

¿Cómo hacer negocios con los Países Nórdicos?



QUIENES SOMOS

La **CCPN** es una asociación sin fines de lucro, conformada por 37 empresas socias de origen nórdico en su mayoría, con vinculaciones comerciales y/o aspiraciones a desarrollar nexos con los Países Nórdicos.



Objetivos

Dado el sostenido crecimiento económico, estabilidad política, social y financiera que ha demostrado el Perú en los últimos años, además de la gran riqueza en recursos naturales y culturales, nuestro país representa para los mercados nórdicos un lugar seguro y estable donde invertir y desarrollar negocios.

La **Cámara de Comercio Peruano Nórdica** tiene como objetivos fortalecer e incrementar las relaciones comerciales, culturales, sociales y políticas entre el Perú y los Países Nórdicos; facilitar la comunicación e intercambio de información; construir los puentes que acorten la brecha aún existente y, finalmente contribuir al desarrollo social del Perú asimilando y difundiendo las fortalezas de sus asociados.

¿Quienes conforman el Mercado Nórdico?

Las economías nórdicas representan para el Perú múltiples alternativas y oportunidades en términos de Intercambio Comercial, Tecnológico, Cultural y de Información y Conocimiento. El Bloque Nórdico, conformado por **Finlandia, Suecia, Noruega, Dinamarca e Islandia** se caracteriza por unir países líderes en tecnología y soluciones, para el medio ambiente y el aprovechamiento sostenible de recursos, sistemas avanzados de comunicación y una gran conciencia social. Representa economías abiertas y sólidas, de gran modernidad y destacadas por estar entre las más competitivas del mundo.

Europa del Norte tiene
25 millones de
habitantes

Finlandia	5.3
Dinamarca	5.5
Noruega	4.8
Suecia	9.3



The Nordic market at a glance

Some Basic Facts

Country	Language	Business language
Sweden	Swedish	English
Denmark	Danish	English
Norway	Norwegian	English
Finland	Finnish	English
Iceland	Icelandic	English

Population and Geographical Area

Country	Population	%	Area km ²	Density
Sweden	9,418,700	46	450,294	23 inh./km ²
Denmark	5,534,700	27	43,098	126 inh./ km ²
Norway	4,858,200	0	385,155	16 inh./ km ²
Finland	5,375,300	26	390,903	16 inh./ km ²
Iceland	318,500	2	103,000	3 inh./ km ²
TOTAL	25,505,400	100	1,372,450	

Economy

Country	EU member state	Currency	Other
Sweden	Yes	Swedish Krona, SEK	
Denmark	Yes	Danish Krone, DKK	
Norway	No	Norwegian Krone, NOK	Member of EEA (European Economic Area) January 1994
Finland	Yes	EURO, EUR	
Iceland	No	Icelandic Króna, ISK	Member of EEA January 1994. Applied for EU-membership in July 2009



Ease of doing business

- | | |
|--|--|
| 1.  Singapur | 9.  Irelandia |
| 2.  Hong Kong | 10.  Austria |
| 3.  New Zealand | 11.  Saudi Arabia |
| 4.  Reino Unido | 12.  Georgia |
| 5.  Estado Unidos | 13.  Finlandia |
| 6.  Dinamarca | 14.  Suecia |
| 7.  Canada | 15.  Islandia |
| 8.  Noruega | |

Doing Business

Economy	Ease of Doing Business Rank ▲	Starting a Business	Dealing with Construction Permits	Registering Property	Getting Credit	Protecting Investors	Paying Taxes	Trading Across Borders	Enforcing Contracts	Closing a Business
Singapore	1	4	2	15	6	2	4	1	13	2
Hong Kong SAR, China	2	6	1	56	2	3	3	2	2	15
New Zealand	3	1	5	3	2	1	26	28	9	16
United Kingdom	4	17	16	22	2	10	16	15	23	7
United States	5	9	27	12	6	5	62	20	8	14
Denmark	6	27	10	30	15	28	13	5	30	5
Canada	7	3	29	37	32	5	10	41	58	3
Norway	8	33	65	8	46	20	18	9	4	4
Ireland	9	11	38	78	15	5	7	23	37	9
Australia	10	2	63	35	6	59	48	29	16	12
Saudi Arabia	11	13	14	1	46	16	6	18	140	65
Georgia	12	8	7	2	15	20	61	35	41	105
Finland	13	32	55	26	32	59	65	6	11	6
Sweden	14	39	20	15	72	28	39	7	52	18
Iceland	15	29	31	11	32	74	35	79	3	17

Características de los nórdicos

- Constituyen una sociedad altamente educada. Son pioneros en políticas educativas.
- Sus características esenciales son: la honestidad, la ética y la humildad.
- El robo y la mentira no son tolerados.
- Se caracterizan por tener una política altamente democrática.
- Los políticos y los funcionarios públicos ejercen sus funciones con total transparencia.
- Tienen una economía sólida.



Competitividad

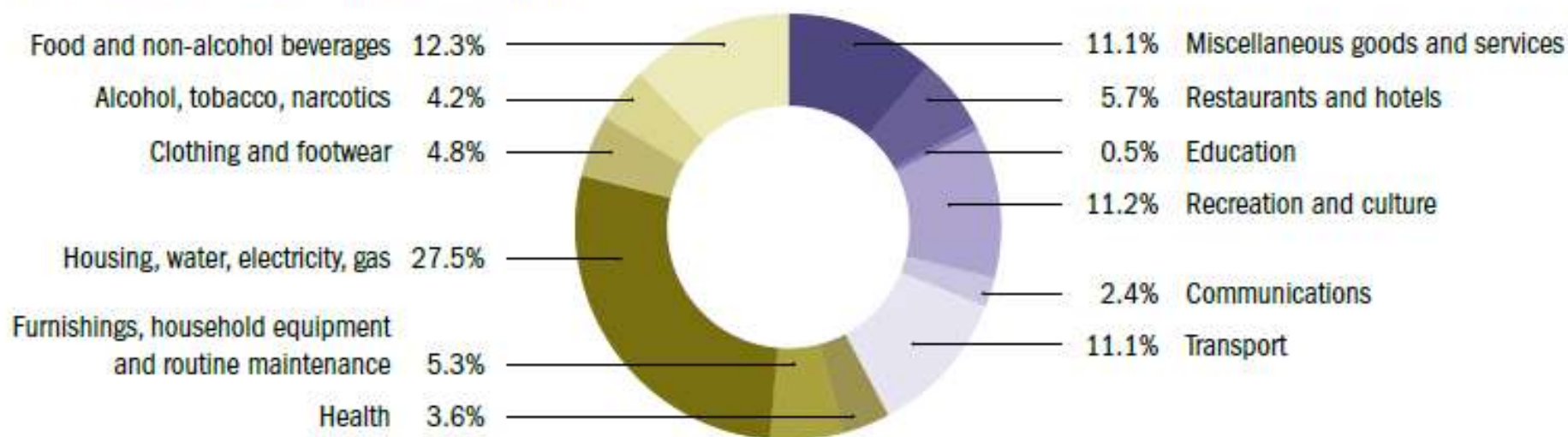
Los países nórdicos, encabezados por Suecia, se ubican entre las economías más competitivas del mundo.

- | | |
|---|---|
| 1.  Suiza | 8.  Países bajos |
| 2.  Suecia | 9.  Dinamarca |
| 3.  Singapur | 10.  Canadá |
| 4.  Estados Unidos | 11.  Hong Kong |
| 5.  Alemania | 12.  Reino Unido |
| 6.  Japón | 13.  Taiwán |
| 7.  Finlandia | 14.  Noruega |
| | 24.  Islandia |

Los países nórdicos se encuentran entre las diez naciones con mayor implantación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

- 
- ✓ Países altamente competitivos
 - ✓ Crecimiento Sostenido
 - ✓ Apertura al Mercado Internacional
 - ✓ PBI per cápita promedio 40,000 euros

FIGURE 1: Consumption expenditure of households on goods and services, in the Nordic countries, 2009
(% of total household consumption expenditure).



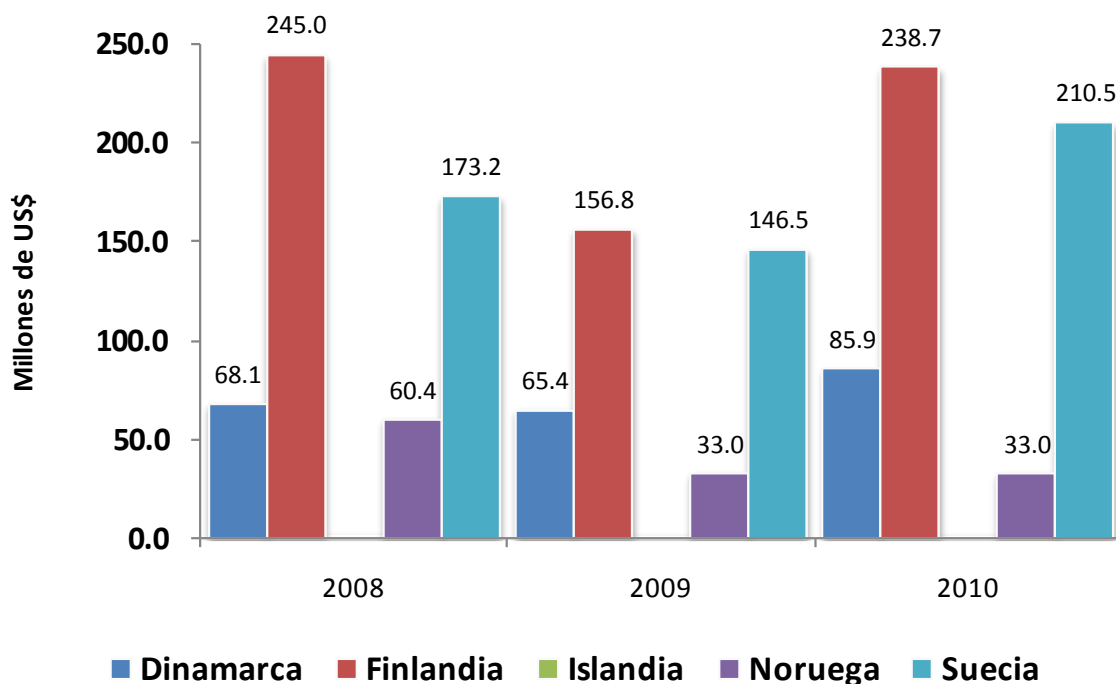
HOUSEHOLD CONSUMPTION IN 2009: NORDIC COUNTRIES* AND EU-27 AVERAGE

	Denmark	Finland	Sweden	Nordic countries	EU-27 average
Food and non-alcohol beverages	11.3	12.9	12.6	12.3	12.6
Alcohol, tobacco, narcotics	3.5	5.3	3.7	4.2	3.5
Clothing and footwear	4.5	5	5	4.8	5.4
Housing, water, electricity, gas	29	26.7	26.9	27.5	22.9
Furnishings, household equipment and routine maintenance	5.5	5.2	5.3	5.3	5.9
Health	2.9	4.5	3.4	3.6	3.7
Transport	11	10.2	12.2	11.1	13.2
Communications	1.8	2.2	3.2	2.4	2.7
Recreation and culture	10.7	11.5	11.5	11.2	9.1
Education	0.8	0.5	0.3	0.5	1.1
Restaurants and hotels	4.9	6.5	5.3	5.7	8.5
Miscellaneous goods and services	13.7	9.2	10.5	11.1	11

Source: Eurostat

* The latest comparable figures available are from 2009. The figures of Norway are not included (not available).

Exportaciones Peruanas a los Países Nórdicos

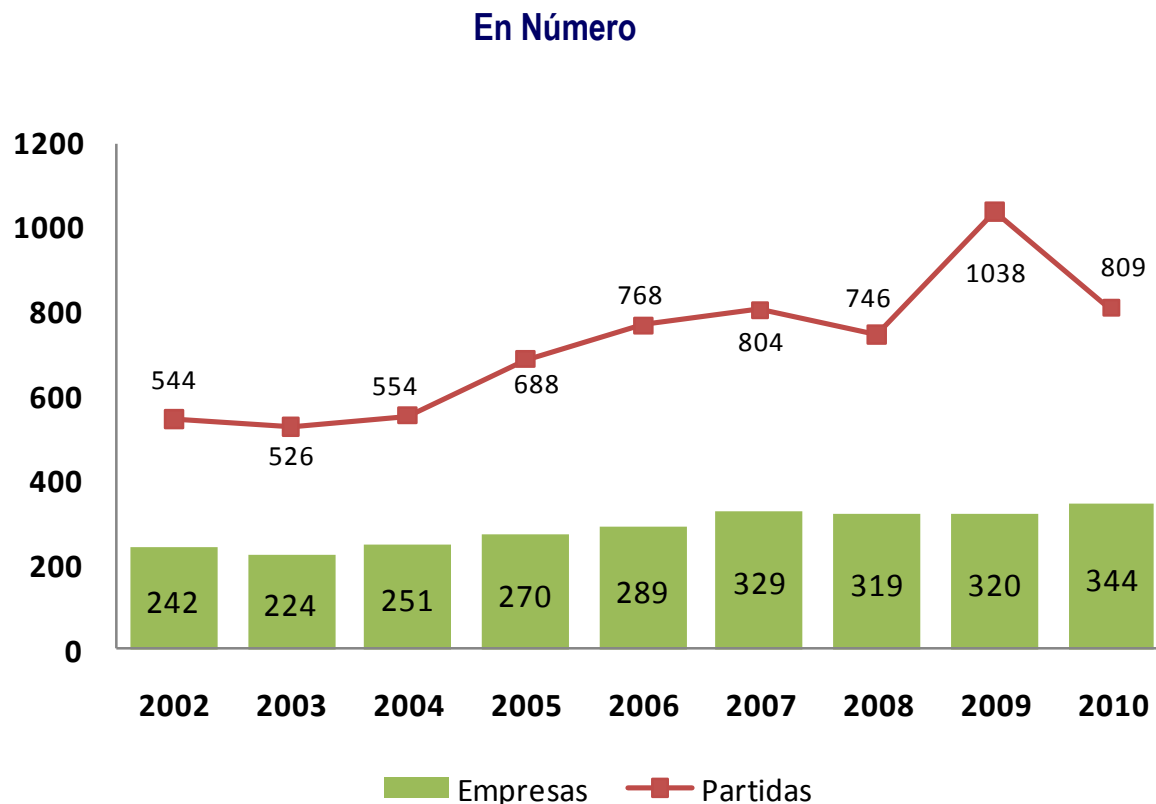


- **Crecimiento promedio últimos 5 años**

- ▶ Empresas: -4.7 %
- ▶ Partidas: -3.2%

- **Crecimiento 10/09:**

- ▶ Empresas: 7.5 %
- ▶ Partidas: -22.1%

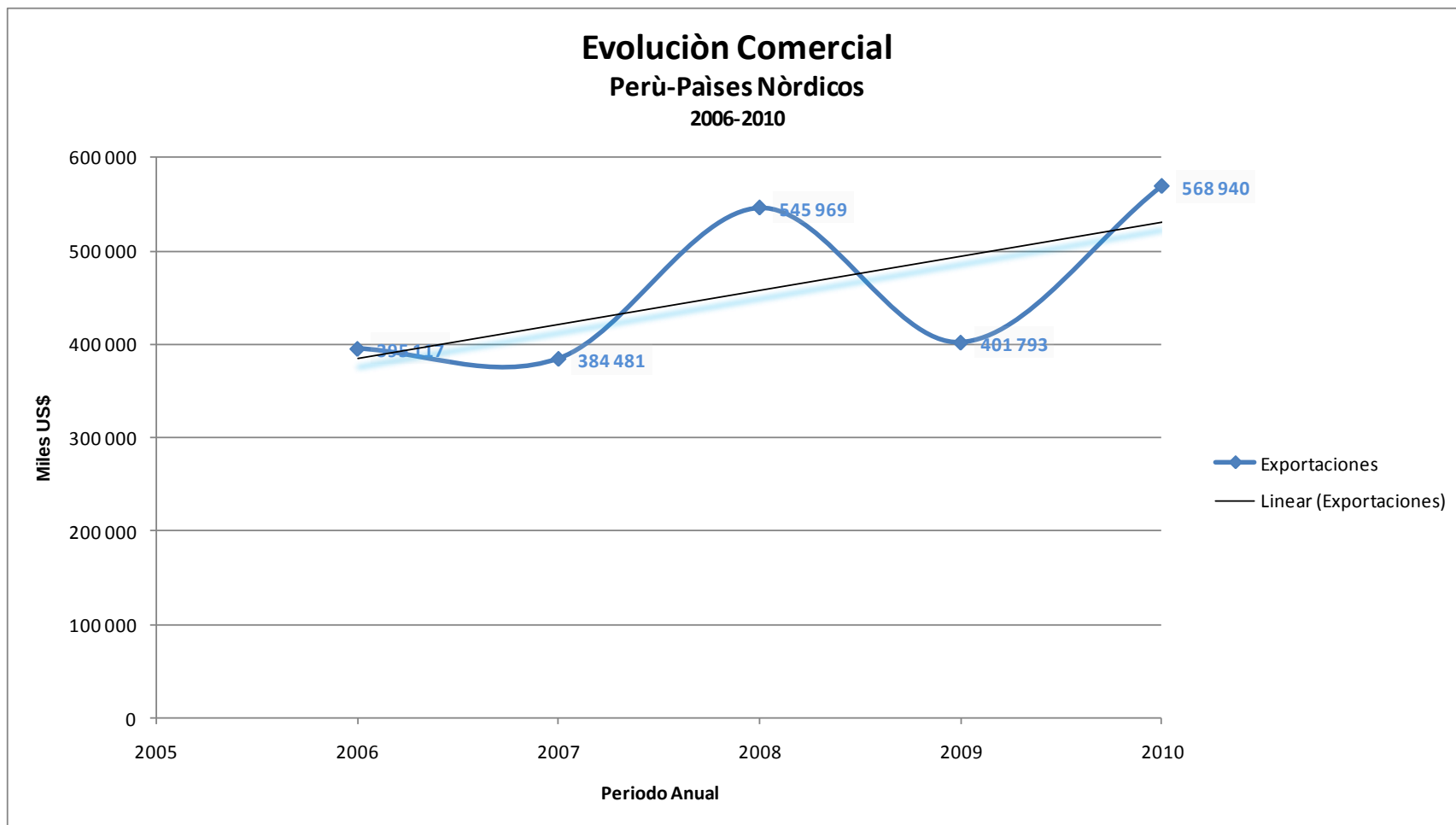




Evolución Comercial

Perù-Países Nòrdicos

2006-2010





Exportaciones Peruanas a los Países Nórdicos

US\$ Millones

País	2009	Var.% 09/08	2010	Var.% 10/09	Part.% 10
Finlandia	156.8	-36.0	238.7	52.2	42.0
Suecia	146.5	-15.4	210.5	43.7	37.0
Dinamarca	65.4	-4.0	85.9	31.4	15.1
Noruega	33.0	-45.4	33.0	-0.1	5.8
Islandia	0.7	-60.4	0.8	26.7	0.1
Total	402.3	-26.6	568.9	41.4	100.0



Enero – Diciembre 2010

Millones de US\$ FOB

Comercio Exterior	Finlandia	Suecia	Noruega	Islandia	Dinamarca	Total
Exportaciones	238.7	210.5	33.0	0.8	85.9	568.9
Importaciones	91.6	249.2	11.8	0.1	57.9	410.6
Balanza Comercial	147.2	-38.7	21.2	0.7	27.9	158.4
Intercambio Comercial	330.3	459.7	44.7	0.9	143.8	979.5

Exportación a los Países Nórdicos por Producto

US\$ Millones

Producto	2009	Var. % 09/08	2010	Var.% 10/09	Part% 10
No Tradicional	30.4	-7.8	64.0	110.8	11.2
Tradicional	371.9	-27.8	504.9	35.8	88.8
Total	402.3	-26.6	568.9	41.4	100.0

Exportaciones Peruanas No Tradicionales a los Países Nórdicos

US\$ Millones

Sector	2009	Var.% 09/08	2010	Var.% 10/09	Part.% 10
Quimico	5,961.6	7.4	33,864.9	468.0	52.9
Agropecuario	10,046.9	-11.8	12,382.4	23.2	19.3
Textil	8,719.6	11.1	11,706.1	34.3	18.3
Maderas Y Papeles	353.9	-79.3	1,508.7	326.3	2.4
Pesquero	1,867.5	43.4	1,470.6	-21.3	2.3
Metal-Mecanico	2,348.4	-34.0	1,430.1	-39.1	2.2
Sidero-Metalurgico	841.7	-30.7	1,325.3	57.5	2.1
Varios (Inc. Joyeria)	148.0	-18.0	211.6	43.0	0.3
Pieles Y Cueros	6.9	-43.5	58.2	744.0	0.1
Mineria No Metalica	65.7	-55.4	29.9	-54.6	0.0
Artesanias	0.4	-96.0	13.7	3,272.4	0.0
Total	30,360.6	-7.8	64,001.5	110.8	100.0

A large, imposing red brick fortress, likely Suomenlinna Castle, stands on a grassy hill. The fortress features two prominent towers with dark, conical roofs. The building is constructed from reddish-brown bricks and has a dark grey roof. The hill it sits on is covered in green grass and some low-lying vegetation. The sky is overcast and grey.

Finlandia

Finlandia

- 5,3 millones de habitantes
- Superficie 390 000 km²
- Capital Helsinki, aprox 500 mil habitantes
- República
- Idiomas: finés y sueco
- Moneda: Euro
- Miembro de la UE desde 1995
- 67 % de bosques
- 180 000 islas, 188 000 lagos
- Líder mundial en tecnología para el medio ambiente, industria papelera y forestal, tecnología de comunicación





Cuatro estaciones del año
variación entre -30°C y $+30^{\circ}\text{C}$





Oficialmente bilingüe: finés y sueco



Estilo de vida nórdico

Alto nivel de educación

85% de mujeres entre 25-45 años trabajan afuera de la casa

cámara de comercio
PERUANO NÓRDICA



Tiempo de vuelo a Helsinki:

- Nueva York 8 h 40 min
- Beijing 7 h 40 min
- St Petersburg 1 h
- Estocolmo 55 min



Tradición



Capital Mundial de Diseño 2012

Primeros en innovación y competitividad



Poca corrupción

Industrias más importantes:
Alta tecnología,
Ingeniería, Industria
Forestal y Servicios

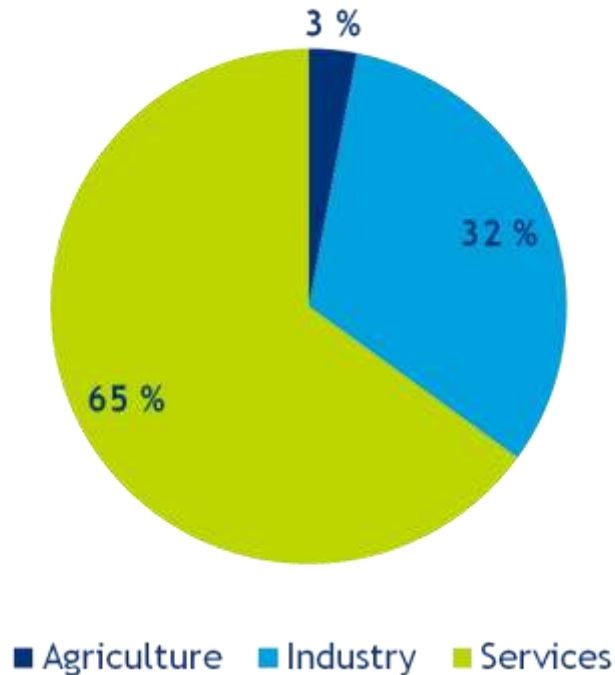


Aprender toda la vida

Conocimiento: el recurso más importante

- Economía abierta y fuerte. PBI/capita: 29,500 €
- Industrialización tardía pero rápida
- Rápido desarrollo de un país pobre y agrario a un país moderno e industrializado que hoy en día está entre los más competitivos en el mundo.
- Creció gracias a la industria forestal y maderera, agricultura y algunos minerales.
- Últimos años: rápidos cambios estructurales hacia tecnología, servicios e innovaciones
- La estructura por sectores: servicios 65,7 %, manufactura 31,4%, producción primaria 2,9 %.
- Recursos naturales: madera, mineral ferruginoso, cobre, plomo, zinc, cromo, níquel, caliza del cal

- Muy dependiente del comercio exterior
- Principales socios son países Europeos (más de la mitad de import. y export. con países miembros de la UE)
- Finlandia se ha integrado con sus países vecinos por fusiones de empresas como
 - Nordea y Den Danske Bank, grupos bancarios
 - Stora-Enso, industria forestal
 - TeliaSonera, telecomunicaciones
- Los países nórdicos se consideran como un mercado nacional expandido: las mismas leyes, regulaciones y estándares aplican prácticamente en todos los países, con algunas excepciones



Industrias:

- productos de metal
- electrónica
- maquinaria
- instrumentos científicos
- construcción naval
- pulpa y papel
- alimentos
- productos químicos
- textiles
- tecnologías limpias

Tendencias de consumo

- Comercio de bienes y servicios creció a 5 % de 2006 a 2007, y continuó fuerte hasta la crisis mundial.
- Sectores de crecimiento: alimentos saludables, muebles y artículos de decoración, equipos electrónicos para la casa, moda y artículos para los deportes
- En general, el consumidor finlandés es curioso y quiere probar nuevos sabores y obtener lo último de la tecnología

Qué le interesa al consumidor finlandes?

- Productos ecológicos y orgánicos
- Productos de comercio justo (fair trade) - el consumo crece notablemente
- Productos y alimentos saludables
- Certificaciones
- Productos que "tienen historia o cara"
- Responsabilidad social corporativa



Productos ecológicos y orgánicos

Productos saludables
y certificados

Responsabilidad Social
Corporativa

Comercio justo – it is a brand!

Garantiza que las comunidades productoras de los países en vía de desarrollo reciben un pago justo por su trabajo.

- Productos más populares en Finlandia son café, platano, flores, vino y ropa de algodón → ganan todavía más popularidad
- Los productos peruanos que venden en Finlandia son mani, café, cacao y productos de algodón.
- Marcas propias de las tiendas se ponen justas
- Proximadamente langostinos, madera, oro



- Casi 30 empresas finlandesas representadas en el Perú
- Perú exporta minerales, mantas y tejidos de lana y algodón, frutas, café sin tostar
- Finlandia exporta a Perú papel estucado, partes de telefonos y demas aparatos, carton
- Las importaciones de Finlandia al Perú se duplicaron en 2008, siendo aprox. 94 millones Euros
- En 2009, bajaron a 37 millones Euros y en 2010 ascendieron a 58,9 millones Euros (68% recuperación)
- El valor de exportaciones peruanas a Finlandia en 2010 fue de 265,6 millones Euros (101% recuperación)
- En América Latina, nuestros los socios más importantes de Finlandia son Brasil, México y Chile

Las oportunidades y oferta exportable entre Finlandia y Perú

- productos alimenticios con efecto positivo en salud, productos orgánicos y justos
- textiles de alta calidad (alpaca, vicuña)
- frutas y vegetales
- minerales
- gastronomía peruana
- un fuerte knowhow en tecnología medioambiental
- industria forestal, manejo de bosques
- maquinaria

Mercado minorista bien organizado

Valor total del
mercado minorista es
de 34 mil millones de
euros



Cadenas grandes como S-group, Kesko y Tradeka dominan el mercado y operan hasta en países vecinos



Estrictos conceptos de
tienda, toma de
decisiones centralizada

cámara de comercio

PERUANO NÓRDICA



Mercado minorista bien organizado

H&M



- En sector textil, cadenas suecas dominan el mercado masivo
- Empresas importadoras y agentes que trabajan con pequeños proveedores están listadas en www.agenttiliitto.fi

Finlayson
FINLAYSON – FAMILON

cámara de comercio
PERUANO NÓRDICA



cámara de comercio
PERUANO NÓRDICA



cámara de comercio

PERUANO NÓRDICA



- Solicitar y fijar citas en buen tiempo
- Llegar temprano, o antes de la hora. Estar puntual es un señal de respeto y eficiencia
- Formales, enfocando al negocio
- Presenta tu argumento con detalles – finlandeses suelen no preguntar mucho
- Confianza: compromiso verbal se considera como acuerdo
- E-mail como medio de comunicación es muy común

Requisitos legales y estándares privados

- La legislación finlandesa está armonizada con la de la UE
- Además, las empresas quieren guardar su reputación. Responsabilidad corporativa incluye: responsabilidad económica, social, ambiental y cuidado de las condiciones laborales





Requisitos legales y estándares privados



- Muchos compradores quieren que sus proveedores cumplan con estándares voluntarios
- Estándares claves son ISO 9000 (estándar para calidad), ISO 14000 (estándar para ambiente), y HACCP (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos, APPCC)

PAIS DE DESTINO / SUBPARTIDA				(ene - dic)
	FINLANDIA			238,734.4
	1	2603000000	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS	202,898.1
	2	2608000000	MINERALES DE CINC Y SUS CONCENTRADOS.	22,571.1
	3	0901119000	LOS DEMÁS CAFÉ SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR	8,037.9
	4	3205000000	LACAS COLORANTES;PREPARAC. A Q' SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPIT. A BASE DE LACAS C	584.5
	5	5208290000	LOS DEMAS TEJIDOS DE ALGODON BLANQUEADOS	473.0
	6	0805202000	TANGELO (CITRUS RETICULATA X CITRUS PARADISIS)	457.9
	7	6301209000	MANTAS DE LAS DEMAS MATERIAS TEXTILES (EXCEPTO LAS ELECTRICAS)	432.0
	8	7907009000	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE CINC	423.1
	9	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA	416.9
	10	8431439000	LAS DEMÁS PARTES DE MÁQUINAS DE SONDEO O PERFORACIÓN DE SUB-PA. 8430.41 u 8430.49	391.9

Islandia

- Capital Reykjavik, aprox 117.898 habitantes.
- República, presidente Ólafur Ragnar Grímsson
- 313.376 habitantes
- Superficie 103.125 km²
- Idioma oficial: Islandés
- Moneda: Corona islandesa
- Miembro de: OTAN, ONU, OCDE, EEE, OSCE, EFTA, Consejo Nórdico, COE.



PAIS DE DESTINO / SUBPARTIDA				(ene - dic)
	ISLANDIA			826.0
	1	1504201000	GRASAS Y ACEITES DE PESCADO Y SUS FRACCIONES EXC. ACEITE DE HIGADO EN BRUTO	541.2
	2	2005600000	ESPARRAGOS PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN CONGELAR	74.2
	3	0901119000	LOS DEMÁS CAFÉ SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR	68.6
	4	2104200000	PREPARACIONES ALIMENTICIAS COMPUESTAS HOMOGENEIZADAS	29.8
	5	6104310000	CHAQUETAS DE PUNTO PARA MUJERES O NIÑAS, DE LANA O PELO FINO	14.9
	6	6110191090	LOS DEMÁS SUETERES DE PELO FINO	14.0
	7	0803001200	BANANAS O PLATANOS TIPO "CAVENDISH VALERY" FRESCOS	11.6
	8	6102100000	ABRIGOS,CHAQ.,CAPAS Y ART. SIMIL.DE PTO, PARA MUJERES O NIÑAS, DE LANA O PELO FINO	11.0
	9	6204390000	CHAQUETAS (SACOS), PARA MUJERES O NIÑAS, DE LAS DEMAS MATERIAS TEXTILES	7.0
	10	2103909000	DEMAS PREPARACIONES PARA SALSAS, Y DEMAS SALSAS PREPARADAS	5.7



Dinamarca

- Capital Copenhague, aprox 1'100,000 hab
- Monarquía constitucional, reyna: Margarita II
- 5.5 millones de habitantes
- Superficie 43,098 km²
- Idioma oficial: Danés
- Moneda: Corona danesa
- Miembro de la UE, ONU, OCDE, OTAN, Schengen, OSCE, FMI, OMC

- En términos de área territorial, Dinamarca es el país más pequeño.
- Tiene frontera con Alemania y se conecta a Suecia por un puente al este del país
- El uso de tierras para agricultura es del 66% del área total, los bosques y tierras de cultivo abarcan el 16% y en el 10% restante se ubican los pueblos, carreteras y construcciones.



PAIS DE DESTINO / SUBPARTIDA				(ene - dic)
	DINAMARCA			85,879.3
	1	1504201000	GRASAS Y ACEITES DE PESCADO Y SUS FRACCIONES EXC. ACEITE DE HIGADO EN BRUTO	35,892.2
	2	3205000000	LACAS COLORANTES;PREPARAC. A Q' SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPIT. A BASE DE LACAS C	20,948.9
	3	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA	10,297.9
	4	0901119000	LOS DEMÁS CAFÉ SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR	4,340.5
	5	0814001000	CORTEZAS DE LIMON (LIMON SUTIL, LIMON COMUN, LIMON CRIOLLO) (CITRUS AURANTIFOLIA) FRESCAS, CONGELADAS, SECAS O	3,438.7
	6	1504209000	GRASAS Y ACEITES DE PESCADO Y SUS FRACCIONES, REFINADOS EXC. ACEITES DE HIGADO	2,648.6
	7	2005600000	ESPARRAGOS PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN CONGELAR	2,289.9
	8	2301201100	HARINA, POLVO Y <<PELLETS>>, DE PESCADO CON UN CONTENIDO DE GRASA SUPERIOR A 2% EN PESO	1,557.6
	9	6301209000	MANTAS DE LAS DEMAS MATERIAS TEXTILES (EXCEPTO LAS ELECTRICAS)	627.5
	10	5109100000	HLADOS DE LANA O PELO FINO P' VENTA AL POR MENOR CON UN CONTENIDO >=85% EN PESO	612.0



Noruega

- Capital Oslo, aprox 575,475 hab
- Gobierno: Monarquía Constitucional, rey S.M. Harald V
- 4,8 millones de habitantes
- Superficie 385.156 km²
- Idioma oficial: Noruego
- Moneda: Corona noruega
- Miembro de: ONU, EFTA, CBSS, OTAN, OCDE, OSCE, Consejo Nórdico, COE.



- Las especies forestales dominantes son coníferas como el pino pero también existen especies caducifolias como los abedules y los álamos.
- El norte de Noruega enfrenta duros y largos y veranos muy soleados con luz solar hasta por 24hrs.

- Noruega tiene frontera con Suecia, Finlandia y Rusia.
- Es un país montañoso, con mucha vegetación boscosa.
- Gran parte del área total está cubierto por bosques y lagos.
- Los bosques cubren el 55% del área total, mientras que las tierras de cultivos sólo el 9%

				(ene - dic)
	NORUEGA			32,958.8
	1	1504201000	GRASAS Y ACEITES DE PESCADO Y SUS FRACCIONES EXC. ACEITE DE HIGADO EN BRUTO	17,549.1
	2	0901119000	LOS DEMÁS CAFÉ SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR	4,033.1
	3	5109100000	HLADOS DE LANA O PELO FINO P' VENTA AL POR MENOR CON UN CONTENIDO >=85% EN PESO	2,185.4
	4	1504209000	GRASAS Y ACEITES DE PESCADO Y SUS FRACCIONES, REFINADOS EXC. ACEITES DE HIGADO	1,548.0
	5	5109900000	LOS DEMAS HILADOS DE LANA O PELO FINO ACONDICIONADOS P' LA VENTA AL POR MENOR	1,532.0
	6	5108200000	HILADOS DE PELO FINO PEINADO SIN ACONDICIONAR P' LA VENTA EL POR MENOR	1,242.2
	7	3926901000	BOYAS Y FLOTADORES PARA REDES DE PESCA	770.1
	8	0303210000	TRUCHAS CONGELADAS, EXCEPTO HIGADOS, HUEVAS Y LECHAS	577.5
	9	6104410000	VESTIDOS DE PUNTO PARA MUJERES O NIÑAS, DE LANA O PELO FINO	343.1
	10	6104310000	CHAQUETAS DE PUNTO PARA MUJERES O NIÑAS, DE LANA O PELO FINO	342.4

cámara de comercio
PERUANO NÓRDICA



Suecia

- Capital Estocolmo, aprox 818.000 habitantes
- Gobierno: Monarquía parlamentaria, rey S.M. Carlos XVI
- 9,4 millones de habitantes
- Superficie 450,000 km²
- Idioma oficial: Sueco
- Moneda: Corona sueca





Forma de gobierno: Monarquía
Parlamentaria

Capital: Estocolmo

Jefe de Gobierno: Fredrik Reinfeldt

Rey (Jefe de Estado): Carl XVI
Gustaf

Superficie: 450 000 km² (8,7%
agua)

Longitud : 1.572 Km.

Población: 9,4 millones (2010)

Densidad: 23 habitantes/km²

Idioma: Sueco

PBI: 458 billones US\$ (2010)

PBI per capita: 37 439 US\$ (2010)

**Principales productos de
exportación:**

maquinaria, automóviles,
productos electrónicos de
telecomunicaciones, papel, etc.

**Principales productos de
importación:**

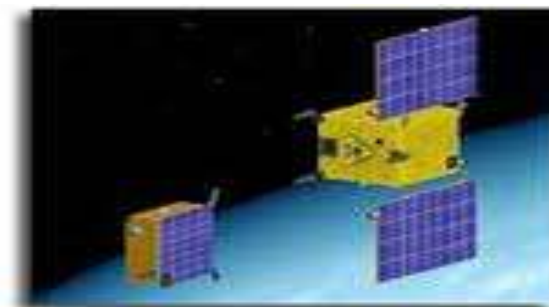
productos electrónicos y de
telecomunicaciones, maquinaria,
productos alimenticios.

Principales socios comerciales:

Unión Europea (Alemania, países
nórdicos) Norteamérica (EEUU) y
Asia

cámara de comercio
PERUANO NÓRDICA

🇵🇪 🇳🇴 🇩🇪 🇸🇪 🇩🇰 🇳🇱 🇸🇩 🇸🇪 🇸🇪



Suecia en la Región Nórdica

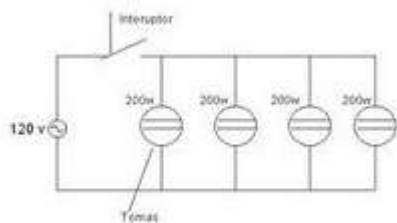
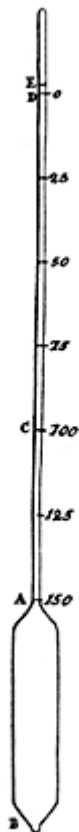
- Con 9,4 millones de habitantes prácticamente dobla a Dinamarca, Finlandia y Noruega
- También es el mayor en superficie y ocupa el centro geográfico de la región
- Los países escandinavos y nórdicos comparten historia común y muchas similitudes culturales, sociales, etc.



Suecia, innovación y diseño



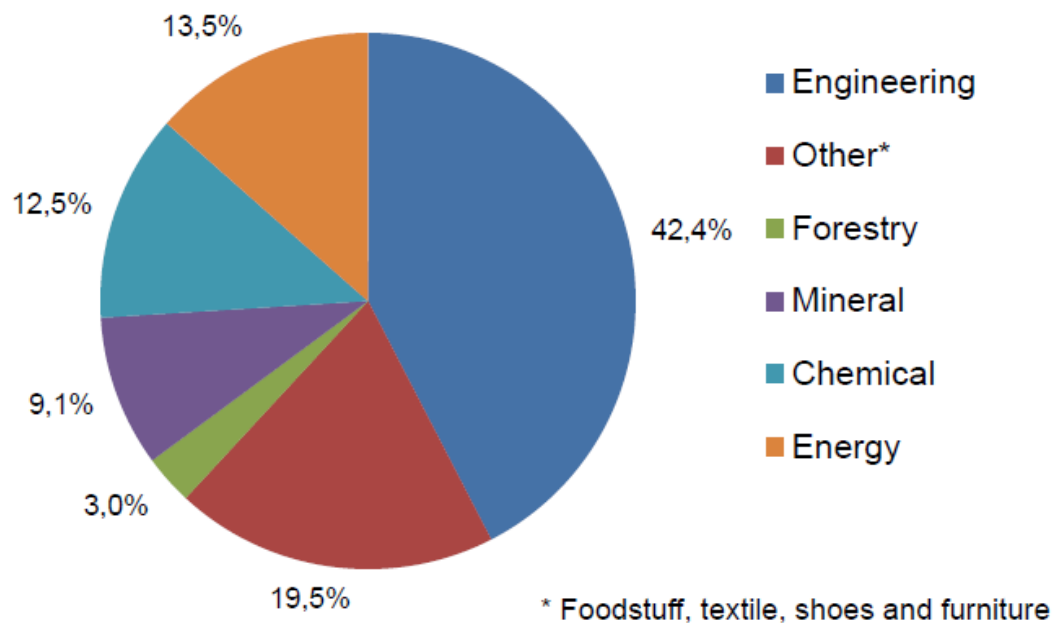
cámara de comercio PERUANO NÓRDICA





Composition of Imports of Goods 2010

% of total import value



Swedish imports of goods divided into product categories

Características del mercado



- El consumidor sueco es muy consciente y bien informado
- Tiene un gran poder de compra
- Tiene un alto nivel de vida
- Orienta sus decisiones por calidad y precio, “value for money”
- La población tiene hoy un 20% de inmigrantes lo que hace a los suecos bastante internacionalizados



Características del mercado

- Igualdad de género y cuidado compartido de los hijos
- La paternidad se posterga hasta los 28 años
- Creciente proporción de adultos - tercera edad
- Hogar promedio compuesto por dos personas

Cultura de Negocios

- Acuerdos escritos y firmados
- Puntualidad es respeto y eficiencia
- Honestidad y realismo
- Prepara bien la reunión
- Mantener cierta distancia física, rápido apretón de manos y no interrumpir
- No prometer demasiado, realismo con el tiempo. Atrasos deben avisarse a tiempo
- No dar ni recibir regalos caros que las autoridades tributarias puedan interpretar como soborno



Cultura de Negocios

- Calidad, precio importan más que relaciones personales
- Los suecos no usan mucho los títulos, pueden llamarte por tu nombre e incluso tutearte
- No excesivamente formales en el vestuario aunque varía con los sectores y las ocasiones
- Organización horizontal y aquel que se reúne es a menudo quien decide
- El acuerdo alcanzado debe respetarse y no ser modificado
- Los suecos son "orgullosos" de su país
- Evitan el conflicto pero son directos

Contactos comerciales

- Mercado muy competitivo y "saturado" de productos - el espontaneismo no funciona
- Debes estar bien preparado y hacer estudio previo. Visita a Suecia, a una feria, misión comercial?
- Marca-calidad o precio?
- Importador directo, distribuidor, agente, joint venture, marketing, publicidad, eventos?
- Una vez superada la fase de entrada hay buenas posibilidades de una relación duradera
- Desde países en desarrollo se importan principalmente textiles y alimentos
- Detectada la oportunidad comercial se puede hacer viaje de aproximación a los actores identificados

Ferias en Suecia

- ✓ Stockholm International Fairs
www.stockholmsmassan.se
- ✓ The Swedish Exhibition Centre
(Gotemburgo) www.swefair.se
- ✓ ELMIA (Jönköping)
www.elmia.se



Reglas del juego

- Suecia es miembro de la UE
- Aranceles: % sobre el valor aduanero
- Derechos específicos para productos agrícolas (sobre cantidad o peso)
- Cuotas
- Preferencias GSP - reducciones arancelarias - parciales para sensibles (agrícolas, textiles) y totales para no sensibles (industriales)
- Preferencias GSP+ (sustentabilidad y gobernabilidad) da preferencia total
- EU Export Helpdesk <http://exporthelp.europa.eu/>

Requerimientos legales

- Deben satisfacerse los requerimientos legales de la UE
- En algunos casos Suecia tiene exigencias adicionales
- El importador asume la responsabilidad por productos defectuosos
- Incidentes pueden conducir a que el exportador sea requerido por indemnizaciones
- Declaración de conformidad
- Seguridad de los productos
- Requerimientos de etiquetado por categoría de productos
- Substancias peligrosas en productos
- El mercado CE de productos
- Estándares como ISO, CEN y SIS

Requerimientos del mercado

- Por mayor competencia y conciencia de los consumidores
- No legales pero igualmente exigibles
- RSC
- Certificaciones y etiquetados ecológicos

Términos de pago

❖ Cash in advance (raro en los inicios de una relación comercial)

❖ Documentary collections

❖ Letter of credit

❖ Open account



Textiles para el hogar y vestuario

- La producción local es muy limitada
- La decoración hogareña varía con las estaciones y cambio de la moda
- Decoración de interiores expande
- Conciencia ambiental – “algodón orgánico”
- Los telares manuales están de moda
- Ferias Heimtextil y Ambiente and Tendence en Frankfurt, Maison & Object en Paris y Nordic Fabric Fair en Borås y Formex en Estocolmo
- www.formex.se ; www.moderadet.se



El país de IKEA

Alimentos

- Gran importación por razones geográficas y económicas
- Los suecos destinan un 16% de su presupuesto familiar a alimentación y bebidas
- Aumenta el consumo de pescado (90% procesado), carne, café, fruta fresca y vegetales
- Sube preferencia por alimentos orgánicos y “Fair Trade”
- Interés por alimentos étnicos de Italia, China, India, México etc.
- Se importan materias primas que se terminan localmente



- Principales cadenas/ mayoristas: ICA, Coop, Axfood, Bergendahl
- Principales ferias: **GastroNord** en Estocolmo
International Food Fair of Scandinavia en Copenhagen

Artesanías

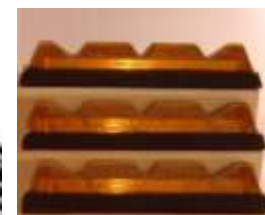
- Las artesanías locales son de alta calidad y elevado precio
- Se importan muchos productos desde países con costos mas bajos y diseñados para satisfacer el gusto sueco
- Se distinguen principalmente cuatro segmentos de mercado: para celebrar festividades como Navidad y Pascua de resurrección; artículos decorativos pero que tienen utilidad practica: envases, canastos, floreros, candelabros; objetos de arte, decorativos; souvenirs de otros países
- Ferias de Ambiente and Tendence en Frankfurt, Maison & Object en Paris y Formex en Estocolmo





Comercio bilateral

(Millones de dólares USA)	Exportaciones suecas	Exportaciones peruanas	Comercio bilateral
2000	48,2	13,8	62,0
2001	30,4	16,0	46,4
2002	26,9	26,6	53,6
2003	35,5	26,7	62,2
2004	49,4	52,8	102,2
2005	70,1	57,1	127,2
2006	85,4	76,2	161,6
2007	148,2	92,0	240,2
2008	188,3	173,4	361,7
2009	93,3	208,0	301,2
2010	214,2	316,3	530,5
<i>Ene-Jun 2010</i>	85,6	99,1	184,7
<i>Ene-Jun 2011</i>	175,0	150,7	325,8



PAIS DE DESTINO / SUBPARTIDA				(ene - dic)
	SUECIA			210,540.4
	1	2603000000	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS	163,148.9
	2	0901119000	LOS DEMÁS CAFÉ SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR	37,874.0
	3	8001100000	ESTADO EN BRUTO, SIN ALEAR	2,227.5
	4	4409291000	LAS DEMÁS TABLILLAS Y FRISOS PARA PARQUÉS, SIN ENSAMBLAR	1,365.5
	5	7907009000	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE CINC	779.8
	6	0805201000	MANDARINAS (INCLUIDAS LAS TANGERINAS Y SATSUMAS) FRESCAS O SECAS	496.2
	7	2001909000	DEMAS HORTALIZAS,FRUTAS Y DEMAS PART. COMEST. DE PLANTAS,PREP. O CONSERV.EN VINAGRE	494.2
	8	0805202000	TANGELO (CITRUS RETICULATA X CITRUS PARADISIS)	427.6
	9	2008993000	MANGOS PREPARADOS O CONSERVADOS	361.3
	10	0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	348.5

Emprendedores suecos en Perú

El inmigrante contemporáneo quizás más famoso es posiblemente Gösta Lettersten, quien vino al Perú a mediados de la década del 50 y poco tiempo después (1958) fundó una feria industrial de alcance internacional. la "Feria Internacional del Pacífico".



► Pabellon sueco en la Feria Internacional del Pacífico



Gösta Lettersten
en conversaciones
con Gösta Burenius

Filiales suecas en Perú



A través de los años han sido muchas las grandes empresas suecas que se han establecido en el país, como AGA, Alfa Laval, ABB, Atlas Copco, Electrolux, Ericsson, Husqvarna, Oriflame, Sandvik, Scania, Securitas, Skanska, SKF, SSAB, Tetra Pak y Volvo. Pero Suecia ya no sólo comercializa maquinaria pesada y productos industriales importados al mercado peruano a través de filiales suecas o distribuidores con marcas reconocidas en el Perú. Hoy en día, hay una variedad de empresas con producción local, distribución, representación, provisión de servicios, tanto online como offline, compañías grandes y pequeñas. Por ejemplo, Oriflame vende productos de consumo masivo como son los cosméticos. También está Securitas, con una fuerza laboral de unos 5.000 empleados, que ofrece servicios de seguridad y protección de instalaciones y de personas. Hemocue, comercializa productos de diagnóstico clínico a través de un distribuidor local. En total, son unas 35 empresas suecas que cuentan con alguna forma de representación en Perú.

Un gran Embajador del Perú



cámara de comercio

PERUANO NÓRDICA



Gracias al apoyo de:

Embajada de Finlandia en Lima
www.finlandiaperu.org.pe



Embajada de Suecia en Santiago
www.embajadasuecia.cl

CONTACTO

GG: Carla San Martin Burneo

csanmartin@camaranordica.org.pe

www.camaranordica.org.pe

Teléfono: 437 – 6393

Av. Encalada No. 1010 Ofc. 204 – Surco

KIITOS, TACK, TAKK, TAK, GRACIAS..

..POR SU ATENCIÓN