

---

2025



# Informe e-País: El comercio electrónico en Suecia

**Noviembre 2025**

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.

icex



21 de noviembre de 2025  
Estocolmo

Este estudio ha sido realizado por  
Naroa García Oleaga

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

<http://suecia.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250268

Suecia cuenta con 10,5 millones de usuarios de Internet y una penetración del 98,2 % de la población, lo que convierten al país en uno de los mercados más atractivos de Europa en el sector *e-commerce*<sup>1</sup>. El país cuenta con una infraestructura digital sólida y su población tiene un alto nivel de competencias digitales. Con el objetivo de seguir avanzando, se están dando pasos significativos para digitalizar aún más los servicios públicos y promover el uso de la inteligencia artificial (IA)<sup>2</sup>. Actualmente, el país está revisando sus estrategias nacionales de digitalización<sup>3</sup>.

En lo relativo al segmento de **comercio electrónico B2C**, se alcanzaron 160.000 millones de coronas suecas en el año 2024, lo que supuso un crecimiento del 11 % respecto al año anterior. El sector con mayor crecimiento es el de belleza y salud, con un gran impulso de las farmacias *online*<sup>4</sup>. A pesar del sostenido desarrollo del comercio electrónico B2C en Suecia, otras modalidades como el **B2B** o el **B2G** continúan experimentando un crecimiento más moderado. De acuerdo con el análisis de la oferta digital del país, el B2B sueco muestra todavía una tasa de digitalización inferior en comparación con el B2C. El 83 % de las empresas suecas utilizan canales digitales para realizar negocios, abarcando desde catálogos de productos digitales hasta plataformas de comercio electrónico y portales de clientes<sup>5</sup>. Sin embargo, con la consolidación del mercado digital, se espera que el uso de plataformas digitales en el sector B2B crezca considerablemente en los próximos años. El C2C continúa creciendo con el auge de la compraventa de productos de segunda mano, y con ello, el desarrollo de plataformas de servicios de reventa<sup>6</sup>.

En cuanto al **consumo de contenidos digitales**, la sociedad sueca muestra un gran interés y capacidad para adoptar tecnologías digitales, lo que se traduce en un uso promedio de Internet de seis horas diarias por persona, siendo [YouTube](#) y [Spotify](#) las plataformas de video y música más populares<sup>7</sup>.

El **marco regulatorio** tiene un papel importante en la vertebración del comercio electrónico en el país. En Suecia resulta de aplicación la normativa procedente 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](#)), la Ley sobre contratos a distancia y acuerdos fuera de locales comerciales (en sueco, [Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokaler](#)) y la Ley de Servicios de Pago ([Lag om betaltjänster](#)). La normativa establece una serie de requisitos relativos a los deberes de información, derechos de desistimiento, etc. No obstante, la ley contempla una gran casuística que debe ser estudiada con profundidad y detalle atendiendo a las características de la tienda *online*.

<sup>1</sup> Digital 2025: Sweden Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-sweden>

<sup>2</sup> Comisión Europea. El Estado de la Década Digital 2025. Disponible en el siguiente [enlace](#).

<sup>3</sup> Svensk nationell färdplan för EU:s digitala decennium. Disponible en el siguiente [enlace](#).

<sup>4</sup> PostNord (2025). *E-barometern 2024*. Disponible en el siguiente [enlace](#).

<sup>5</sup> Litium (2025). Nordic Digital Commerce in B2B 2025. Disponible en: <https://www.litium.com/b2b-report>

<sup>6</sup> PostNord (2025). *E-barometern 2024*. Disponible en el siguiente [enlace](#).

<sup>7</sup> Digital 2025: Sweden Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-sweden>

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 en ubicaciones alternativas (*lockers*, buzón, exterior de la puerta...).

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.

Desde la perspectiva del consumidor, cabe destacar que para el consumidor sueco prima como factor determinante de compra, la calidad y la procedencia del producto, por encima de otras cuestiones, como, por ejemplo, el precio. No obstante, el principal motivo por el que los consumidores suecos acuden a tienda *online* es el precio más bajo y el mayor rango de productos. Las categorías de productos más populares en el comercio electrónico sueco son, según el *E-barometer* 2024<sup>8</sup>, ropa y calzado, con el 41% de los suecos comprando algún producto de esta categoría en línea, seguida de belleza y salud, con un 34%. No obstante, las categorías con mayor proporción de venta *online* son electrónica (49%) y ropa y calzado (30%). Entre las **principales plataformas** donde los usuarios compran *online* se encuentran [Apotea](#), [Shein](#), [Amazon](#), [H&M](#), [Elgiganten](#), [Ikea](#), [Zalando](#), [Apoteket](#), [ICA](#) y [Apple](#). En cuanto a los dispositivos utilizados, el canal móvil ha consolidado su dominio como el principal medio para realizar compras en línea. El 58% de las compras se realizan a través del móvil, mientras que el 40% se efectúan desde ordenadores y solo el 2% desde tabletas<sup>9</sup>.

Las perspectivas del comercio electrónico en Suecia son mayoritariamente positivas, con una continua expansión esperada en los próximos años. A pesar de los desafíos económicos recientes, el alto nivel de madurez digital de los consumidores suecos y el creciente impulso de la digitalización ofrecen un entorno favorable para el comercio *online*. Se espera que el sector siga ganando cuota frente al comercio físico, impulsado por avances tecnológicos como la inteligencia artificial, la omnicanalidad y la sostenibilidad. La integración de nuevas soluciones como el *m-commerce* (comercio móvil), el uso de IA para personalizar la experiencia del cliente y el compromiso de las marcas con prácticas responsables fortalecerán aún más este crecimiento<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> PostNord (2025). *E-barometer* 2024. Disponible en el siguiente [enlace](#).

<sup>9</sup> Statista (2025). eCommerce in Sweden. Disponible en: <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/sweden>

<sup>10</sup> PostNord (2025). *E-barometer* 2024. Disponible en el siguiente [enlace](#).

## 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](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones