

Informe e-País en Finlandia

Noviembre 2016

Este informe ha sido realizado por
Álvaro Sotomayor Basilio bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Helsinki

Finlandia está entre los países menos poblados de la Unión Europea con 5.487.308 de habitantes pero, aun siendo un mercado pequeño, los finlandeses tienen un alto poder adquisitivo, con una renta per cápita de 38.162 euros, y un alto acceso a las nuevas tecnologías. Estas características se ven reflejadas en que más del 76% de los finlandeses con edades comprendidas entre los 16 y 74 años (2,7 millones de personas), realizó compras electrónicas al menos una vez en el año 2015.

En el mismo año, el 97% de los hogares finlandeses tenía acceso a internet y en algunos segmentos de la población el 100% de las personas utilizaron internet al menos una vez. Las velocidades de internet en el país son altas y en el año 2015, el 90% de los hogares en Finlandia disfrutaba del acceso a la banda ancha, aunque el número de suscripciones de banda ancha se redujo ligeramente hasta 1,73 millones de suscripciones. El hecho de que el número de suscripciones no se haya incrementado de manera importante en los últimos años es señal de que el mercado es ya maduro y estable y no se espera que el número de suscripciones varíe significativamente en los próximos años.

El uso de dispositivos móviles para acceder a internet ha ido creciendo constantemente en Finlandia: el uso de tabletas creció un 10 % en comparación con el año 2014, siendo utilizadas en un 42% de los hogares finlandeses, y en el año 2014, un 63% de los finlandeses utilizaron un teléfono inteligente (*smartphone*), subiendo este porcentaje hasta el 69% en el año 2015.

A finales del año 2015 había en Finlandia 9,46 millones de suscripciones a la red de telefonía móvil de las cuales, 7 millones de suscripciones eran de usuarios personales y 2,4 millones de líneas contratadas por empresas. Estas cifras se han mantenido estables a lo largo de los últimos años y, en el caso de las líneas personales, su crecimiento se ha detenido y se estima que el mercado está llegando a un punto de saturación.

El comercio electrónico de bienes en 2015 fue de aproximadamente 2,600 millones de euros en Finlandia lo que supone un incremento del 8% en el volumen de ventas en comparación con el año 2014. Aproximadamente una tercera parte de estas compras electrónicas se realizaron a otros países, siendo los países más populares para las compras electrónicas Alemania (1), Reino Unido(2) y China (3).

Para las empresas españolas que planeen vender productos online a clientes en Finlandia, es importante recalcar que hay para la importación de algunos bienes adquiridos mediante compra electrónica restricciones y prohibiciones de las Aduanas de Finlandia. Este organismo mantiene un control estricto de las importaciones de productos y de comprobar que, en los casos necesarios, el producto tenga la licencia de la autoridad finlandesa competente. En este estudio se detallan las restricciones y prohibiciones a la importación de productos, así como los organismos de los cuales debe obtener autorización previa.

Para las empresas que deseen operar de manera local en Finlandia, es recomendable que los canales de comunicación como la página web, redes sociales o aplicaciones móviles, estén traducidas a finés y sueco, las dos lenguas oficiales del país. En este informe e-pais se detallan las principales webs de eCommerce finlandesas las cuales todas ofrecen sus productos y servicios en finés y sueco.

Los servicios de “*streaming*”, almacenamiento en la nube y video bajo demanda se han incrementado en Finlandia considerablemente durante los últimos 3 años, en especial el video bajo demanda. Las dos grandes empresas internacionales que ofrecen este servicio, Netflix y HBO, co-

menzaron a operar en Finlandia en el año 2012, y el incremento de su uso viene ligado a la mayor oferta de contenido subtitulado al finés y sueco.

En el Informe e-País para Finlandia se analizan los aspectos más importantes del panorama digital del país, incluyendo el comercio electrónico, el acceso y uso de las últimas tecnologías por parte de los consumidores, empresas y administraciones públicas. Se analiza también las principales empresas que operan en el entorno digital en Finlandia, tanto en B2C como en B2B; los comportamientos y hábitos del consumidor finlandés y se presenta otra información de interés para las empresas españolas.