

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Oslo

Notas Sectoriales

El mercado de la ropa interior y baño en Noruega

ICEX

El mercado de la ropa interior y baño 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

Abril 2005

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	6
III. OFERTA	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	8
3. Importaciones	9
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	21
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	23
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	24
VII. DISTRIBUCIÓN	25
VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	27
IX. ANEXOS	28
1. Empresas	28
2. Ferias	30
3. Publicaciones del sector	31
4. Asociaciones	31
5. Otras direcciones de interés	32

I. CONCLUSIONES

- Para competir en el mercado noruego en el sector de **ropa interior**, el **precio** es la variable clave. Además, por encima de la calidad de las prendas, prima el diseño de las mismas, acorde con las tendencias de la moda. Así, cadenas como Hennes & Mauritz o Lindex, que ofrecen gran variedad de prendas de ropa interior a precios bajos, son los líderes del sector.
- Los **tejidos** de las prendas toman un papel fundamental. La mayoría de las prendas de ropa interior están elaboradas con algodón, aunque cada vez son más las fabricadas con microfibras y fibras sintéticas, debido a su adaptabilidad. Estas características son muy demandadas por los consumidores noruegos, ya que dedican gran parte de su tiempo de ocio a actividades al aire libre y deportivas.
- Los noruegos no hacen tampoco grandes inversiones en **prendas de baño**, ya que en este país la temporada de verano es corta, por lo que no hay mercado para ropa de baño de calidad: los consumidores se mueven fundamentalmente por la variable **precio**.
- Algunas **características del consumidor noruego** son:
 - **Práctico**: importancia de la funcionalidad y comodidad a la hora de elegir la ropa, quedando el diseño en un segundo plano.
 - **Poco impulsivo**: prudente y lento en sus decisiones de compra.
 - **Ahorrativo**: se rige en sus decisiones por la variable precio.
 - **Amante del deporte y la naturaleza**: por lo que la ropa interior cómoda y de estética deportiva es muy valorada.
 - **Concienciado con el medio ambiente**: prefieren prendas confeccionadas con fibras naturales. Este aspecto constituye un buen argumento de venta.
 - **Alto poder adquisitivo**: aunque lo relevante no es tanto su nivel de riqueza como su homogeneidad, por lo que al referirse al ciudadano medio se hace referencia a casi la totalidad de la población.

II. DEFINICIÓN DEL SECTOR

La presente nota sectorial tiene como finalidad dar una panorámica del sector de ropa interior y baño en Noruega, mostrando especial interés en los países competidores y dando una visión de la distribución y los precios del sector.

Al igual que el sector de la confección textil en general, la ropa interior y baño se está viendo muy afectada por el proceso de progresiva concentración del mercado. Los pequeños comercios especializados se han convertido en los más afectados por esta tendencia y su número viene descendiendo de forma regular en los últimos periodos, a favor de la gran distribución.

En la industria de la ropa interior, los tejidos han tomado un papel fundamental. La mayoría de las prendas de ropa interior están elaboradas con algodón, aunque cada vez son más las fabricadas con microfibras y fibras sintéticas, debido a su adaptabilidad y comodidad. Éstas características son determinantes para los consumidores noruegos, que valoran especialmente la comodidad en las prendas interiores, ya que dedican gran parte de su tiempo de ocio a actividades deportivas.

En cuanto al sector de las prendas de baño, hay que tener en cuenta que en Noruega la temporada de calor es corta (algunos años inexistente), por lo que los noruegos no hacen grandes inversiones en bañadores. Por eso se puede afirmar que en este país no hay mercado para ropa de baño de calidad, ya que los consumidores se mueven fundamentalmente por el precio. Únicamente cabría un nicho de mercado para los bañadores deportivos, que se usan durante todo el año en las piscinas de los gimnasios.

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota sectorial se ha centrado en el mercado de la ropa interior y prendas de baño, tanto masculina como femenina.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias que se han incluido en el estudio son las siguientes:

6107	Ropa interior masculina, de punto: calzoncillos, pijamas, otra ropa interior masculina, de punto.
6108	Ropa interior femenina, de punto: combinaciones, bragas, camisones, otra ropa interior femenina, de punto.
6207	Ropa interior masculina, excepto las prendas de punto.
6208	Ropa interior femenina, excepto las prendas de punto.
6212	Sostenes, fajas, ligas, tirantes y artículos similares.
6211.11	Bañadores de hombre (excepto de punto)
6211.12	Bañadores de mujer (excepto de punto)
6112.31	Bañadores de hombre, de punto, de fibras sintéticas
6112.39	Bañadores de hombre, de punto, de las demás materias textiles
6112.41	Bañadores de mujer, de punto, de fibras sintéticas
6112.49	Bañadores de mujer, de punto, de las demás materias textiles

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

Idioma: Noruego, aunque el inglés está ampliamente extendido entre la población.

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 (febrero de 2005)

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Aunque no se dispone de datos exactos sobre la producción local de ropa interior y prendas de baño, sí constatamos 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).

Saldo Comercial para Ropa Interior y Baño

(En miles de Nok)

	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	14.978	21.008	22.200	25.292	19.271
Importaciones	838.206	819.183	794.690	847.175	821.553
Saldo Comercial	-823.228	-798.175	-772.490	-821.883	-802.282

Fuente: Oficina Central de Estadísticas de Noruega (SSB)

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

3. IMPORTACIONES

Cuadro 1. Distribución de las importaciones de la partida **6107** (en miles de Nok)

Ropa interior masculina, de punto: calzoncillos, pijamas, otra ropa interior masculina, de punto.

PAÍS	2000		2001		2002		2003		2004	
China	90.365	59,3%	90.418	58,4%	88.764	56,9%	96.796	54,6%	96.499	57,6%
Dinamarca	19.721	12,9%	16.930	10,9%	19.631	12,6%	20.972	11,8%	14.474	8,6%
Lituania	3.128	2,1%	1.926	1,2%	5.870	3,8%	12.585	7,1%	9.705	5,8%
Italia	1.753	1,1%	3.780	2,5%	2.497	1,6%	2.735	1,5%	6.997	4,2%
Suecia	3.329	2,2%	3.853	2,5%	3.860	2,5%	5.146	2,9%	4.171	2,5%
Turquía	1.489	1,0%	3.624	2,3%	3.640	2,3%	3.925	2,2%	3.952	2,4%
Estonia	1.109	0,7%	2.753	1,8%	4.708	3,0%	4.598	2,6%	3.598	2,1%
Polonia	1.144	0,8%	1.755	1,1%	1.868	1,2%	3.226	1,8%	3.704	2,2%
India	2.436	1,6%	2.306	1,5%	1.683	1,1%	1.787	1,0%	3.168	1,9%
Bangladesh	10	0,0%	109	0,1%	252	0,2%	848	0,5%	1.933	1,2%
España	2.051	1,3%	2.020	1,3%	1.942	1,2%	1.539	0,9%	1.0340	0,6%
Resto del Mundo	25.910	17,0%	25.214	16,3%	21.335	13,7%	23.213	13,1%	18.398	11,0%
Total	152.445	100,0%	154.708	100,0%	156.049	100,0%	177.369	100,0%	167.640	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	3.963	5.661	5.215	10.683	6.007
Importaciones	152.445	154.708	156.049	177.369	167.640
Saldo Comercial	-148.482	-149.047	-150.834	-166.686	-161.633

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 2. Distribución de las importaciones de la partida **6108** (en miles de Nok)

Ropa interior femenina, de punto: combinaciones, bragas, camisones, otra ropa interior femenina, de punto.

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	127.900	44,8%	105.761	38,9%	99.469	38,3%	106.505	38,3%	109.925	43,4%
Austria	41.879	14,7%	42.492	15,6%	30.362	11,7%	29.530	10,6%	21.441	8,5%
Turquía	14.084	4,9%	14.756	5,4%	16.593	6,4%	22.255	8,0%	19.098	7,5%
Hungría	2.126	0,7%	3.708	1,4%	8.926	3,4%	8.285	3,0%	10.450	4,1%
Tailandia	7.758	2,7%	10.309	3,8%	6.658	2,6%	5.458	2,0%	4.450	1,8%
Suecia	8.340	2,9%	9.838	3,6%	9.502	3,7%	8.308	3,0%	9.487	3,7%
Italia	15.304	5,4%	15.394	5,7%	17.963	6,9%	21.804	7,8%	7.522	3,0%
Rumanía	63	0,0%	532	0,2%	3.173	1,2%	4.060	1,5%	7.007	2,8%
Grecia	788	0,3%	1.745	0,6%	1.738	0,7%	7.437	2,7%	4.636	1,8%
India	6.038	2,1%	5.242	1,9%	5.022	1,9%	4.182	1,5%	4.287	1,7%
España	1.180	0,4%	668	0,2%	455	0,2%	534	0,2%	230	0,1%
Resto Mundo	60.312	21,1%	61.375	22,6%	59.840	23,0%	59.788	21,5%	54.808	21,6%
Total	285.773	100,0%	271.821	100,0%	259.703	100,0%	278.146	100,0%	253.340	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	3.026	6.329	7.582	6.923	6.876
Importaciones	285.773	271.821	259.703	278.146	253.340
Saldo Comercial	-282.747	-265.492	-252.121	-271.223	-246.464

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 3. Distribución de las importaciones de la partida **6207** (en miles de Nok)
Ropa interior masculina, excepto las prendas de punto.

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	11.775	40,4%	12.258	45,4%	16.657	57,7%	15.435	45,8%	12.629	34,4%
Turquía	3.293	11,3%	1.979	7,3%	2.951	10,2%	3.452	10,2%	8.726	23,8%
Dinamarca	1.184	4,1%	1.506	5,6%	758	2,6%	594	1,8%	3.382	9,2%
India	431	1,5%	550	2,0%	597	2,1%	1.434	4,3%	2.565	7,0%
Suecia	1.078	3,7%	1.105	4,1%	954	3,3%	617	1,8%	1.645	4,5%
Reino Unido	1.196	4,1%	1.804	6,7%	1.185	4,1%	1.458	4,3%	1.259	3,4%
Italia	1.122	3,9%	1.245	4,6%	693	2,4%	487	1,4%	1.109	3,0%
Portugal	814	2,8%	681	2,5%	510	1,8%	1.384	4,1%	872	2,4%
Hong Kong	2.170	7,5%	580	2,1%	219	0,8%	1.451	4,3%	682	1,9%
Indonesia	9	0,0%	301	1,1%	6	0,0%	675	2,0%	386	1,1%
España	124	0,4%	173	0,6%	70	0,2%	69	0,2%	163	0,4%
Resto Mundo	5.923	20,3%	4.815	17,8%	4.255	14,7%	6.667	19,8%	3.254	8,9%
Total	29.119	100,0%	26.996	100,0%	28.857	100,0%	33.723	100,0%	36.675	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	397	610	972	716	862
Importaciones	29.119	26.996	28.857	33.723	36.675
Saldo Comercial	-28.722	-26.386	-27.885	-33.007	-35.813

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 4. Distribución de las importaciones de la partida **6208** (en miles de Nok)
Ropa interior femenina, excepto las prendas de punto.

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	30.739	52,7%	34.638	54,6%	28.130	45,5%	27.690	43,0%	25.221	41,1%
Francia	2.141	3,7%	5.037	7,9%	10.634	17,2%	9.737	15,1%	8.864	14,5%
Dinamarca	1.566	2,7%	2.769	4,4%	2.054	3,3%	2.962	4,6%	6.383	10,4%
Turquía	4.145	7,1%	3.486	5,5%	4.175	6,7%	5.686	8,8%	4.246	6,9%
Reino Unido	2.023	3,5%	1.745	2,8%	1.660	2,7%	1.617	2,5%	3.089	5,0%
India	3.758	6,4%	2.958	4,7%	2.316	3,7%	1.965	3,0%	2.944	4,8%
Pakistán	2.604	4,5%	1.497	2,4%	1.567	2,5%	652	1,0%	1.126	1,8%
Alemania	1.884	3,2%	2.112	3,3%	2.608	4,2%	2.096	3,3%	1.333	2,2%
Holanda	227	0,4%	494	0,8%	474	0,8%	765	1,2%	868	1,4%
Portugal	1.856	3,2%	1.099	1,7%	772	1,2%	739	1,1%	833	1,4%
España	167	0,3%	73	0,1%	48	0,1%	240	0,4%	169	0,3%
Resto Mundo	7.190	12,3%	7.475	11,8%	7.413	12,0%	10.310	16,0%	6.234	10,2%
Total	58.303	100,0%	63.384	100,0%	61.849	100,0%	64.459	100,0%	61.310	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	530	591	1.090	841	886
Importaciones	58.303	63.384	61.849	64.459	61.310
Saldo Comercial	-57.773	-62.793	-60.759	-63.618	-60.424

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 5. Distribución de las importaciones de la partida **6212** (en miles de Nok)
Sostenes, fajas, ligas, tirantes y artículos similares.

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	75.424	31,8%	71.607	31,1%	65.979	32,0%	64.334	31,0%	64.198	30,5%
Hungría	1.031	0,4%	2.468	1,1%	4.331	2,1%	11.992	5,8%	14.513	6,9%
Tailandia	17.643	7,4%	22.462	9,8%	16.253	7,9%	15.104	7,3%	13.925	6,6%
Austria	34.326	14,5%	33.781	14,7%	23.311	11,3%	20.271	9,8%	11.862	5,6%
Portugal	12.615	5,3%	12.636	5,5%	11.358	5,5%	8.143	3,9%	8.574	4,1%
Letonia	6.489	2,7%	6.618	2,9%	6.064	2,9%	7.568	3,6%	6.733	3,2%
Francia	14.180	6,0%	12.411	5,4%	8.439	4,1%	7.295	3,5%	6.882	3,3%
Suecia	5.887	2,5%	5.477	2,4%	6.005	2,9%	5.073	2,4%	5.099	2,4%
Turquía	743	0,3%	642	0,3%	902	0,4%	2.178	1,0%	4.780	2,3%
Rumanía	5	0,0%	701	0,3%	1.239	0,6%	2.514	1,2%	4.321	2,1%
España	1.178	0,5%	898	0,4%	456	0,2%	461	0,2%	414	0,2%
Resto Mundo	67.716	28,5%	60.443	26,3%	61.731	30,0%	69.825	33,7%	69.092	32,8%
Total	237.236	100,0%	230.144	100,0%	206.067	100,0%	207.462	100,0%	210.394	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	4.638	4.949	5.300	4.871	3.817
Importaciones	237.236	230.144	206.067	207.462	210.394
Saldo Comercial	-232.598	-225.195	-200.767	-202.591	-206.577

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 6. Distribución de las importaciones de la partida **6211.11** (miles de Nok)
Bañadores hombre, excepto de punto

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	2.081	53,5%	2.288	59,5%	2.951	74,6%	3.708	69,4%	5.507	76,4%
Italia	405	10,4%	403	10,5%	219	5,5%	211	4,0%	323	4,5%
Bangladesh	25	0,6%	136	3,5%	127	3,2%	0	0,0%	305	4,2%
Alemania	7	0,2%	101	2,6%	52	1,3%	20	0,4%	182	2,5%
Indonesia	155	4,0%	18	0,5%	3	0,1%	38	0,7%	175	2,4%
Corea del Sur	17	0,4%	0	0,0%	7	0,2%	29	0,5%	167	2,3%
Turquía	0	0,0%	0	0,0%	85	2,2%	134	2,5%	116	1,6%
Vietnam	5	0,1%	0	0,0%	0	0,0%	16	0,3%	80	1,1%
España	239	6,1%	56	1,5%	83	2,1%	57	1,1%	54	0,8%
Bulgaria	6	0,2%	27	0,7%	10	0,3%	3	0,1%	51	0,7%
Resto Mundo	951	24,4%	816	21,2%	419	10,6%	1.127	21,1%	250	3,5%
Total	3.892	100,0%	3.844	100,0%	3.958	100,0%	5.342	100,0%	7.210	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	36	35	68	5	79
Importaciones	3.892	3.844	3.958	5.342	7.210
Saldo Comercial	-3.856	-3.809	-3.890	-5.337	-7.131

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 7. Distribución de las importaciones de la partida 6211.12 (en miles de Nok)
Bañadores de mujer, excepto de punto

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	591	19,1%	279	9,6%	807	26,9%	1.106	27,1%	697	21,3%
Italia	611	19,7%	667	23,0%	591	19,7%	536	13,1%	435	13,3%
Hong Kong	266	8,6%	536	18,5%	142	4,7%	631	15,5%	426	13,0%
Reino Unido	673	21,7%	463	16,0%	748	25,0%	406	10,0%	342	10,5%
Alemania	72	2,3%	135	4,6%	138	4,6%	117	2,9%	339	10,4%
Dinamarca	255	8,2%	149	5,1%	31	1,0%	41	1,0%	280	8,6%
Francia	49	1,6%	315	10,9%	242	8,1%	147	3,6%	127	3,9%
Bangladesh	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	24	0,6%	87	2,7%
Israel	123	4,0%	8	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	82	2,5%
Bélgica	255	8,2%	0	0,0%	8	0,3%	127	3,1%	82	2,5%
España	131	4,2%	29	1,0%	14	0,5%	18	0,4%	61	1,9%
Resto Mundo	73	2,4%	316	10,9%	276	9,2%	928	22,7%	310	9,5%
Total	3.100	100,0%	2.896	100,0%	2.997	100,0%	4.080	100,0%	3.267	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	144	137	65	110	61
Importaciones	3.100	2.896	2.997	4.080	3.267
Saldo Comercial	-2.956	-2.759	-2.932	-3.970	-3.206

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 8. Distribución de las importaciones de la partida **6112.31** (en miles de Nok)
Bañadores de hombre, de punto, de fibras sintéticas

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	3.665	56,4%	4.689	68,5%	4.977	62,2%	4.085	58,4%	3.509	55,2%
Reino Unido	143	2,2%	76	1,1%	259	3,2%	263	3,8%	493	7,8%
Francia	84	1,3%	120	1,8%	348	4,4%	521	7,4%	358	5,6%
Italia	261	4,0%	297	4,3%	339	4,2%	496	7,1%	308	4,8%
Turquía	4	0,1%	6	0,1%	131	1,6%	256	3,7%	265	4,2%
Alemania	529	8,2%	233	3,4%	122	1,5%	58	0,8%	210	3,3%
Dinamarca	341	5,2%	261	3,8%	799	10,0%	211	3,0%	224	3,5%
Sri Lanka	0	0,0%	0	0,0%	2	0,0%	48	0,7%	138	2,2%
España	48	0,7%	47	0,7%	81	1,0%	209	3,0%	213	3,4%
Tailandia	452	7,0%	362	5,3%	203	2,5%	383	5,5%	199	3,1%
Resto Mundo	967	14,9%	751	11,0%	736	9,2%	465	6,6%	440	6,9%
Total	6.496	100,0%	6.843	100,0%	7.998	100,0%	6.995	100,0%	6.358	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	500	369	275	94	22
Importaciones	6.496	6.843	7.998	6.995	6.358
Saldo Comercial	-5.996	-6.474	-7.723	-6.901	-6.336

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 9. Distribución de las importaciones de la partida **6112.39** (en miles de Nok)
Bañadores de hombre, de punto, de las demás materias textiles (excepto sintéticas)

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	41	11,9%	90	22,1%	112	27,1%	106	8,5%	252	19,9%
Reino Unido	32	9,1%	53	13,1%	56	13,5%	102	8,2%	257	20,3%
Italia	12	3,5%	53	13,0%	67	16,2%	72	5,8%	204	16,1%
Turquía	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	135	10,7%
Holanda	2	0,6%	54	13,2%	74	17,8%	75	6,0%	97	7,7%
Francia	0	0,0%	0	0,0%	5	1,2%	38	3,0%	70	5,5%
Polonia	5	1,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	53	4,2%
Alemania	47	13,6%	34	8,5%	14	3,5%	108	8,7%	52	4,1%
Dinamarca	71	20,5%	15	3,8%	9	2,1%	78	6,3%	33	2,6%
Suecia	0	0,0%	47	11,6%	45	11,0%	37	3,0%	28	2,2%
España	46	13,1%	0	0,0%	4	0,9%	7	0,6%	0	0,0%
Resto Mundo	92	26,4%	60	14,8%	27	6,6%	625	50,1%	84	6,7%
Total	347	100,0%	407	100,0%	413	100,0%	1.248	100,0%	1.266	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	23	0	17	14	0
Importaciones	347	407	413	1.248	1.266
Saldo Comercial	-324	-407	-396	-1.234	-1.266

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 10. Distribución de las importaciones de la partida 6112.41 (en miles de Nok)
Bañadores de mujer, de punto, de fibras sintéticas

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	30.308	51,4%	31.643	57,6%	36.383	57,1%	33.133	54,3%	37.651	54,0%
Portugal	1.891	3,2%	1.872	3,4%	1.913	3,0%	1.530	2,5%	3.627	5,2%
Grecia	1.730	2,9%	1.031	1,9%	1.737	2,7%	1.991	3,3%	2.171	3,1%
Italia	3.437	5,8%	1.338	2,4%	1.786	2,8%	2.030	3,3%	2.607	3,7%
Francia	425	0,7%	517	0,9%	1.932	3,0%	1.840	3,0%	3.145	4,5%
Turquía	360	0,6%	610	1,1%	936	1,5%	1.230	2,0%	1.632	2,3%
Sri Lanka	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	175	0,3%	1.824	2,6%
Austria	3.105	5,3%	2.366	4,3%	1.278	2,0%	1.845	3,0%	1.373	2,0%
Israel	2.079	3,5%	2.388	4,3%	2.775	4,4%	2.104	3,4%	1.754	2,5%
Eslovenia	777	1,3%	822	1,5%	1.043	1,6%	980	1,6%	1.288	1,8%
España	218	0,4%	162	0,3%	364	0,6%	365	0,6%	244	0,4%
Resto Mundo	14.586	24,8%	12.169	22,2%	13.577	21,3%	13.792	22,6%	12.366	17,7%
Total	58.916	100,0%	54.919	100,0%	63.722	100,0%	61.015	100,0%	69.682	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	1.649	2.157	1.505	871	629
Importaciones	58.916	54.919	63.722	61.015	69.682
Saldo Comercial	-57.267	-52.762	-62.217	-60.144	-69.053

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Cuadro 11. Distribución de las importaciones de la partida **6112.49** (en miles de Nok)
Bañadores de mujer, de punto, de las demás materias textiles (excepto fibras sintéticas)

	2000		2001		2002		2003		2004	
China	721	28,0%	757	23,5%	377	12,2%	499	6,8%	957	21,7%
Holanda	6	0,2%	90	2,8%	599	19,5%	1.316	17,9%	480	10,9%
España	40	1,6%	116	3,6%	223	7,3%	417	5,7%	332	7,5%
Suecia	58	2,2%	68	2,1%	78	2,5%	170	2,3%	305	6,9%
Reino Unido	249	9,6%	341	10,6%	189	6,1%	581	7,9%	267	6,1%
Hong Kong	95	3,7%	50	1,5%	40	1,3%	476	6,5%	289	6,5%
Dinamarca	229	8,9%	248	7,7%	200	6,5%	605	8,3%	225	5,1%
Túnez	1	0,0%	0	0,0%	44	1,4%	292	4,0%	295	6,7%
Francia	126	4,9%	75	2,3%	623	20,3%	93	1,3%	178	4,0%
Alemania	107	4,2%	180	5,6%	149	4,8%	112	1,5%	164	3,7%
Resto Mundo	946	36,7%	1.297	40,3%	555	18,0%	2.774	37,8%	920	20,9%
Total	2.579	100,0%	3.221	100,0%	3.077	100,0%	7.336	100,0%	4.411	100,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

(En miles de Nok)	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	72	170	111	164	32
Importaciones	2.579	3.221	3.077	7.336	4.411
Saldo Comercial	-2.507	-3.051	-2.966	-7.172	-4.379

ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES:

De los datos de las tablas anteriores, obtenemos algunas conclusiones:

- ❑ El crecimiento de las importaciones procedentes de países asiáticos, especialmente de **China** (que representa en torno al 50% de las importaciones totales) y de Bangladesh, India y Pakistán.
- ❑ Aumento de la importancia de los países del **Este de Europa** como proveedores de confección textil.
- ❑ **Suecia** y **Dinamarca** son importantes socios comerciales de Noruega, concentrando el 10-15% de las importaciones de ropa interior y baño.
- ❑ En cuanto a **prendas de baño**, **España** se perfila como un importante proveedor de Noruega, apareciendo entre los diez principales países origen de las importaciones de ropa de baño.

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

A la hora de analizar la demanda de ropa interior y prendas de baño en Noruega, es importante tener en cuenta algunas de las características del consumidor de este país:

- **Práctico:** se rige por razones de practicidad, funcionalidad y comodidad a la hora de elegir la ropa, quedando el diseño en un segundo plano, lo cual no quiere decir que la moda no sea importante, aunque en menor medida que en otros países.
- **Ahorrativo:** al contrario de lo que pudiera creerse, el consumidor noruego se rige en sus decisiones de compra por la variable precio.

Porcentaje de participación en el gasto por hogar

	2000-2002	2003 -2004
Vivienda	30,7%	26,7%
Transporte	18,7%	17,3%
Ocio	12,8%	12,5%
Alimentación y Bebidas no alcohólicas	11,3%	11,5%
Ropa y calzado	5,8%	5,4%
Otros	20,7%	26,6%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas (SSB)

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

- **Poco impulsivo**: el noruego casi nunca compra por impulso, sino que la compra es planeada con antelación en función de sus necesidades. 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.
- **Amante del deporte y la naturaleza**: es un amante del ejercicio físico, por lo que la ropa interior cómoda y de estética deportiva es muy valorada.
- **Concienciado** con la ecología y el respeto al **medio ambiente**: prefieren prendas que hayan sido confeccionadas y empaquetadas respetando el medio ambiente (fibras naturales, envases y embalajes reciclables, etc). Este aspecto no debería olvidarse ya que puede constituir un buen argumento de venta.
- Carácter tradicional y “**nacionalista**”: el consumidor noruego parece mostrar una clara preferencia por los productos de su país.
- La sociedad noruega es una sociedad rica, con **fuerte poder adquisitivo**. Su renta per cápita se encuentra entre las más altas del mundo. Sin embargo, lo relevante no es tanto su nivel de riqueza como su homogeneidad, debido sobre todo al sistema político, por lo que al referirse al ciudadano medio se hace referencia a casi la totalidad de la población, no habiendo grandes diferencias a la hora de vestir entre las diferentes capas sociales.

V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

La siguiente tabla muestra una comparativa de precios en coronas noruegas (Nok) para una muestra de prendas en algunos de los puntos de venta más representativos de ropa interior y prendas de baño en Noruega.

Precios Medios de Venta al Público (Nok)							
	H&M	Lindex	Kappahl	Bodimondi	Cubus	Bogerud	Otros
Calzoncillos	70	-	100	100	90	90	120
Bragas	60	100	100	125	70	90	150
Pijamas	180	250	200	250	250	230	275
Camisones	150	200	150	250	250	250	250
Sostenes	130	160	150	150	140	155	180
Batas	225	250	-	250	-	260	260
Baño Mujer	200	250	230	350	230	300	350
Baño Hombre	170	-	-	-	-	-	200

Fuente: Elaboración propia

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

Según los datos de la Asociación Textil Noruega (HSH), los **márgenes** de beneficio alcanzan en el sector de la confección 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 - 15%** sobre el precio del productor extranjero.

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

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.

En Noruega no existe ninguna cadena de ropa interior y prendas de baño de origen español, por lo que no se puede valorar la imagen que tienen los noruegos del producto español para este sector.

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 la década de los 90 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.

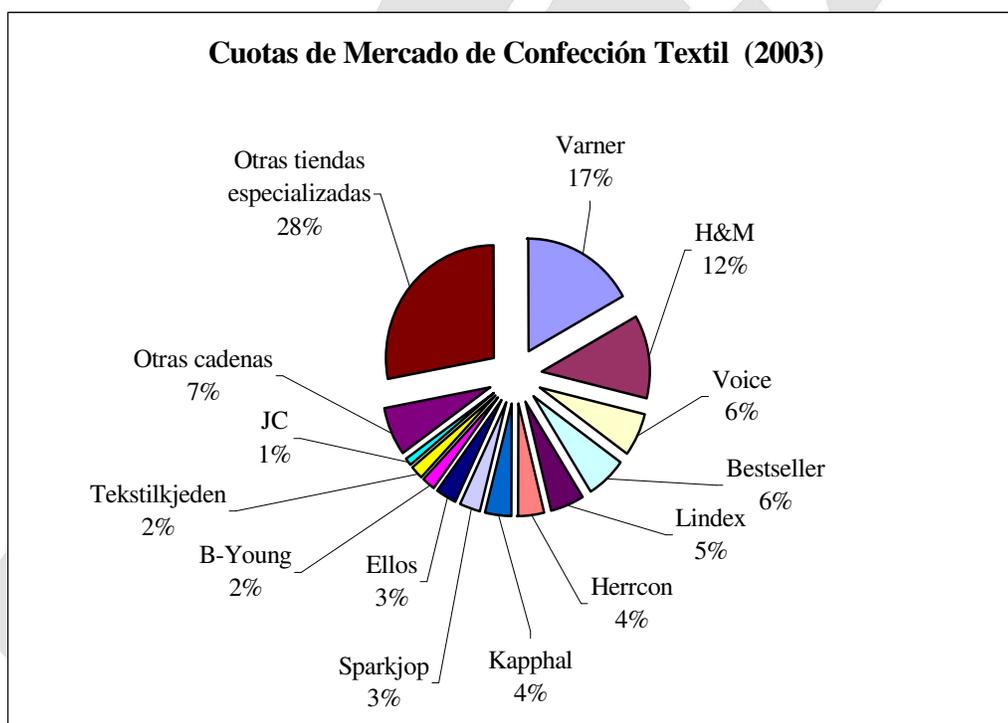
Las tiendas suecas tienen una fuerte presencia en el mercado noruego, a través de Lindex, Kappahl y especialmente, Hennes & Mauritz.

Los principales grupos de venta de ropa interior (femenina y masculina) y prendas de baño en Noruega son los siguientes:

- **Hennes & Mauritz:** la multinacional sueca cuenta con más de 70 tiendas repartidas en todo el territorio noruego. Público objetivo: hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 18 y 40 años.
- **Lindex Group:** grupo de confección sueco. Sus tiendas están divididas en tres áreas: lencería, confección femenina y confección infantil. Buena relación calidad – precio. Su público objetivo son mujeres con edades comprendidas entre 30 y 50 años.
- **Bodimondi:** cadena de tiendas de ropa interior (tanto masculina como femenina), perteneciente al grupo Varner.
- **Cubus:** también integradas dentro del grupo Varner, las tiendas de Cubus son muy populares en Noruega, con más de 130 comercios repartidos por el país. Es la mayor cadena textil noruega, dirigida a familias. Además de confección textil en general, tienen ropa interior para mujeres, hombres y niños.
- **Kappahl:** Líder de ventas de confección textil en los países nórdicos en el segmento de 30 a 50 años de edad. Tienen un área de ropa interior femenina.
- **Bogerud:** Cadena de tiendas especializada en ropa interior y baño, para hombres y mujeres, a precios accesibles.

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Además, en Oslo existen dos edificios (**Oslo Fashion House** y **Oslo Moteforum**, las direcciones de ambas instituciones se encuentran al final de la presente nota sectorial, en el apartado dedicado a otras direcciones de interés) en los que se agrupan numerosos profesionales del sector de la confección textil en general. En estos centros de moda se dan cita fabricantes, distribuidores y representantes del sector, con una ubicación estable.



VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

□ **Aranceles e Impuestos**

Para el caso de la ropa interior y baño, 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

Hanne Skjoldhammer Bjerke

Sjølyst Plass 3

0278 Oslo

Tel: 67 58 33 33

Fax: 67 58 33 44

Mail: hanne.s.bjerke@moteforum.no

Leon Agenturer

Sr. Raymond Dolata

Odinsvei 31N

3472 Bødalen

Tel: 911 32 407

Fax: 850 31 933

Mail: rldolata@online.no

Det Lille Under

Karl Johansgt. 37/41

0162 Oslo

Tel: 22 41 62 25

Fax: 22 41 10 29

T.S. Import A/S

Hønskogen26

1370 Asker

Tel. 66 78 09 80

Fax: 66 78 75 67

Anna Hill Co. A/S

Postbox 183 Vinderen

0319 Oslo

Tel: 22 49 94 04

Fax: 23 08 28 24

Mail: anhic@online.no

Johnny Berntsen Tekstilagentur A/S

Lunaveien 16

3213 Sandefjord

Tel: 33 46 88 00

Fax: 33 46 88 16

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

Inter-Sun A/S

Postboks 104
1401 Ski
Tel: 64 85 53 00
Fax: 64 87 56 06
Mail: lasse@inter-sun.no

Knut Syversen A/S

Rosenlund 253
1501 Fredrikstad
Tel: 69 35 13 50
Fax: 69 35 13 51
Mail: m.krogstad@syvers1.no

Barock Collection

Monika Ådlandsvik
Postbox 28
5327 Hauglandshella
Tel: 56 15 05 54 917 39 980
Mail: barock.collection@c2i.net

Nybråten Tekstil A/S

Norsk Moteforum
Sjølyst Plass 3
0278 Oslo
Tel : 23 00 18 90
Fax : 23 00 18 92
Mail : nybra@online.no

LaLina A/S

Waldemar Thranesgt. 34
0171 Oslo
Tel: 22 60 03 80
Fax: 22 56 89 16
Mail: line-k@online.no

Kristensen Import

Haubakk
8110 Moldjord
Tel: 75 56 97 35
Fax: 75 56 97 35
Mail: kristensen.import@c2i.net

Morten Pettersens Agentur

Engene Vel, Garder
1540 Vestby
Tel: 64 95 17 92 41226499
Mail: mort-pet@online.no

EL MERCADO DE LA ROPA INTERIOR Y BAÑO EN NORUEGA

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
Web: www.cubus.no

Bogerud Tekstil AS

Berglyvn. 12 Oslo
Tel: +47 22 75 36 30
Fax: +47 22 75 36 40
E-mail: post@bogrud.no
Web: www.bogrudtekstil.com

Hennes & Mauritz

Web : www.hm.com

Lindex Group

Web : www.lindex.com

Kappahl

Kappahl AS
Norway HQ
Postboks 1438
NO-1602 Fredrikstad
Tel. +47-69 36 87 00
Web: www.kappahl.com

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

Web: www.fashionhouse.no

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

La Asociación Noruega de Comerciantes Textiles publica la revista **Tekstilforum**, con 12 números al año y una tirada de 5000 ejemplares.

Tekstilforum

Att: Live Nordby

Sjolyst Plass 3

0278 Oslo

Tel: 23 00 15 15

Fax: 23 00 15 16

Mail: tekstilforum@tekstilforum.no

4. ASOCIACIONES

Asociación de Comerciantes Textiles

HSH – Handeles- og Servicenæringens Hovedorganisasjon

Att: Leif Olsen

Postboks 2900 Solli

0230 Oslo

Mail: l.olsen@hsh-org.no

Tel: 22 54 17 24

Fax: 22 56 17 00

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Oficina Central de Estadísticas de Noruega

Statistics Norway

www.statbank.ssb.no/statistikkbanken

Ficha País de Noruega

CIA The World Factbook

www.odci.gov/cia/publications/factbook

Ficha país de Noruega

ICEX

www.icex.es/staticFiles/fnoru_2579_.pdf

Aranceles Noruega

www.toll.no/tariff

Oslo Fashion House

www.fashionhouse.no/english.htm

Norsk Moteforum

www.moteforum.no

Portal Comercio Exterior Noruega

The Oficial Norwegian Trade Portal

www.nortrade.com

Portal Inverso Moda España

ICEX

www.fashionfromspain.com

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo

Karl Johans Gate 18C

0159 Oslo - Norway

Tel.: 23310680

Fax: 23310686

E-mail: oslo@mcx.es