

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Oslo

# Notas Sectoriales

## El mercado de la Confección Femenina en Noruega

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a red square.

ICEX

# El mercado de la Confección Femenina en Noruega

Este estudio ha sido realizado por Gloria Martínez  
bajo la supervisión de la Oficina Económica y  
Comercial de la Embajada de España en Oslo

Febrero de 2005

# ÍNDICE

<b>I. CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>II. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
<b>III. OFERTA</b>	<b>8</b>
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	9
3. Importaciones	10
<b>IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>19</b>
<b>V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>20</b>
<b>VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>21</b>
<b>VII. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>19</b>
<b>VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>24</b>
<b>IX. ANEXOS</b>	<b>25</b>
1. Empresas	25
2. Ferias	28
3. Publicaciones del sector	28
4. Asociaciones	29
5. Otras direcciones de interés	30

# I. CONCLUSIONES

- ❑ El **mercado noruego** es muy competitivo y **exigente** en cuanto a calidad y protección del consumidor. Por otra parte, es un mercado de tamaño limitado, pero desarrollado, solvente y con un **alto nivel de vida**.
- ❑ Sólo un pequeño porcentaje de la ropa se produce en Noruega (principalmente uniformes y trajes regionales), por lo que las **importaciones** suponen entre el **90 y el 95%** del mercado de la confección textil noruego.
- ❑ El sector de la confección textil femenina se ha visto revolucionado en los últimos años por el imparable crecimiento de las importaciones procedentes del sudeste asiático. Es destacable el caso de **China**, que para determinadas partidas arancelarias llega a ocupar hasta el 60% de las importaciones totales de Noruega.
- ❑ Crecimiento de las **cadena de ropa y franquicias**. Los grandes grupos de confección textil representan más del 70% de las ventas totales. La gran mayoría de cadenas pertenecen a dos de los principales socios comerciales de Noruega: Suecia y Dinamarca.
- ❑ Las **tiendas suecas** tienen una fuerte presencia en el mercado noruego, a través de Lindex, Kappahl y especialmente, Hennes & Mauritz. La multinacional sueca cuenta con más de 70 tiendas repartidas por todo Noruega.
- ❑ A pesar del **alto poder adquisitivo** de los noruegos, el **precio** es un elemento clave en la decisión de compra. Por ello son habituales las ofertas y descuentos a lo largo del año. Con todo ello, los noruegos son, dentro de los escandinavos, los que más dinero dedican a la adquisición de ropa y calzado. De media, un noruego gasta al año 600 euros en ropa.

## II. DEFINICIÓN DEL SECTOR

El sector de la confección textil y la moda a nivel global, está marcado por los importantes cambios producidos como consecuencia de la globalización económica, la supresión de barreras comerciales, la competitividad de los países asiáticos (especialmente **China**) y una cierta unificación de los gustos entre países.

Estas nuevas realidades, han supuesto el traslado de la producción a países con mano de obra más barata. Las empresas, para poder competir en este escenario han tenido que flexibilizar sus procesos de producción, almacenaje y distribución. Al mismo tiempo, en la cadena de distribución se observa una desaparición de los minoristas independientes en favor de la **proliferación de cadenas de tiendas y franquicias**.

En la última década diversas empresas españolas de confección han experimentado rápidos y exitosos procesos de internacionalización. Estas cadenas de establecimientos han fortalecido la imagen de la moda española, siendo éste un hecho de vital importancia para el resto del sector. En la actualidad, son dos empresas españolas las que tienen presencia en el mercado de confección femenina en Noruega: **Mango** y **Massimo Dutti** (perteneciente al grupo Inditex).

Las principales características del mercado de la confección textil femenina en Noruega son las siguientes:

- Mayor **presencia de productos procedentes de países asiáticos** y de cadenas de ropa pertenecientes a sus principales socios comerciales (Dinamarca y Suecia).
- El **precio** se perfila como un **elemento clave en la decisión de compra**, con facilidades para el pago, ofertas y descuentos a lo largo del año.
- **Incremento de las cadenas** de establecimientos en el comercio detallista.
- Público muy **marquista**, muy interesado en la moda y dispuesto a gastar una parte sustancial de su renta en ropa.

Por todo ello, pese a que el mercado noruego es pequeño y limitado, en él existen oportunidades de negocio para aquellas empresas españolas que quieran competir en él.

## 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El presente estudio se ha centrado en el mercado de la confección femenina en Noruega. Por ello no incluye el análisis del mercado de accesorios y complementos de ropa (guantes, pañuelos, bufandas y artículos similares) así como tampoco el de ropa interior.

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La ropa exterior femenina en Noruega se incluye en las partidas arancelarias HS.61 y HS. 62 (Sistema Armonizado), que se corresponden con los capítulos 61 y 62 del código Taric.

61 – Prendas y complementos de vestir, de punto.

62 – Prendas y complementos de vestir, excepto las de punto.

Desglose de las partidas arancelarias objeto del estudio:

### **Capítulo 61: Prendas y complementos de vestir, de punto**

61.02 Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas, con exclusión de los artículos de la partida 61.04

61.04 Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos (excepto los de baño), de punto, para mujeres o niñas

61.06 Camisas, blusas, blusas camiseras y polos, de punto, para mujeres o niñas

61.10 Suéteres, jerséis, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares, incluso con cuello de cisne, de punto

61.14 Las demás prendas de vestir, de punto

**Capítulo 62: Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto**

- 62.02 Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas, con exclusión de los artículos de la partida 62.04
- 62.04 Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos (excepto los de baño), para mujeres o niñas
- 62.06 Camisas, blusas, blusas camiseras y polos, para mujeres o niñas

# III. OFERTA

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

Noruega no forma parte de la Unión Europea, pero sí del acuerdo del Espacio Económico Europeo (EEE), por el cual, la gran mayoría de productos de importación pueden entrar libremente en el país y sólo están sujetos al pago del IVA noruego (25%). Dentro del EEE sólo se mantienen aranceles frente a la importación de productos agrícolas y de sus transformados.

La actividad comercial de Noruega se centra en la costa oeste (principalmente extracción petrolífera e industria pesquera) y en la zona sur del país. Las zonas comerciales más importantes las forman Oslo y alrededores (región de Akershus) y Bergen y su entorno.

### Indicadores sociales y económicos:

Población: 4.574.560 hab.

Población urbana: 75%

Ciudades principales: Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim, Fredrikstad

Estructura por edades: 0-14 años (20%), 15-64 años (65%) y +65 años (15%)

Renta per cápita: 37.800 USD

Moneda: Corona Noruega (Nok). (En febrero de 2005: 1 euro equivalía a 8,3 Nok)

Tasa de desempleo: 4,7%

Usuarios de Internet: 2.288.000

Fuente: CIA Factbook (enero de 2005)

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

Aunque no se dispone de datos exactos sobre la producción local de ropa exterior femenina, sí sabemos que sólo un pequeño porcentaje de la ropa se produce en Noruega (principalmente uniformes y trajes regionales) y que las importaciones suponen entre el 90 y el 95% del mercado de la confección textil. (Datos de 2001 de Trade & Invest, Gobierno del Reino Unido).

### **Exportaciones e Importaciones de Confección Femenina (en miles de Nok)**

**(61.02, 61.04, 61.06, 61.10, 61.14, 62.02, 62.04 y 62.06)**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Exportaciones</b>	300.845	209.192	242.186	209.566	165.259	154.437
<b>Importaciones</b>	4.760.675	4.843.789	4.800.343	4.614.692	4.530.162	4.804.114
<b>Saldo Comercial</b>	-4.459.830	-4.634.597	-4.558.157	-4.405.126	-4.364.903	-4.649.677

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

### 3. IMPORTACIONES

**Cuadro 1.** Distribución de las importaciones de la partida **61.02** (en miles de Nok )

Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares **de punto** para mujeres o niñas.

País	2000		2001		2002		2003		2004	
	Miles de Nok	%	Miles de Nok	%						
<b>China</b>	15.584	41,6%	13.353	43,2%	21.097	52,6%	35.541	60,1%	28.350	51,4%
<b>Reino Unido</b>	1.708	4,6%	574	1,9%	1.173	2,9%	1.095	1,9%	1.935	3,5%
<b>Indonesia</b>	1.393	3,7%	253	0,8%	601	1,5%	1.676	2,8%	1.487	2,7%
<b>Hong Kong</b>	1.631	4,4%	915	3,0%	969	2,4%	1.739	2,9%	850	1,5%
<b>Portugal</b>	1.123	3,0%	593	1,9%	1.207	3,0%	1.379	2,3%	422	0,8%
<b>Turquía</b>	587	1,6%	456	1,5%	1.159	2,9%	1.575	2,7%	2.744	5,0%
<b>Bangladesh</b>	651	1,7%	851	2,8%	623	1,6%	987	1,7%	1.151	2,1%
<b>Italia</b>	1.127	3,0%	2.192	7,1%	2.262	5,6%	983	1,7%	1.522	2,8%
<b>Alemania</b>	836	2,2%	603	2,0%	416	1,0%	507	0,9%	814	1,5%
<b>Rumanía</b>	551	1,5%	269	0,9%	213	0,5%	990	1,7%	479	0,9%
<b>España</b>	67	0,2%	52	0,2%	123	0,3%	39	0,1%	37	0,1%
<b>Resto Mundo</b>	12.167	32,5%	10.799	34,9%	10.269	25,6%	12.640	21,4%	15.401	27,9%
<b>Total</b>	37.427	100,0%	30.912	100,0%	40.113	100,0%	59.151	100,0%	55.191	100%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

#### Saldo Comercial para la partida 61.02 (en miles de Nok)

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Exportaciones</b>	1.786	2.842	4.442	3.155	1.747
<b>Importaciones</b>	37.427	30.912	40.113	59.151	55.191
<b>Saldo Comercial</b>	-35.641	-28.070	-35.671	-55.996	-53.444

**Cuadro 2.** Distribución de las importaciones de la partida **61.04** (en miles de Nok)

Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos y “shorts”, **de punto**, para mujeres o niñas.

País	2000		2001		2002		2003		2004	
China	111.305	25,4%	92.546	26,2%	94.695	28,4%	106.261	32,1%	88.630	29,6%
Turquía	25.160	5,7%	22.100,5	6,3%	31.184	9,3%	45.106	13,6%	36.637	12,2%
Dinamarca	75.694	17,3%	58.885	16,7%	44.848	13,4%	35.419	10,7%	25.165	8,4%
Italia	24.498	5,6%	25.628	7,3%	17.449	5,2%	10.869	3,3%	15.380	5,1%
Reino Unido	16.901	3,9%	11.085,5	3,1%	13.366	4,0%	13.317	4,0%	12.340	4,1%
Grecia	11.870	2,7%	13.097	3,7%	10.732	3,2%	5.965	1,8%	5.775	1,9%
Lituania	18.212	4,2%	14.594	4,1%	10.983	3,3%	8.948	2,7%	8.181	2,7%
Polonia	22.065	5,0%	12.971	3,7%	11.124	3,3%	9.581	2,9%	4.964	1,7%
Portugal	12.093	2,8%	7.942	2,2%	12.290	3,7%	7.877	2,4%	6.392	2,1%
Francia	17.075	3,9%	10.091	2,9%	9.767	2,9%	12.372	3,7%	13.329	4,5%
España	706	0,2%	1.918	0,5%	724	0,2%	703	0,2%	448	0,1%
Resto Mundo	102.342	23,4%	82.474	23,3%	76.541	22,9%	74.887	22,6%	81.857	27,4%
<b>Total</b>	<b>437.920</b>	<b>100,0%</b>	<b>353.331</b>	<b>100,0%</b>	<b>333.703</b>	<b>100,0%</b>	<b>331.307</b>	<b>100,0%</b>	<b>299.098</b>	<b>100%</b>

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

**Saldo Comercial para la partida 61.04** (en miles de Nok)

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Exportaciones</b>	17.268	19.343	12.811	13.793	9.827
<b>Importaciones</b>	437.920	353.331	333.703	331.307	299.098
<b>Saldo Comercial</b>	-420.652	-333.988	-320.892	-317.514	-289.271

**Cuadro 3.** Distribución de las importaciones de la partida **61.06** (en miles de Nok)  
Camisas y blusas de **punto** para mujeres o niñas.

País	2000		2001		2002		2003		2004	
Dinamarca	28.447	22,2%	32.243	19,8%	30.776	16,2%	27.940	12,4%	25.722	13,5%
Polonia	8.344	6,5%	22.550	13,8%	27.364	14,4%	30.600	13,6%	10.230	5,4%
China	20.635	16,1%	20.471	12,5%	26.643	14,0%	28.669	12,7%	27.787	14,6%
Lituania	7.411	5,8%	23.881	14,6%	21.477	11,3%	27.270	12,1%	20.154	10,6%
Grecia	9.472	7,4%	10.140	6,2%	19.296	10,1%	19.178	8,5%	6.013	3,2%
Turquía	4.315	3,4%	5.709	3,5%	18.864	9,9%	28.264	12,5%	38.675	20,3%
Reino Unido	8.014	6,3%	8.290	5,1%	5.791	3,0%	6.653	3,0%	6.490	3,4%
India	4.564	3,6%	4.986	3,1%	5.992	3,1%	13.856	6,1%	9.279	4,9%
Finlandia	6.697	5,2%	4.693	2,9%	4.560	2,4%	4.873	2,2%	4.880	2,6%
Francia	3.972	3,1%	2.952	1,8%	2.706	1,4%	5.761	2,6%	5.851	3,1%
España	235	0,2%	948	0,6%	573	0,3%	397	0,2%	260	0,1%
Resto Mundo	25.956	20,3%	26.270	16,1%	26.198	13,8%	32.011	14,2%	35.393	18,6%
<b>Total</b>	<b>128.063</b>	<b>100,0%</b>	<b>163.133</b>	<b>100,0%</b>	<b>190.242</b>	<b>100,0%</b>	<b>225.473</b>	<b>100,0%</b>	<b>190.733</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

**Saldo Comercial para la partida 61.06 (en miles de Nok)**

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Exportaciones</b>	713	1.078	1.309	1.180	816
<b>Importaciones</b>	128.063	163.133	190.242	225.473	190.733
<b>Saldo Comercial</b>	-127.350	-162.055	-188.933	-224.293	-189.917

**Cuadro 4.** Distribución de las importaciones de la partida **61.10** (en miles de Nok)  
Suéteres, jerséis, cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto

País	2000		2001		2002		2003		2004	
	Valor	%								
<b>China</b>	563.495	34,9%	578.352	35,8%	482.578	35,1%	462.913	36,5%	614.373	41,3%
<b>Turquía</b>	86.104	5,3%	95.914	5,9%	96.714	7,0%	101.870	8,0%	133.033	8,9%
<b>Dinamarca</b>	146.773	9,1%	142.646	8,8%	100.124	7,3%	80.585	6,4%	73.688	5,0%
<b>Italia</b>	153.515	9,5%	144.465	9,0%	119.845	8,7%	89.521	7,1%	88.112	5,9%
<b>Hong Kong</b>	106.334	6,6%	106.781	6,6%	80.240	5,8%	85.650	6,8%	77.556	5,2%
<b>Bangladesh</b>	34.671	2,1%	47.849	3,0%	47.057	3,4%	50.392	4,0%	69.308	4,7%
<b>Corea del Sur</b>	40.584	2,5%	35.785	2,2%	22.998	1,7%	18.373	1,4%	16.212	1,1%
<b>Indonesia</b>	36.955	2,3%	39.858	2,5%	34.210	2,5%	25.404	2,0%	32.095	2,2%
<b>Grecia</b>	23.670	1,5%	24.046	1,5%	15.654	1,1%	10.230	0,8%	18.211	1,2%
<b>India</b>	21.445	1,3%	16.325	1,0%	21.195	1,5%	26.020	2,1%	34.087	2,3%
<b>España</b>	4.124	0,3%	5.252	0,3%	3.078	0,2%	3.184	0,3%	3.018	0,2%
<b>Resto Mundo</b>	395.042	24,5%	376.294	23,3%	350.409	25,5%	313.635	24,7%	327.651	22,0%
<b>Total</b>	1.612.712	100,0%	1.613.567	100,0%	1.374.104	100,0%	1.267.777	100,0%	1.487.344	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

**Saldo Comercial para la partida 61.10** (en miles de Nok)

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Exportaciones</b>	139.182	156.787	134.058	106.974	99.946
<b>Importaciones</b>	1.612.712	1.613.567	1.374.104	1.267.777	1.487.343
<b>Saldo Comercial</b>	-1.473.530	-1.456.780	-1.240.046	-1.160.803	-1.387.397

**Cuadro 5.** Distribución de las importaciones de la partida **61.14** (en miles de Nok)  
Las demás prendas de vestir, **de punto**

<b>País</b>	<b>2000</b>		<b>2001</b>		<b>2002</b>		<b>2003</b>		<b>2004</b>	
<b>China</b>	20.536	24,4%	24.920	23,9%	19.949	22,6%	27.909	19,2%	19.641	16,6%
<b>Dinamarca</b>	7.230	8,6%	9.890	9,5%	12.195	13,8%	28.748	19,8%	28.596	24,2%
<b>Suecia</b>	5.778	6,9%	3.875	3,7%	9.266	10,5%	22.395	15,4%	14.713	12,4%
<b>Italia</b>	6.792	8,1%	7.068	6,8%	8.868	10,1%	10.375	7,1%	6.924	5,9%
<b>Reino Unido</b>	5.924	7,0%	5.854	5,6%	6.687,5	7,6%	8.654	6,0%	6.030	5,1%
<b>Turquía</b>	2.945	3,5%	11.071	10,6%	2.417	2,7%	4.358	3,0%	4.827	4,1%
<b>Francia</b>	3.957	4,7%	4.422	4,2%	3.468	3,9%	4.889	3,4%	3.953	3,3%
<b>Alemania</b>	2.707	3,2%	4.935	4,7%	3.647	4,1%	7.199	5,0%	6.887	5,8%
<b>Portugal</b>	2.077	2,5%	2.333	2,2%	1.793	2,0%	3.132	2,2%	3.148	2,7%
<b>Lituania</b>	898	1,1%	3.111	3,0%	3.313	3,8%	1.820	1,3%	2.007	1,7%
<b>España</b>	997	1,2%	817	0,8%	638,5	0,7%	999	0,7%	637	0,5%
<b>Resto Mundo</b>	24.336	28,9%	25.945	24,9%	15.892	18,0%	24.949	17,2%	20.857	17,6%
<b>Total</b>	84.179	100,0%	104.242	100,0%	88.136	100,0%	145.429	100,0%	118.265	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

**Saldo Comercial para la partida 61.14** (en miles de Nok)

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
<b>Exportaciones</b>	10.709	9.248	7.499	10.528	16.580
<b>Importaciones</b>	84.179	104.242	88.136	145.429	118.264
<b>Saldo Comercial</b>	-73.470	-94.994	-80.637	-134.901	-101.684

**Cuadro 6.** Distribución de las importaciones de la partida **62.02** (en miles de Nok)  
Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas, **excepto las de punto.**

País	2000		2001		2002		2003		2004	
China	68.111	21,8%	67.036	23,2%	75.667	27,1%	131.971	44,3%	181.714	51,8%
Dinamarca	27.372	8,8%	20.232	7,0%	19.135	6,8%	12.448	4,2%	12.205	3,5%
Italia	19.203	6,1%	19.756	6,8%	16.170	5,8%	10.581	3,5%	10.718	3,1%
Indonesia	18.658	6,0%	14.142	4,9%	7.266	2,6%	5.746	1,9%	5.345	1,5%
Rumania	10.561	3,4%	13.316	4,6%	15.723	5,6%	17.691	5,9%	19.426	5,5%
Gran Bretaña	12.518	4,0%	11.299	3,9%	6.117	2,2%	2.721	0,9%	2.931	0,8%
Portugal	10.259	3,3%	15.447	5,3%	16.882	6,0%	7.525	2,5%	8.717	2,5%
Lituania	12.328	3,9%	11.760	4,1%	7.990	2,9%	6.131	2,1%	4.971	1,4%
Hong Kong	10.073	3,2%	9.157	3,2%	8.548	3,1%	7.152	2,4%	6.943	2,0%
Corea del Sur	12.080	3,9%	7.384	2,6%	3.994	1,4%	3.185	1,1%	2.772	0,8%
España	802	0,3%	565	0,2%	216	0,1%	626	0,2%	379	0,1%
Resto	110.784	35,4%	98.717	34,2%	101.966	36,5%	92.448	31,0%	94.682	27,0%
<b>Total</b>	<b>312.750</b>	<b>100,0%</b>	<b>288.813</b>	<b>100,0%</b>	<b>279.677</b>	<b>100,0%</b>	<b>298.227</b>	<b>100,0%</b>	<b>350.804</b>	<b>100%</b>

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

**Saldo Comercial para la partida 62.02** (en miles de Nok)

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Exportaciones</b>	8.100	7.999	8.167	6.712	6.653
<b>Importaciones</b>	312.750	288.813	279.677	298.227	350.804
<b>Saldo Comercial</b>	-304.650	-280.814	-271.510	-291.515	-344.151

**Cuadro 7.** Distribución de las importaciones de la partida **62.04** (en miles de Nok)  
Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, pantalones largos, pantalones cortos, para mujeres o niñas, **excepto** las prendas de **punto**.

País	2000		2001		2002		2003		2004	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
<b>China</b>	354.842	18,5%	399.267	20,7%	471.410	23,9%	518.773	27,3%	580.804	28,4%
<b>Dinamarca</b>	230.280	12,0%	218.666	11,3%	220.366	11,2%	172.538	9,1%	162.871	8,0%
<b>Italia</b>	267.988	13,9%	274.682	14,2%	228.743	11,6%	171.274	9,0%	171.051	8,4%
<b>Turquía</b>	120.231	6,3%	142.738	7,4%	171.658	8,7%	178.768	9,4%	201.166	9,9%
<b>Francia</b>	132.275	6,9%	99.629	5,2%	79.273	4,0%	54.347	2,9%	50.920	2,5%
<b>Hong Kong</b>	86.488	4,5%	70.760	3,7%	65.375	3,3%	74.705	3,9%	70.028	3,4%
<b>Lituania</b>	67.927	3,5%	58.138	3,0%	59.448	3,0%	58.559	3,1%	55.215	2,7%
<b>Suecia</b>	34.006	1,8%	44.094	2,3%	47.480,5	2,4%	43.860	2,3%	43.608	2,1%
<b>Bangladesh</b>	44.655	2,3%	42.381	2,2%	47.042	2,4%	52.508	2,8%	60.500	3,0%
<b>Rumanía</b>	61.429	3,2%	79.838	4,1%	66.774	3,4%	60.925	3,2%	72.796	3,6%
<b>España</b>	9.898	0,5%	8.044	0,4%	7.841	0,4%	6.705	0,4%	8.196	0,4%
<b>Resto Mundo</b>	512.947	26,7%	492.186	25,5%	507.982	25,7%	678.081	35,7%	565.102	27,7%
<b>Total</b>	1.922.969	100,0%	1.930.424	100,0%	1.973.392	100,0%	1.899.771	100,0%	2.042.257	100%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

**Saldo Comercial para la partida 62.04** (en miles de Nok)

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Exportaciones</b>	28.234	40.633	37.964	19.460	15.696
<b>Importaciones</b>	1.922.969	1.930.424	1.973.392	1.899.771	2.042.257
<b>Saldo Comercial</b>	-1.894.735	-1.889.791	-1.935.428	-1.880.311	-2.026.561

**Cuadro 8.** Distribución de las importaciones de la partida **62.06** (en miles de Nok)  
Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas, **excepto las de punto.**

País	2000		2001		2002		2003		2004	
China	61.421	20,0%	67.589	21,4%	68.337	20,4%	56.630	18,7%	48.065	18,5%
India	21.947	7,1%	23.454	7,4%	41.923	12,5%	49.194	16,2%	44.265	17,0%
Dinamarca	53.059	17,2%	53.364	16,9%	48.177,5	14,4%	34.807	11,5%	28.951	11,1%
Francia	16.364	5,3%	14.572	4,6%	25.135	7,5%	23.107	7,6%	15.921	6,1%
Turquía	8.763	2,8%	12.572	4,0%	18.477	5,5%	19.436	6,4%	18.275	7,0%
Rumanía	12.558	4,1%	16.131	5,1%	12.827	3,8%	13.608	4,5%	12.044	4,6%
Italia	15.101	4,9%	11.839	3,7%	15.296	4,6%	13.321,5	4,4%	11.759	4,5%
Polonia	12.605	4,1%	14.681	4,6%	14.504	4,3%	11.805	3,9%	6.997	2,7%
Hong Kong	17.813	5,8%	14.548	4,6%	11.631	3,5%	11.725	3,9%	10.438	4,0%
Reino Unido	11.760	3,8%	8.572	2,7%	10.731	3,2%	9.957	3,3%	8.879	3,4%
España	387	0,1%	508	0,2%	457	0,1%	551	0,2%	1.083	0,4%
Resto mundo	75.989	24,7%	78.084	24,7%	67.828	20,2%	58.884	19,4%	53.742	20,6%
<b>Total</b>	<b>307.768</b>	<b>100,0%</b>	<b>315.920</b>	<b>100,0%</b>	<b>335.324</b>	<b>100,0%</b>	<b>303.026</b>	<b>100,0%</b>	<b>260.422</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

**Saldo Comercial para la partida 62.06 (en miles de Nok)**

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Exportaciones</b>	3.199	4.254	3.315	3.456	3.172
<b>Importaciones</b>	307.768	315.920	335.324	303.026	260.422
<b>Saldo Comercial</b>	-304.569	-311.666	-332.009	-299.570	-257.250

### ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES:

De los datos de las tablas anteriores se desprenden algunas conclusiones:

- ❑ El imparable crecimiento de las cuotas de importaciones para los países del sudeste asiático (especialmente **China**, que en algunos casos llega a abarcar más del 60% de las importaciones totales de confección textil). Otros países asiáticos que ganan cuota de mercado son India, Hong Kong, Indonesia y Bangladesh.
- ❑ **Italia, Francia, Reino Unido y Portugal** son algunos de los países europeos que más resienten el crecimiento de la ropa proveniente de países asiáticos en Noruega. Aunque invariablemente aparecen en el ranking de los países de origen de las importaciones, su cuota de mercado ha ido disminuyendo.
- ❑ **Dinamarca** y, en menor medida, **Suecia**, son dos importantes socios comerciales de Noruega. El primero supone un 10-15% de las importaciones totales.

## IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Una característica de los consumidores noruegos es la importancia de la calidad de los productos y de la **búsqueda de una buena relación calidad -precio**. Se comportan prudentemente y son lentos en sus decisiones. Esta lentitud se ve recompensada por la seriedad y **fidelidad** de las relaciones que se establecen.

### Porcentaje de participación en el gasto por hogar

	2003 -2004
Vivienda	26,7%
Transporte	17,3%
Ocio	12,5%
Alimentación y Bebidas no alcohólicas	11,5%
<b>Ropa y calzado</b>	<b>5,4%</b>
Otros	26,6%

Los noruegos son, dentro de los escandinavos, los que más dinero dedican a la adquisición de ropa y calzado. De media, un noruego gasta al año unas 5.000 Nok (600 euros, aproximadamente) en ropa, por lo que estamos hablando de un mercado que mueve anualmente unos 21.000 millones de Nok (2.520 millones de euros).

## V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

La siguiente tabla muestra una comparativa de precios en coronas noruegas (Nok) para una muestra de prendas de vestir en algunos de los puntos de venta más representativos de confección femenina en Noruega.

Precios Medios de Venta al Público (Nok)							
	CUBUS	Bik Bok	Vivikes	H&M	Vero Moda	Lindex	Boutiques
<b>Abrigo</b>	600	1.200	1.400	450	500	650	2.200
<b>Traje</b>	1.200	1.400	1.500	1.100	1.350	950	1.800
<b>Falda</b>	250	250	400	175	200	250	550
<b>Pantalón</b>	325	450	450	200	350	300	600
<b>Camisa</b>	250	250	350	175	225	250	450
<b>Camiseta</b>	150	200	250	125	150	200	400
<b>Jersey</b>	300	300	300	150	200	300	500
<b>Jeans</b>	400	400	600	350	550	500	750

Fuente: Elaboración propia

Nota: todos los precios están expresados en Coronas Noruegas (Nok). En febrero de 2005 un euro equivale a 8,3 Nok.

Según los datos de la Asociación Textil Noruega (HSH), los márgenes de beneficio alcanzan en este sector el 48,8% (sobre el precio de producción, hasta el precio de venta final).

Si se opta por una venta a través de agentes en Noruega, éstos cobran una comisión de entre el 10 y 15% sobre el precio del productor extranjero.

# VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

## □ IMAGEN DE LA MODA ESPAÑOLA

No existen estudios acerca de la percepción de la moda española en Noruega, pero según los testimonios y opiniones recabadas durante la realización de la presente nota sectorial, la imagen de la moda española es de buena relación calidad – precio.

Existen dos empresas españolas de ropa femenina en Noruega: Mango y Massimo Dutti, aunque hay que resaltar que ninguna de ellas es habitualmente identificada por los consumidores noruegos como de origen español.

Las tiendas de Mango son muy populares y han conectado perfectamente con el público noruego.

Por otro lado, es frecuente recibir consultas en la Oficina Comercial de importadores y empresas noruegas interesadas en traer Zara al país. La apertura de una tienda de Zara en la capital se ha barajado en alguna ocasión, pero la falta de localización adecuada ha hecho que esto finalmente no se haya llevado a cabo.

## □ PRESENCIA ESPAÑOLA

### ***Mango***

La cadena española tiene dos tiendas en la capital noruega y una en Stavanger.

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

### ***Massimo Dutti***

El grupo gallego Inditex está representado por Massimo Dutti, con una tienda en Oslo y la inminente apertura de otro local en la capital noruega.

[www.massimodutti.com](http://www.massimodutti.com)

## VII. DISTRIBUCIÓN

Uno de los cambios que ha experimentado el mercado noruego en los últimos años, ha sido la proliferación de grandes cadenas de confección textil. En 1991, este tipo de comercios suponían el 50% del mercado noruego. Diez años después, las grandes cadenas de ropa representan el 70% de las ventas totales.

Las tiendas suecas tienen una fuerte presencia en el mercado noruego, a través de Lindex, Kappahl y especialmente, Hennes & Mauritz.

Los principales grupos de venta de confección femenina son:

**Grupo Varner** (Varner Gruppen), que engloba las siguientes cadenas de ropa femenina: Cubus, Bik Bok y Vivikes.

- **Cubus** es una cadena de ropa para mujeres, hombres y niños, con más de 130 tiendas repartidas en Noruega. Es la mayor cadena textil noruega dirigida a familias, con productos que ofrecen una buena relación calidad/precio. Su público objetivo son las mujeres entre 25 y 50 años, que compran la ropa para toda la familia.
- **Bik Bok**: tiendas con ropa de moda y nuevas tendencias, para un público objetivo de chicas entre 14 y 28 años (especialmente entre 17 y 22 años).
- **Vivikes** es la marca de tiendas de ropa femenina, dirigida a mujeres con edades comprendidas entre los 35 y 55 años.

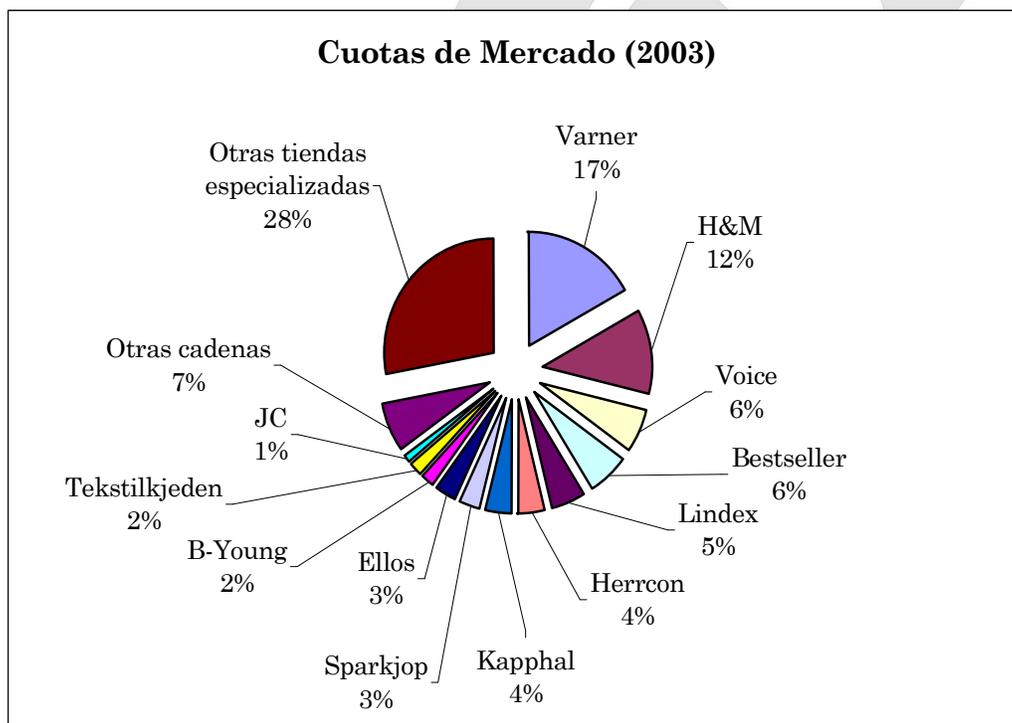
**Hennes & Mauritz**: la multinacional sueca cuenta con más de 70 tiendas repartidas en todo el territorio noruego.

**Grupo Bestseller**. Grupo de confección textil danés con fuerte presencia en Noruega. A él pertenece la cadena de ropa femenina **Vero Moda**, dirigida a mujeres con edades comprendidas entre los 25 y 40 años, que buscan ropa de calidad y tendencias a precios accesibles.

**Lindex Group.** Grupo de confección sueco. Sus tiendas están divididas en tres áreas: lencería, confección femenina y confección infantil. Su público objetivo son mujeres con edades comprendidas entre 30 y 50 años, que adquieren prendas a precios razonables.

**Voice of Europe.** Grupo de confección noruego. Cuenta con varias marcas propias. Ropa con buena relación calidad-precio. Dirigido a mujeres con edades comprendidas entre los 30-45 años.

Además, en Oslo existen dos edificios (**Oslo Fashion House** y **Oslo Moteforum**) en los que se agrupan numerosos distribuidores de confección textil.



# VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

## □ Aranceles e Impuestos

Para el caso de los productos de confección femenina, las importaciones procedentes de la Unión Europea no están sujetas al pago de derechos arancelarios. El IVA en Noruega es del 25%.

## □ Etiquetado

Respecto al etiquetado, no hay diferencias entre las regulaciones noruega y de la Unión Europea.

## □ Recomendaciones

Conforme a la legislación actual, para entrar en el mercado noruego no es necesario designar agente importador o distribuidor local. Sin embargo, su colaboración puede, en la mayoría de los casos, resultar indispensable por el alejamiento geográfico del mercado y su extensión física. Para el caso que nos ocupa, al tratarse de bienes de consumo, se recomienda el empleo de un importador cuya clientela esté formada por detallistas.

# IX. ANEXOS

## 1. EMPRESAS

### Cubus

Bergerveien 5,  
N-1396 Billingstad  
P.O. Box 254, N-1377 Billingstad  
Tel.: +47 6677 320  
Fax: +47 6685 3059  
E-mail: [kundeservice@cubus.no](mailto:kundeservice@cubus.no)  
Internet : [www.cubus.no](http://www.cubus.no)

### Voice of Europe

Pontoppidansgate 7  
Postboks 3467 Bjølsen, 0406 Oslo  
Tel: +47 22 54 55 00  
Fax: +47 22 54 56 00  
E-mail: [voiceofeurope@voice.no](mailto:voiceofeurope@voice.no)  
Internet: [www.voiceofeurope.net](http://www.voiceofeurope.net)

### Bik Bok

Sørhauggata, 77  
N-5528 Haugesund  
Tel: +47 5271 6775

### Grupo Bestseller

Bestseller A/S  
Fredskovvej  
7330 Brande  
Dinamarca  
Tel. : +45 99 42 32 00  
Internet: [www.veromoda.com](http://www.veromoda.com)

### Hennes & Mauritz

Internet : [www.hm.com](http://www.hm.com)

### Lindex Group

Internet : [www.lindex.com](http://www.lindex.com)

### Bogerud Tekstil AS

P.O.Box 16 Prinsdal  
N-1205 Oslo  
Tel: + 47 22610277  
Fax: + 47 22623502

### Vivikes

Naustdalsveien 1B, N-6800 Førde  
Tel: +47 5782 7333  
Fax: +47 5782 7335  
Internet: [www.vivikes.no](http://www.vivikes.no)

**Mango**

Internet : [www.mango.es](http://www.mango.es)

**Massimo Dutti**

Internet : [www.massimodutti.com](http://www.massimodutti.com)

**Pegasus TekstilA/S**

Att: Pål Grinde

Norsk Moteforum/rom 512

Sjølyst Plass 3

0278 Oslo

Tel: 23 00 18 40

Fax: 23 00 18 42

Mail: [pgrinde@online.no](mailto:pgrinde@online.no)

**Midi Interiør**

Att: Sr. Sandvoll

Sørliveien 35

1473 Lørenskog

Tel: 48 02 80 56

Fax: 61 34 02 41

Mail: [arild\\_sandvoll@hotmail.com](mailto:arild_sandvoll@hotmail.com)

**Alkan Norge A/S**

Norsk Moteforum

Sjølyst Plass 3

0277 Oslo

Tel. +47 23 00 28 48, 64 94 69 59

Fax: +47 23 00 18 49

**T. Bache-Andreassen A/S**

Norsk Moteforum

Sjølyst Plass 3

0277 Oslo

Tel: +47 23 00 14 85 – 908 22 848

Fax: +47 23 00 14 87

**Johny Berntsen Tekstilagentur A/S**

Oslo Fashion House

Fornebuvn.50

1324 Lysaker

Tel: +47 33 46 88 00 – 90 20 50 70

Fax: +47 33 46 88 16

**Ove G. Jansson & Co.**

Oslo Fashion House

Fornebuvn. 50

1324 Lysaker

Tel: +47 67 53 15 82 Mob:90776700

Fax: +47 67 53 28 84

**Gunnar Nilsen A/S**

Oslo Fashion House

Fornebuvn. 50

1324 Lysaker

Tel: +47 67 53 02 20

Fax: +47 67 53 12 93

**Roy Kolltuft A/S**

Norsk Moteforum

Sjølyst Plass 3,

0277 Oslo

Tel: +47 23 00 18 50

Fax: +47 23 00 18 51

Mail: [post@faconnable.no](mailto:post@faconnable.no)

**Mari Winsnes Agenturer**

Sra. Marit Winsnes

Oslo Fashion House

Fornebuvn. 50

1324 Lysaker

Tel: +47 99 58 64 29

Fax: +47 67 51 23 00

Mail: [mari@dicmero.no](mailto:mari@dicmero.no)

**Papageno A/S**

Sra. Randi Sonberg

Sjølyst Plass 3

0278 Oslo

Tel: +47 23 00 15 90

Fax: +47 23 00 15 92

Mail: [rs@intown.no](mailto:rs@intown.no)

**Grete Garborg Agenturer**

Sra. Grete Garborg Skaarer

Oslo Fashion House

Fornebuvn. 50

1324 Lysaker

Tel: +47 97 54 20 04

Fax: +47 67 51 23 00

Mail: [grete@estelly.no](mailto:grete@estelly.no)

**Trygve Grimsgaard A/S**

Sr. Trygve Grimsgaard

Oslo Fashion House

Fornebuvn. 50

1324 Lysaker

Tel: +47 90 92 29 26

Mail: [Trygve.grimsgaard@fashionhouse.no](mailto:Trygve.grimsgaard@fashionhouse.no)

**Wilskow & Schjøtt-Rivers A/S**

Oslo Fashion House

Fornebuvn. 50

1324 Lysaker

Tel: +47 67 59 18 50

Fax: +47 67 12 26 04

Mail: [henwil@online.no](mailto:henwil@online.no)

**HP Trading**

Hans Petter Engh

Brennbakkvn, 17 D

2318 Hamar

Tel. +47 62 52 96 21

Fax: +47 62 52 96 51

Mail: [hanspen@online.no](mailto:hanspen@online.no)

**Sophie Trading A/S**

Postbox 5289 Majorstuen

0303 Oslo

Tel: +47 22 85 37 51

Fax: +47 22 85 37 60

### 2. FERIAS

Aunque no hay como tal una feria de confección o moda en Noruega, se celebran dos ediciones anuales de “showrooms” para profesionales en el edificio Oslo Fashion House:

- ❑ Messe Dager Oslo Fashion House (febrero)
- ❑ Mini Messe Oslo Fashion House (mayo)

Oslo Fashion House

Fornebuveien 50, 1366 Lysaker

E-mail: [oslo@fashionhouse.no](mailto:oslo@fashionhouse.no)

Web: [www.fashionhouse.no](http://www.fashionhouse.no)

### 3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

#### **Tique**

St.Olavs Pals

0130 Oslo

Tel. +47 - 24 14 69 60

Fax. +47 - 24 14 69 61

Web: [www.tique.no](http://www.tique.no)

E-mail: [post@tique.no](mailto:post@tique.no)

#### **Det Nye**

Gullhaugveien 1

0441 Oslo

Tel. +47- 22 58 50 00

Fax. +47- 22 58 05 85

Web: [www.detnye.com](http://www.detnye.com)

#### **Henne**

Stenersgata 2, vis-à-vis Oslo City

Boks 1169 Sentrum, 0107 OSLO

Tel: +47- 21 30 10 00

Web : [www.henne.no](http://www.henne.no)

Para anunciarse: [www.annonse.aller.no](http://www.annonse.aller.no)

#### **Elle**

Postboks 5134

Majorstua 0302 Oslo

Tel. +47- 22 60 99 00

Fax. +47- 22 60 99 98

Web: [www.elle.no](http://www.elle.no)

## EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN TEXTIL FEMENINA EN NORUEGA

### **Kvinner & Klær**

Boks 1169 Sentrum, 0107 Oslo  
Stenersgata 2, vis a vis Oslo City  
Tel : +47-21 30 10 00

Web: [www.kk.no](http://www.kk.no)

### **Eva**

Boks 1169 Sentrum, 0107 Oslo  
Stenersgata 2, vis a vis Oslo City  
Tel : +47-21 30 10 00

Web: [www.annonse.aller.no](http://www.annonse.aller.no)

## **4. ASOCIACIONES**

### **□ Norges Tekstilforbund**

La Asociación Noruega de Comerciantes Textiles publica la revista Tekstilforum, con 12 números al año y una tirada de 5.000 ejemplares.

Web: [www.tekstilforum.no](http://www.tekstilforum.no)

E-mail: [tekstilforum@sn.no](mailto:tekstilforum@sn.no)

### **Asociación Prendas de Textil**

#### **HSH**

Sr. Leif Olsen  
Postboks 2900 Solli  
Drammensveien 30  
0230 Oslo  
Tel. +47- 22 54 17 24  
Fax. +47- 22 56 17 00

Web: [www.hsh-org.no](http://www.hsh-org.no)

E-mail: [l.olsen@hsh-org.no](mailto:l.olsen@hsh-org.no)

**5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS**

**Oficina Central de Estadísticas de Noruega**  
Statistics Norway  
[www.statbank.ssb.no/statistikbanken](http://www.statbank.ssb.no/statistikbanken)

**Ficha país de Noruega**  
CIA The World Factbook  
[www.odci.gov/cia/publications/factbook](http://www.odci.gov/cia/publications/factbook)

**Ficha país de Noruega**  
ICEX  
[www.icex.es/staticFiles/fnoru\\_2579\\_.pdf](http://www.icex.es/staticFiles/fnoru_2579_.pdf)

**Aranceles Noruega**  
[www.toll.no/tariff](http://www.toll.no/tariff)

**Oslo Fashion House**  
[www.fashionhouse.no/english.htm](http://www.fashionhouse.no/english.htm)

**Norsk Moteforum**  
[www.moteforum.no](http://www.moteforum.no)

**Portal de Comercio Exterior de Noruega**  
The Oficial Norwegian Trade Portal  
[www.nortrade.com](http://www.nortrade.com)

**Portal Moda España**  
ICEX  
[www.fashionfromspain.com](http://www.fashionfromspain.com)

**Oficina Comercial de la Embajada de España en Oslo**  
Karl Johans Gate 18C  
0159 Oslo - Norway  
Tel.: 23310680  
Fax: 23310686  
E-mail: [oslo@mcx.es](mailto:oslo@mcx.es)