
2021



Informe e-País: El comercio electrónico en Suecia

Diciembre 2021

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estocolmo

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.



INFORME
e-PAÍS

20 de diciembre de 2021
Estocolmo

Este estudio ha sido realizado por
Lorena Dos Santos Merêncio
Marta Gutiérrez Torquemada
Sara Peciña Benés
Isabel von Berckheim Börjesson

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estocolmo

<http://Suecia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.
NIPO: 114-21-014-3

Suecia es uno de los mercados más atractivos de Europa en el sector *e-commerce* contando con 10.416.585 habitantes¹ y una penetración de internet que se sitúa en el 98% de su población. En 2020 el número de usuarios de internet alcanzó la cifra de 10,2 millones. De hecho, en ese año se registraron 14,35 millones de conexiones móviles, lo que representa el 141,6% de la población. En lo relativo al segmento de comercio electrónico B2C, se alcanzaron 122.000 millones de coronas suecas en el año 2020, lo que supuso un aumento del 40% respecto al año anterior.

Según el último informe [E-barometern de PostNord](#) correspondiente al último trimestre de 2021², el consumo del comercio electrónico en Suecia asciende al 79% del total de la población sueca. Esto implica un aumento del 16% del *e-commerce* sueco con respecto al mismo período del año anterior. Este dato es muy positivo puesto que, como consecuencia de la pandemia, las cifras obtenidas en el segundo trimestre de 2020 alcanzaron las tasas de crecimiento más altas registradas en Suecia, y, a pesar de ello, en el segundo trimestre de 2021 el crecimiento ha continuado. En esta línea, el informe apunta que el comercio electrónico se ha consolidado en el país y se prevé que siga creciendo a una tasa del 7% anual en los próximos cuatro años como consecuencia de los nuevos hábitos digitales adquiridos por la población sueca.

A pesar del fuerte desarrollo experimentado por el comercio electrónico B2C, otras modalidades como el B2B o el B2G presentan un menor ritmo de crecimiento. Así, el análisis de la oferta en el país muestra que el sector B2B presenta una menor tasa de digitalización que el B2C. De este modo, según datos de [Litium](#), en 2020, el 35% de las empresas suecas dedicadas a las ventas B2B no disponían de plataforma *e-commerce*. Sin embargo, y a raíz de la reciente popularidad del sector en los últimos años, un 27% de estas organizaciones tiene pensado poner en marcha una plataforma *online* en los próximos tres años.

En relación con el uso de **redes sociales** entre la población sueca, según el informe [Digital 2021 Sweden](#), en enero de 2021 un 82,1% de la población sueca era usuaria activa de las redes sociales, lo que suponen 8,32 millones de personas. Cada ciudadano en Suecia utiliza las redes sociales una media de 1 hora y 48 minutos al día, siendo las tres redes sociales más usadas por los usuarios de internet [Facebook](#) (79%), [Instagram](#) (66%) y [Snapchat](#) (38%).

Con respecto al **consumo de contenidos digitales**, cabe mencionar que, en 2020, el 84% de la población sueca vio la televisión a diario. Dentro de las plataformas para ver vídeos bajo demanda (VOD) cabe destacar el crecimiento experimentado por el mercado de vídeos bajo demanda con suscripción (SVOD), que ha crecido un 25% en el tercer cuatrimestre del año 2020. La plataforma más utilizada en el país nórdico es [Netflix](#), seguida por [Viaplay](#), [HBO Nordic](#) y [C More](#). Con respecto a los juegos online, Suecia es uno de los mayores mercados de juegos digitales de Europa. Por su parte, la industria musical digital en Suecia se encuentra desde hace unos años en auge y actualmente el 92% de la población sueca ha utilizado al menos una plataforma de música digital.

¹ Statistiskcentralbyrån (2020): Population Statistics. Disponible en: https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_BE_BE0101_BE0101A/BefolkningR1860N/

² PostNord (2021): E-barometern Q1 2021. Disponible en: <https://www.postnord.se/e-barometern/start/analys-av-arne-calle>

La plataforma de música en *streaming* con mayor cuota de mercado es [Youtube](#) (74%), seguida de su gran competidor de origen sueco, [Spotify](#) (72%).

El **marco regulatorio** tiene un papel importante en la vertebración del comercio electrónico en el país. En Suecia resulta de aplicación la normativa dimanante de la Unión Europea (UE) en materia de comercio electrónico y materias afines como la protección al consumidor. La base jurídica del comercio electrónico está compuesta básicamente por la Ley de Comercio Electrónico (en sueco, *E-handelslagen*³), la Ley sobre contratos a distancia y acuerdos fuera de locales comerciales (en sueco, *Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokaler*⁴) y la Ley de Servicios de Pago (*Lag om betaltjänster*⁵), de reciente aprobación en 2020. La mencionada normativa establece una serie de requisitos relativos a los deberes de información, derechos de desistimiento, etc. No obstante, esta ley contempla una gran casuística que debe ser estudiada con profundidad y detalle atendiendo a las características de la tienda *online*.

En términos de **logística**, Suecia cuenta con un sistema de entrega o reparto eficiente y bien desarrollado. La logística en el país destaca por su fuerte orientación al consumidor, ofreciendo una amplia gama de opciones de entrega, como la entrega en tienda, a domicilio, o a ubicaciones alternativas (buzón, exterior de la puerta...). También la gestión de la devolución de productos se considera un factor clave del éxito del *e-commerce* en Suecia. La región de Gotemburgo es el centro de distribución más desarrollado de Suecia, mientras que la región de Helsingborg alberga el segundo puerto más grande del país. Otros puntos logísticos importantes se encuentran en la zona de Estocolmo Norte, en la Región de Örebro y la Región de Östgöta.

Con respecto al **mercado de pagos** en Suecia, este está caracterizado por la escasa utilización del efectivo. El aumento del uso de las distintas formas de pago electrónico está fomentando su gran desarrollo, intentando ofrecer a los usuarios métodos cada vez más eficientes y seguros. *Swish*⁶, un esquema de pago por móvil de gran difusión es un claro ejemplo de sistema de pago digital que ha crecido sustancialmente en los últimos años, siendo utilizado por un 92% de la población adulta sueca⁷ y alcanzando en el año 2020 los 7,5 millones de usuarios.

Desde la perspectiva del consumidor, cabe destacar que para el consumidor sueco prima fundamentalmente, como factor determinante de compra, la calidad y la procedencia del producto, por encima de otras cuestiones, como, por ejemplo, el precio. Las categorías de productos más populares en el comercio electrónico sueco en orden de mayor a menor son, según el [E-barometern](#)

³ Ley sueca de comercio electrónico. Disponible en: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2002562-om-elektronisk-handel-och-andra_sfs-2002-562

⁴ Ley sobre contratos a distancia y acuerdos fuera de locales comerciales. Disponible en: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-200559-om-distansavtal-och-avtal-utanfor_sfs-2005-59

⁵ Ley de Servicios de Pago. Disponible en: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2010751-om-betaltjanster_sfs-2010-751

⁶ Acceso a la página web: <https://www.getswish.se/>

⁷ Svenskarna och internet. Disponible en: <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2020/e-handel-och-digitala-betalningslosningar/>

2020, la electrónica de consumo, con una cuota del 43%, seguida de ropa y calzado, con un 30%. Las diez **principales plataformas** donde los usuarios compran *online* por orden de mayores a menores ingresos son [Apotea](#), [Netonnet](#), [Elgiganten](#); [Zalando](#); [Apoteket](#), [H&M](#), [Ikea](#), [Apple](#), [Cdon](#) y, por último, [Webhallen](#).

Finalmente, se observa que el comercio electrónico sueco está creciendo rápidamente y, por lo tanto, es de gran interés para muchas empresas extranjeras. Hay que tener presente el 96% de la población realizó compras por internet en 2020, es decir, 9,9 millones de personas. De este modo, el porcentaje de usuarios de internet que realizaron compras *online* en 2020 asciende a un 97%⁸.

Actualmente, el mercado del comercio electrónico sueco está creciendo una media de un 7% anual, y se prevé que supere los 17.000 millones de euros en 2025. Además, se espera que, para 2024, el crecimiento sea del 10%. Estos datos muestran una tendencia hacia el crecimiento y la consolidación del mercado *online* en Suecia como una de las principales formas de comprar en el futuro en el país⁹.



⁸ PostNord (2021): *E-commerce in Europe 2020*. Disponible en: <https://www.postnord.se/siteassets/pdf/rapporter/e-commerce-in-europe-2020.pdf>

⁹ E-commerceDB (2020). Country Report: Sweden. Disponible en: <https://e-commercedb.com/en/reports/country>

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Estocolmo](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Suecia.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Suecia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEx España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones