente: FMI Elaboración: PROMPERU

(*) Cifras estimadas por FMI

3. Comercio exterior de bienes y servicios

3.1 Intercambio Comercial Suecia - Mundo

El comercio de este país con el mundo ascendió a US\$ 363,675 millones en 2011, es decir, mostró un incremento de 18.3% con respecto al 2010, por el aumento tanto de las exportaciones (18.0% de variación) como de las importaciones (18.6%). La balanza comercial ha sido superavitaria en los últimos cinco años, sin embargo ha mostrado una tendencia decreciente en los últimos años.

En 2011, los principales productos exportados por Suecia fueron aceites medios y preparaciones de petróleo (US\$ 8,346 millones como monto de exportación), los demás medicamentos preparados (US\$ 6,208 millones), madera aserrada o desbastadas de coníferas (US\$ 3,396 millones), entre otros. Los principales países hacia donde se han dirigido sus exportaciones son Alemania (10% de participación), Noruega (9%), Reino Unido (7%), Dinamarca (6%) y Finlandia (6%).¹

¹Fuente: Global Trade Atlas

Cuadro N°2

Intercambio comercial Suecia – Mundo (En millones de dólares)							
	2008	2009	2010	2011	2012 (*)	Var % Prom 11/08	Var % 11/10
Exportaciones	183,946	130,877	158,523	187,053	129,951	0.6	18.0
Importaciones	169,026	120,099	148,922	176,622	121,514	1.5	18.6
Balanza Comercial	14,920	10,778	9,601	10,431	8,437	-	-
Intercambio Comercial	352,972	250,976	307,445	363,675	251,465	1.0	18.3

Fuente: Global Trade Atlas Elaboración: PROMPERU
(*) Enero- Setiembre

Con respecto a las importaciones, entre los principales productos importados por Suecia se encuentran los aceites crudos de petróleo que registraron un valor importado de US\$ 14,438 millones en 2011, aceites medios y preparaciones de petróleo (US\$ 4,791 millones), vehículos de transporte (US\$ 3,793 millones) y los demás medicamentos (US\$ 2,538). Sus principales cinco países proveedores fueron Alemania (18% de participación), Dinamarca (8%), Noruega (8%), Países Bajos (6%) y Reino Unido (6%). Las compras realizadas desde Perú generaron que ocupara la posición 42° y una participación de 0.2%, los principales productos importados del Perú fueron minerales de cobre y concentrados; café sin descafeinar; los demás hilados de lana o pelo fino; madera, tablillas y frisos sin ensamblar, entre otros.

3.2 Intercambio comercial Perú- Suecia

El intercambio comercial entre Perú y Suecia ascendió a US\$ 536 millones en 2012, con lo cual registró una reducción de 23.3% respecto al año anterior. Este comercio ha sido permanentemente deficitario para el Perú y, en 2012, se obtuvo una balanza negativa que llegó a los US\$ 160 millones, el mayor valor registrado en los últimos 5 años.

Cuadro N°3

Intercambio comercial Perú – Suecia (En millones de dólares)							
	2008	2009	2010	2011	2012	Var % Prom.	Var% 12/11
Exportaciones	173	146	217	328	188	2.1	-42.6
Importaciones	218	148	250	371	348	12.4	-6.2
Balanza Comercial	-45	-1	-32	-43	-160	37.5	275.1
Intercambio Comercial	391	294	467	699	536	8.2	-23.3

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU.

Las importaciones peruanas desde Suecia disminuyeron 6.2% el año pasado con relación a 2011, al sumar US\$ 348 millones. Estas compras se concentraron en productos como máquinas de sondeo o perforación (US\$ 28 millones), nitrato de amonio (US\$ 28 millones), vehículos para transporte de mercancías (US\$ 27 millones), palas cargadoras (US\$ 23 millones) y tractores de carretera (US\$ 20 millones).

En los últimos cinco años, las exportaciones del Perú a Suecia aumentaron 2.1% en promedio anual, y en 2012 totalizaron US\$ 188 millones. Del total exportado a este mercado durante el 2012, el sector tradicional representó el 94%, el cual ascendió a US\$ 178 millones. Destacaron los envíos del sector minero y agrícola, siendo el de mayor valor de venta el cobre (US\$ 139 millones) y el café (US\$ 38 millones).

Por otro lado, la exportación de productos con valor agregado representado por el sector no tradicional constituye el 6% restante, registrando US\$ 11 millones. Los sectores no tradicionales

que tuvieron los mayores valores de exportación fueron: agropecuario (US\$ 7 millones) y metal mecánico (US\$ 1.5 millones)

Cuadro Nº 4

Exportaciones peruanas a Suecia por sectores			
(En miles de dólares)			
Sector	2011	2012	Var %
Total Tradicional	317,766	177,486	-44.1
Mineros	268,812	139,202	-48.2
Cobre	268,812	139,202	-48.2
Resto	0	0	-
Pesqueros	0	0	-
Harina de pescado	0	0	-
Aceite de pescado	0	0	-
Petróleo y Gas Natural	2	2	0.0
Petróleo derivados	2	2	0.0
Gas natural	0	0	-
Agrícolas	48,952	38,282	-21.8
Café	48,952	38,282	-21.8
Agro resto	0	0	-
Total No Tradicional	10,609	10,974	3.4
Agropecuario	5,165	7,027	36.1
Textil	800	475	-40.6
Pesquero	470	309	-34.3
Químico	219	93	-57.5
Metal-mecánico	822	1,466	78.3
Sídero-metalúrgico	1,009	708	-29.8
Minería no metálica	8	17	112.5
Maderas y papeles	2,066	849	-58.9
Varios (incluido joyería)	50	29	-42.0
Total	328,375	188,460	-42.6

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En el siguiente cuadro se muestra los principales productos peruanos exportados a Suecia correspondientes a los sectores: confecciones, artesanías y joyería.

Cuadro N°5

Exportaciones peruanas a Suecia por línea de producto					
(En miles de dólares)					
Línea / producto	2010	2011	2012	Var % 2012/2011	Var % 2012/2010
Confecciones de punto	284	287	334	16.2	8.3
Prendas y complementos de vestir para bebés de algodón	16	71	209	194.8	258.8
Suéteres, pullovers, cardigans de lana o pelo fino	26	24	28	14.4	2.3
Vestidos de algodón para mujeres o niñas	1	27	20	-25.1	403.4
Abrigos. chaquetones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	3	3	20	622.8	167.2
Los demás suéteres, pullovers, cardigans de punto de pelo fino	25	3	12	382.0	-30.7
Chales, pañuelos, bufandas de punto	6	1	10	1,277.4	28.0
Demás	207	159	35	-78.2	-59.0
Confecciones de tejido plano	78	32	46	41.1	-23.4
Vestidos de algodón para mujeres o niñas	0	2	14	699.8	-
Chales, pañuelos y bufandas, excepto las de seda	0	12	13	6.3	-
Prendas y complementos de vestir de algodón para bebés	0	2	7	215.7	-
Polo shirt de algodón para mujeres o niñas	0	0	4	13,052.8	-
Chales, pañuelos, bufandas de lana o pelo fino	1	8	3	-64.2	106.9
Demás	77	8	5	-41.0	-75.0
Artesanías	29	43	30	-31.3	-0.2
Mantas de las demás materias textiles	18	32	15	-52.5	-8.1
Adornos que representen animales o seres no humanos	1	3	5	49.9	185.1
Bolsos de mano con superficie exterior de plástico	0	0	4	-	-
Juguetes no eléctricos ni mecánicos para entretenimiento	0	3	3	3.6	321.7
Estatuillas y adornos de cerámica	0	2	2	-3.1	166.2
Demás	10	3	1	-71.4	-72.5
Joyería	0	0	1	393.0	-
Artículos de joyería de plata	0	0	1	393.0	-

Fuente: Business Intelligence Elaboración: PROMPERU

4. Acceso a mercados

4.1 Barreras arancelarias

A continuación se detallan las principales confecciones, artesanías y joyería importadas por el Suecia desde Perú con los respectivos aranceles que este país le aplica a Perú, al mundo y a los principales competidores de cada partida. Perú al gozar de las preferencias otorgadas por el TLC con la UE no paga aranceles de entrada al país.

Cuadro N°6

Arancel de confecciones exportadas a Suecia				
Partida	Descripción	Mundo (%) (*)	Perú (%)	Competidores (Arancel que pagan)
611120	Prendas y complementos de vestir para bebés de algodón	8.3 ó 10.5	0	China (10.5%) Bangladesh (0%) Hong Kong (10.5%)
610510	Polo shirt de algodón, para hombres o niños	9.6 ó 12	0	Bangladesh (0%) Italia (%) China (12%)
611011	Suéteres, pullovers cardigans de lana o pelo fino	9.2 ó 11.5	0	Hong Kong (11.5%) Italia (0%) Reino Unido (0%) Turquía (0%)
610442	Vestidos de algodón para mujeres o niñas	9.6 ó 12	0	Polonia (0%) China (12%) Italia (0%)
610210	Abrigos, chaquetones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	9.6 ó 12	0	China (12%) Dinamarca (0%) Hong Kong (12%)
611019	Suéteres, pullovers, cardigans de punto de pelo fino	9.6 ó 12	0	Italia (0%) Alemania (0%) China (12%)
611710	Chales, pañuelos, bufandas de punto	9.6 ó 12	0	Dinamarca (0%) Alemania (0%) India (9.6%)
620442	Vestidos de algodón para mujeres o niñas	9.6 ó 12	0	Dinamarca (0%) China (12%) Bangladesh (0%)
610910	T-shirt para mujeres o niñas	9.6 ó 12	0	Turquía (0%) Bangladesh (0%) Dinamarca (0%)
610610	Polo shirt de algodón para mujeres o niñas	9.6 ó 12	0	Turquía (0%) China (12%) China (10.5%)
620920	Prendas y complementos de vestir de algodón para bebés	8.4 ó 10.5	0	Bangladesh (0%) India (8.4%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

(*) El arancel de 12% es aplicado generalmente a China y Hong Kong
El arancel de 9.6% es aplicado generalmente a países del Medio Oriente y los demás países asiáticos.

Cuadro N°7

Arancel de artesanías exportadas a Suecia				
Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Competidores (Arancel que pagan)
630120	Mantas de las demás materias textiles	9.6 ó 12	0	Letonia (0%) Italia (0%) China (12%) Dinamarca (0%)
950300	Adornos que representan animales o seres no humanos	0.4 ó 1.9	0	China (1.9%) Hong Kong (1.9%) China (5.7%)
420222	Bolsos de mano con superficie exterior de plástico	1.1 ó 5.7	0	Hong Kong (5.7%) Francia (0%)

Cuadro N°8

Arancel de joyería exportadas a Suecia				
Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Competidores (Arancel que pagan)
711311	Artículos de joyería de plata	2.5	0	Tailandia (2.5%) Italia (0%) Dinamarca (0%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

4.2 Barreras no arancelarias

Los productos que se comercialicen en Suecia al igual que en el resto de la Unión Europea deben cumplir con los requisitos sobre etiquetado destinados a garantizar la protección de los consumidores. Dichos requisitos pretenden asegurar un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionándoles información completa sobre el producto (contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales, informaciones específicas, etc.). Entre los principales requisitos se encuentran la indicación de la composición de la fibra principal que se utilizó en la elaboración de la prenda, los que no cumplan con este requerimiento no podrán ser comercializados en la Unión Europea. La regulación es la Directiva 2008/121/CE, la cual reemplaza la anterior Directiva 96/74/CE.

Etiquetado ecológica europea

La etiqueta ecológica comunitaria, o logotipo de la flor, es la marca oficial de la Unión Europea para productos con el menor impacto ambiental en un amplio rango de productos. El objetivo es promover y ayudar a los consumidores a identificar aquellos bienes que contribuyen significativamente al mejoramiento en aspectos ambientales claves.

La participación en este programa es voluntaria. Esto significa que los productos pueden ser vendidos en el mercado de la Unión Europea sin el logotipo de la Flor y no hay regulaciones que obliguen aplicar la etiqueta ecológica.

EUROPEAN UNION ECO-LABEL



Awarded to goods or services which meet the environmental requirements of the EU-eco-labelling scheme

Licence registration number:

El Reglamento (CE) N° 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-27 30/01/2010) (CELEX 32010R0066) establece los requisitos básicos para la concesión de la etiqueta ecológica.

Los criterios en materia de etiqueta ecológica están regulados específicamente por grupos de productos (textiles, calzado, productos de limpieza, electrodomésticos, artículos de papel, etc.).

Los fabricantes, importadores, prestadores de servicios, comerciantes o minoristas pueden solicitar la etiqueta ecológica al organismo competente del Estado miembro de comercialización del producto.

4.3 Distribución y transporte de mercancías

- **Distribución de mercancías**

Unas 2/3 partes de las importaciones suecas se comercializan a través de mayoristas /importadores/agentes. Los bienes de consumo y las materias primas industriales se importan normalmente a través de los mencionados canales. Los más importantes centros de distribución se localizan en Estocolmo, Gotemburgo, Malmo y Helsingborg.

El sistema de distribución comercial en Suecia, al igual que en el resto de los países escandinavos, se caracteriza por su concentración y centralización y está dominado por cuatro grupos que conjuntamente controlan el 80% del mercado mayorista: COOP NORDEN, ICA GRUPPEN, UNITED NORDIC (Axfood), REITAN GROUP.

Por lo que se refiere al resto del sector de bienes de consumo hay, en general, un alto grado de importación en el mismo y se encuentra dominado por multinacionales, aunque las cadenas de confección suecas mantienen su predominio en el mercado sueco. Entre las principales cadenas suecas de ropa se encuentran H&M, Kappahl y Lindex.

Con respecto al sector de artículos para el hogar, éste está dominado por grandes cadenas que a su vez forman grupos empresariales integrados, como IKEA, DUKA, CERVERA, MIO y SVENSKA HEM. La aproximación con las cadenas debe hacerse como mucho tiempo y con la finalidad de proveer artículos de alta calidad, uniformidad, cumplimiento en los tiempos de entrega, precios y demás condiciones.

- **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

5. Oportunidades comerciales

A continuación se presenta una lista de productos peruanos potenciales para la exportación hacia Suecia, correspondientes al sector confecciones, artesanías y joyería.

Cuadro N°8

Productos potenciales en Suecia Sector Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Suecia (2011) Miles de US\$	Arancel Perú	Competidores
610910	T-shirt de algodón	Consolidado	315,637	0%	Bangladesh (0%) Turquía (0%) Dinamarca (0%)
611120	Prendas de algodón para bebés	Estrella	54,220	0%	China (10.5%) Bangladesh (0%) Hong Kong (10.5%)
610510	Polo shirt de algodón para hombres	Consolidado	38,956	0%	Bangladesh (0%) Italia (0%) China (12%)
610610	Polo shirt de algodón para mujeres	Consolidado	28,538	0%	Bangladesh (0%) Dinamarca (0%) Turquía (0%)
610230	Abrigos, chaquetones de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Prometedor	23,204	0%	China (12%), Alemania (0%), Países Bajos (0%)
611710	Chales, pañuelos, bufandas	Prometedor	19,209	0%	China (12%), Dinamarca (0%), Alemania (0%)
611420	Las demás prendas de vestir de punto de algodón	Prometedor	15,726	0%	Turquía (0%), Noruega (0%), Hong Kong (12%)
611594	Calzas, panty-medias y demás artículos	Prometedor	7,796	0%	Portugal (0%), Turquía (0%), Alemania (0%)
621290	Corsés, tirantes, ligas y artículos similares	Prometedor	4,540	0%	China (6.5%), Hong Kong (6.5%), Irlanda (0%)
610891	Batas y similares de algodón, para mujeres o niñas	Prometedor	3,517	0%	China (12%), Turquía (0%), Polonia (0%)
611019	Suéteres, jerseys, pullovers de pelo de alpaca	Prometedor	2,758	0%	Hong Kong (12%) Italia (0%), Alemania (0%)
611691	Los demás guantes de lana o pelo fino	Prometedor	1,752	0%	China (8.9%), Hong Kong (8.9%), Polonia (0%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

Cuadro N°9

Productos potenciales en Suecia Sector Artesanías					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Suecia (2011) Miles de US\$	Arancel Perú	Competidores
940360	Los demás muebles de madera	Estrella	403,275	0%	Polonia (5.7%) China (0%) Lituania (0%)
940490	Artículos de cama (almohadas, cojines, edredones, etc.)	Estrella	154,481	0%	China (3.7%) Estonia (0%) Noruega (0%)
940350	Muebles de madera para dormitorio	Estrella	62,983	0%	Polonia (2%) Dinamarca (0%) Italia (0%)
420222	Bolsos de mano, con la superficie exterior de plástico	Prometedor	33,978	0%	China (5.7%) Hong Kong (5.7%) Francia (0%)
970110	Cuadros, pinturas y dibujos hechos a mano	Prometedor	10,501	0%	Estados Unidos (0%) Reino Unido (0%) China (0%)
442010	Estatuillas y adornos de madera	Prometedor	6,104	0%	China (2%) Indonesia (0%) India (0%)
960200	Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas y manufacturadas	Prometedor	6,023	0%	Bélgica (0%) España (0%) Finlandia (0%)
630120	Mantas de lana o pelo fino	Prometedor	5,359	0%	Letonia (0%) Italia (0%) China (12%)
430390	Los demás artículos de peletería	Prometedor	1,662	0%	China (3.7%) Polonia (0%) Noruega (0%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

Cuadro N°10

Productos potenciales en Suecia Sector Joyería					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Suecia (2011) Miles de US\$	Arancel Perú	Competidores
711311	Joyería de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso	Prometedor	32,356	0%	Tailandia (2.5%) Italia (0%) Alemania (0%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

6. Tendencias del consumidor²

Se pone en manifiesto un claro cambio en el comportamiento del consumidor, se volvieron más conscientes del precio y sus compras se hicieron más estructuradas y planificadas. Dos cadenas nacionales, H&M (Hennes&Mauritz) y KappAhl AB poseen un valor de marca muy fuerte entre los compradores de ropa sueca. La moda sueca ha disfrutado de un alto perfil en la última década, debido al gran éxito mundial de la cadena H&M. Así también, el éxito de la moda sueca en parte se ha debido a las iniciativas del gobierno las cuales dan prioridad a las exportaciones de moda y diseño.

Las marcas más populares entre los consumidores ricos son HUMÖR jeans, mochilas de Sandqvist and Fjallraven y abrigos de Stutterheim. Las opiniones sobre las marcas, el diseño y la calidad son factores clave en el momento de la decisión de compra para los consumidores suecos más jóvenes, tanto en hombres como mujeres. En contraste, las generaciones mayores tienden a ser mucho menos consciente de las marcas.

La demanda de ropa deportiva está creciendo en el mercado sueco, con tres cadenas expandiéndose rápidamente (Decathlon, Usports y XXL), las cuales ofrecen marcas populares como Adidas y Nike. Al mismo tiempo, los consumidores recurren cada vez más a internet para realizar la compra de prendas de vestir debido a que es fácil poder comparar precios.

Hogares de bajos ingresos están empezando a comprar ropa en tiendas de comestibles, aunque esto ocurre con menor frecuencia en Suecia que en otros países. A pesar de esta tendencia, los consumidores tienden a recurrir a tiendas especializadas y minoristas al momento en la mayoría de los casos. El mercado de ropa para bebés y niños de lujo es cada vez más visto como el segmento de lujo próximo a despegar.

Cuadro N°11

Gasto del consumidor de Suecia (2011-2020)
(En millones de dólares)

Rubro	2011	2012	2015	2020	Variación % 12/11
Alimentos y bebidas sin alcohol	30,835	30,085	35,254	43,725	-2.4
Bebidas alcohólicas y tabaco	9,074	8,673	9,712	11,611	-4.4
Vestimenta y calzado	12,199	11,920	13,940	17,250	-2.3
Vivienda	67,382	66,299	79,994	99,872	-1.6
Art. del hogar y servicios	12,345	12,365	15,315	19,361	0.2
Art. salud y servicios médicos	8,588	8,624	10,797	14,902	0.4
Transporte	33,602	33,350	39,025	48,495	-0.7
Comunicaciones	8,443	8,523	11,033	15,166	1.0
Ocio y recreación	27,802	27,173	31,972	39,898	-2.3
Educación	741	752	953	1,277	1.4
Hoteles y catering	14,145	13,994	17,037	22,083	-1.1
Otros productos y servicios	26,327	26,220	31,858	40,594	-0.4
TOTAL	251,483	247,978	296,889	374,234	-1.4

Fuente: Euromonitor

Elaboración: PROMPERU

²Euromonitor Internacional

7. Cultura de negocios

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. Acuerdos comerciales de Suecia

Suecia es parte de los países miembros de la Unión Europea. La cual otorga 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.

En la actualidad, Suecia como miembro de la UE tiene un TLC de Perú el cual entró en vigencia el 1 de marzo de 2013. Es un acuerdo integral que involucra aspectos laborales para evitar la explotación del ambiente. El tratado consolida también el ingreso libre para productos de exportación como textiles, espárragos, paprika y platas, entre otros.

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

9. Links de interés

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 SUECO DE ESTANDARIZACIÓN (SIS)

<http://www.sis.se>

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y COMERCIO DE SUECIA

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