

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Oslo

# Notas Sectoriales

## El mercado de las conservas de pescado en Noruega

ICEX

## El mercado de las conservas de pescado en Noruega

Esta nota ha sido elaborada por Vitor Peiteado bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo

Septiembre 2006

## ÍNDICE

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
<b>II. OFERTA</b>	<b>7</b>
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	7
3. Importaciones	9
<b>III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>24</b>
<b>IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>26</b>
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>28</b>
<b>VI. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>29</b>
<b>VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>32</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>32</b>
1. Empresas	34
2. Ferias	35
3. Publicaciones del sector	36
4. Asociaciones	38
5. Otras direcciones de interés	38

¡Error! Marcador no definido.

### CONCLUSIONES

El mercado de las conservas de pescado en Noruega se presenta como una buena oportunidad para las empresas conserveras españolas.

El mercado está creciendo y diversificándose. Las conservas eran populares en Noruega para productos como la caballa, atún o sardinas, productos que se han consumido tradicionalmente en conserva en Noruega.

Pero en los últimos años, con la globalización de los gustos, los noruegos se han abierto a productos procedentes de otras cocinas y se puede encontrar ya gambas o mejillones en conserva. Los cambios en los gustos abren una posibilidad a la introducción de productos que anteriormente no eran consumidos en el país. A esto se une que se diversifica la elaboración de los productos y ahora ya es muy común encontrar conservas en aceite, y no sólo en agua o tomate.

En cuanto a la distribución minorista, esta está muy concentrada en 4 grandes grupos de supermercados, con lo que tienen mucho poder de negociación, aunque está tendiendo a abrirse con cadenas nuevas como Lidl, a las que les está costando mucho asentarse en el país pero que lo van consiguiendo poco a poco.

Noruega produce bastante pescado, si bien destina la mayoría a congelado o fresco, y una parte menor a conserva. Puede ser complicado introducirse en mercados maduros de productos que son muy tradicionales como la caballa, donde existe una marca que copa casi todo el mercado (Stabburet) y con una clientela muy fiel. Pero la diversificación de productos puede permitir entrar en estos mercados que se encuentran aún en crecimiento y crear una imagen de marca fuerte y de calidad.

El sector Horeca parece un buen canal para introducirse en el mercado, para luego intentar dar el salto a la distribución minorista, mucho más exigente por lo grande de las cadenas en la mayor parte de los casos.

# I ■ DEFINICION DEL SECTOR

## 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

En la presente nota sectorial se hará un estudio del mercado de las conservas de pescado en Noruega.

Por conservas se entenderá aquellos preparados listos para el consumo inmediato una vez abierto el envase, sin necesidad de cocinado. Se referirá especialmente a aquellos productos que se comercializan enlatados, excluyendo, por tanto, los productos congelados.

Y en cuanto a los productos, aunque la nota habla de conservas de pescado, también se hará referencia a otros productos marinos como pueden ser los moluscos, los crustáceos o el caviar, siempre en conserva. Se excluyen por tanto conservas de productos que no procedan del mar o que no se destinen principalmente para consumo humano.

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En esta nota se usará la nomenclatura del Sistema Armonizado (HS/SA) para la clasificación arancelaria de los productos a los que se hace referencia.

Los códigos arancelarios que aparecen en la presente nota sectorial son los del código TARIC 1604, que se refiere a *preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado* y 1605 que se refiere a *crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados*. Y dentro de estos se incluyen concretamente los siguientes:

1604.11: Pescado entero o en trozos, con exclusión del pescado picado.

1604.11.00: Salmones.

1604.12.00: Arenques.

1604.13.00: Sardinias, sardinelas y espadines.

1604.14.00: Atunes, listados y bonitos.

1604.15.00: Caballas y estorninos.

1604.16.00: Anchoas.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

---

1604.19.00: Los demás.

1604.20.00: Las demás preparaciones y conservas.

1604.30.00: Caviar y sus sucedáneos.

1605.10: Cangrejo de mar.

1605.20: Camarones, langostinos y demás decápodos natantia.

1605.30: Bogavantes.

1605.40: Los demás crustáceos.

1605.90: Los demás invertebrados.

1605.90.11: Moluscos.

1605.90.90: Los demás.



ICEX

## II. OFERTA

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

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.

A continuación se presentan algunos datos genéricos sobre Noruega, que pueden servir para hacerse una idea de cómo es el país.

Población: 4.604.745 hab.

Población urbana: 75%.

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

Estructura por edades: 0-14 años (19,3%), 15-64 años (65,9%) , +65 años (14,8%).

Renta per cápita: 42.300 USD.

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

Moneda: Corona Noruega (Nok). (En julio de 2006: 1€ equivalía a 8,05 Nok).

Tasa de desempleo: 3,2%.

Usuarios de Internet: 3.140.000.

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no). (julio de 2006).

Noruega es un país tradicionalmente pescador. La pesca es una industria muy importante en la economía noruega y los niveles de capturas siguen siendo altos. Sin embargo, se hace muy poca conserva en Noruega. El consumo sí es elevado, pero la fabricación es muy pequeña. Así, por ejemplo, según los datos del Instituto de Estadística Noruega, no se fabricó conserva de caballa, producto muy común en los lineales de los supermercados, en los últimos 5 años.

En cuanto a otros productos de los que trata esta nota sí se puede decir que, por ejemplo, la conserva de arenque alcanzó un valor de 33 mil coronas noruegas en 2005, la de camarón 13.134.00 o la de cangrejo de 3.201.000. Si se comparan estos datos con los de importaciones se notará la escasa producción de conserva frente al elevado consumo.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que el Instituto de Estadística Noruego, base de la que se obtienen los datos, ofrece éstos de manera diferente si se trata de comercio exterior o si se trata de producción. Los de importación/exportación aparecen divididos por partida arancelaria, que no llega a desagregar todos los subgrupos, sino que llega hasta los 6 dígitos, por lo que en algunos casos no incluyen sólo conservas sino también preparados. En cambio, los datos de producción sí aparecen desagregados por especies y tipo de comercialización, lo que explica las diferencias tan grandes entre los datos. La mayoría de lo que se comercializa y se exporta en Noruega se hace en forma de preparados, como ahumados o fileteados.

En cuanto al consumo de estos productos, en el bienio 2003-2005 el consumo de pescado procesado o preservado (dentro de los que se incluyen las conservas) fue de 6,1 kilos per cápita, frente a los 6 kilos que se consumieron entre los años 2002 y 2004. El pescado es consumido en todo el país y es un alimento bastante popular. Tradicionalmente el pescado se consumía fresco, congelado, en salazón o seco. Pero en los últimos años también se ha hecho popular las conservas de algunos productos, como las gambas, con mayor presencia en los lineales de los supermercados.

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

Noruega es un importante productor de pescado. La pesca ha sido una actividad muy tradicional en el país y sólo hasta que hace unas décadas se descubrieron las enormes reservas de petróleo del Mar del Norte, era el sector más importante de la economía noruega, tanto en producción como en exportaciones, ocupando a una gran cantidad de personas.

En la actualidad ha disminuido la importancia del sector con la constante terciarización del país y el enorme peso que han adquirido las actividades relacionadas con la extracción de petróleo y gas. En 2004 15.586 personas se dedicaban a la pesca, lo que supone casi la mitad que en 1988 cuando comenzó un descenso continuado. Sin embargo, la pesca sigue teniendo un importante peso, especialmente en la costa oeste en torno a las ciudades de Bergen y Trondheim, así como en el norte del país.

Productos como el salmón (famoso en el mundo entero) o el bacalao son muy populares entre la producción noruega y tanto su producción en piscifactoría el primero, como su captura el segundo, suponen una industria con peso en el país. El consumo es alto, pero dada la poca población del país, una gran cantidad de la producción es destinada a la exportación.

La tendencia en los últimos años ha sido estable, aunque con descenso en gran parte de los productos y aumento en lo que son más populares entre los consumidores noruegos (como la caballa o el arenque). Ha descendido el nivel de capturas hasta unos niveles similares a los años 80, después de un crecimiento espectacular a mediados de los 90. Desde ese momento las capturas han ido descendiendo, con pequeños repuntes. Sin embargo, de lo capturado un porcentaje muy pequeño se destina a las conservas (en torno al 1%) frente al 45% que se destina a hacer aceites y compuestos para alimentación animal o el 35% que se destina a congelado u otros preparados. Una de las razones de este bajo porcentaje está en que las especies, sobre el total, que se usan para conservas son muy reducidas en número. En el año 2004 existían 9 factorías de conservas de pescado, que empleaban a 322 personas, frente a las 20 que había 1998. El futuro del sector pesquero en el país se caracteriza por las siguientes notas:

La enorme presión sobre los caladeros propios o en los que pesca el grueso de la flota noruega hace que se necesiten paros biológicos y que sea necesario reducir el nivel de capturas. Así pasa por ejemplo en el norte del país donde se reduce el nivel de capturas, además de la presión que supone la extensión del territorio susceptible de prospecciones petrolíferas, que supone un riesgo para la pesca de dicha zona. A esto hay que unir las presiones medioambientalistas para la conservación de la fauna. Todo esto hace necesario establecer unas cuotas máximas de capturas cada año.

También importante es la terciarización del país, que cada vez más gente abandone los trabajos más tradicionales y emigren hacia el sur del país o la capital, Oslo, abandonando las zonas de pesca tradicionales.

Además, el consumo de pescado sigue siendo muy elevado, siendo muy popular el pescado congelado o en preparados, y algo menos el pescado fresco, que alcanza en ocasiones precios muy elevados, lo que lleva a los noruegos a decantarse por las otras variedades.

En cuanto a las conservas, en particular, los productos más comunes son la caballa, el atún y las sardinas. Son muy populares entre los noruegos, y se suelen comercializar en varias formas, siendo la más popular en tomate, aunque también se encuentra en agua, en gelatina y en aceite.

### 3. IMPORTACIONES

En este apartado se presentan una serie de tablas en las que aparecen los diez principales exportadores a Noruega de los productos a los que hace referencia esta nota, así como el valor de las importaciones procedentes de España, y la cuota de cada país con respecto al total importado. El período al que se refieren es desde 2001 a 2005, ambos incluidos. Las tablas se han realizado siguiendo la división según código arancelario, hasta los 6 dígitos, con la única salvedad del código 160430.01 y 02, que hacen referencia al caviar y sus sucedáneos respectivamente, que sí aparecen separados.

España no aparece en las tablas en las que no se han producido exportaciones nacionales en este período.

Aunque los códigos arancelarios coinciden con los del TARIC, la división que hace el Instituto Nacional de Estadística Noruego es ligeramente diferente y en los datos que ofrece aparecen juntas las importaciones de pescados preparados y no sólo los que están en conserva propiamente dichos, ya que la división que hacen sólo llega hasta el sexto dígito del código arancelario, siendo imposible su mayor desagregación al no especificarse que es cada subgrupo. Habrá que tener en cuenta esto a la hora de estudiar los datos pues en algunos casos del apartado 1604 una parte grande de las importaciones son preparados, siendo un porcentaje menor el de los que se comercializan en conserva. En la partida 1605 si que la gran mayoría son en conserva.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla1: Importaciones de la partida arancelaria 160411 (Salmón) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Suecia	74.348	24,8%	2.198.148	59,6%	1.186.837	51,5%	1.194.741	36,0%	1.070.892	30,7%
Dinamarca	93.805	31,3%	1.264.056	34,3%	773.365	33,5%	1.592.379	47,9%	1.712.233	49,0%
Alemania	25.607	8,5%	104.631	2,8%	152.990	6,6%	468.054	14,1%	673.880	19,3%
Tailandia	3.202	1,1%	81.535	2,2%	122.012	5,3%	22.412	0,7%	4.494	0,1%
Islandia	0		6.019	0,2%	69.948	3%	42.073	1,3%	0	
Reino Unido	93.082	31%	3.160	0,1%	0		1.065	0,03%	0	
Francia	8.624	2,9%	28.508	0,8%	0		0		1.000	0,0%
Países Bajos	0		0		0		0		21.812	0,6%
Finlandia	0		0		0		0		2.986	0,1%
Italia	0		0		0		1.650	0,05%	1.105	0,03%
Total Top 10	298.668	99,6%	3.686.057	100%	2.305.152	100%	3.322.374	100%	3.488.402	99,9%
Resto	1.332	0,4%	0		0		0		2.607	0,1%
Total	300.000	100%	3.686.057	100%	2.305.152	100%	3.322.374	100%	3.491.009	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 2: Importaciones de la partida arancelaria 160412 (Arenque) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Dinamarca	5.514.835	20%	14.961.787	47,7%	16.173.194	52,4%	12.338.271	44,7%	12.449.911	47%
Suecia	22.014.650	79,8%	15.835.853	50,5%	14.737.710	47,7%	12.058.552	43,7%	7.602.270	28,7%
Polonia	0		499.614	1,6%	1.155.968	3,7%	2.478.668	9%	4.105.570	15,5%
Alemania	26.337	0,1%	0		9.119	0,03%	425.112	1,5%	935.919	3,5%
Finlandia	14.700	0,05%	0		0		256.972	0,9%	867.271	3,3%
Italia	0		0		0		0		488.844	1,8%
Países Bajos	6.562	0,02%	25.384	0,08%	0		0		0	
Reino Unido	0		0		0		12.844	0,05%	15.903	0,06%
Francia	0		1.675	0,01%	0		8.443	0,03%	0	
Portugal	0		6.670	0,02%	0		0		0	
<b>Total top 10</b>	<b>27.577.084</b>	<b>100%</b>	<b>31.330.983</b>	<b>99,97%</b>	<b>30.864.584</b>	<b>100%</b>	<b>27.578.862</b>	<b>100%</b>	<b>26.465.688</b>	<b>100%</b>
España	0		3.942	0,01%	0		0		0	
Resto	0		5.533	0,02%	0		0		0	
<b>Total</b>	<b>27.577.084</b>	<b>100%</b>	<b>31.340.458</b>	<b>100%</b>	<b>30.864.584</b>	<b>100%</b>	<b>27.578.862</b>	<b>100%</b>	<b>26.465.688</b>	<b>100%</b>

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 3: Importaciones de la partida arancelaria 160413 (Sardinias, sardinelas y espadines) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Reino Unido	4.946.734	46,7%	4.130.789	70%	2.957.185	37,5%	2.587.836	59%	3.386.348	33%
Polonia	0		161.473	2,7%	2.279.849	28,9%	491.057	11,2%	4.140.148	40,4%
Filipinas	428.644	4,0%	371.630	6,3%	1.031.885	13,1%	328.327	7,5%	679.298	6,6%
Japón	2.043.944	19,3%	0		0		0		36.285	0,4%
Suecia	102.679	1%	379.522	6,4%	730.554	9,3%	235.250	5,4%	547.980	5,3%
Letonia	1.393.872	13,2%	8.565	0,1%	108.231	1,4%	228.946	5,2%	219.916	2,1%
Canadá	1.312.009	12,4%	0		0	0,0%	0		0	
Portugal	250.254	2,4%	209.353	3,6%	136.815	1,7%	285.202	6,5%	327.616	3,2%
Dinamarca	12.740	0,1%	390.574	6,6%	86.981	1,1%	31.280	0,7%	147.764	1,4%
Marruecos	49.409	0,5%	68.506	1,2%	39.301	0,5%	147.267	3,4%	346.094	3,4%
Total Top 10	10.540.285	99,5%	5.720.412	97%	7.370.801	93,5%	4.335.165	98,9%	9.831.449	95,9%
España	0		0		17.493	0,2%	4.096	0,1%	33.129	0,3%
Resto	49.800	0,5%	176.696	3,0%	491.672	6,2%	45.277	1%	390.380	3,8%
Total	10.590.085	100%	5.897.108	100%	7.879.966	100%	4.384.538	100%	10.254.958	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 4: Importaciones de la partida arancelaria 160414 (Atunes, listados y bonitos) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Tailandia	22.941.866	30,3%	25.553.427	92,5%	31.365.285	89,1%	22.743.629	79,3%	34.723.674	86,1%
Filipinas	1.315.693	1,7%	1.135.362	4,1%	714.670	2,0%	1.907.802	6,6%	1.260.694	3,1%
Alemania	465.979	0,6%	187.744	0,7%	220.394	0,6%	1.004.485	3,5%	1.862.794	4,6%
España	81.561	0,1%	58.821	0,2%	1.162.845	3,3%	706.422	2,5%	530.910	1,3%
Vietnam	21.881	0,03%	0		881.435	2,5%	697.701	2,4%	0	
Italia	185.173	0,2%	282.070	1%	260.010	0,7%	260.075	0,9%	295.218	0,7%
Indonesia	34.472	0,05%	46.115	0,2%	329.314	0,9%	84.152	0,3%	468.075	1,1%
Portugal	98.933	0,1%	133.854	0,5%	83.277	0,2%	146.147	0,5%	168.919	0,4%
Reino Unido	15.814	0,02%	46.184	0,2%	16.220	0,05%	408.807	1,4%	2.915	0,01%
Madagascar	0		0		0		0		426.457	1,1%
Total Top 10	25.161.372	33,3%	27.443.577	99,3%	35.033.450	99,5%	27.959.220	97,4%	39.739.656	98,5%
Resto	162.302	0,6%	178.982	0,6%	178.982	0,5%	736.607	2,6%	587.099	1,5%
Total	75.648.419	100%	27.622.559	100%	35.212.432	100%	28.695.827	100%	40.326.755	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 5: Importaciones de la partida arancelaria 160415 (Caballa) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Dinamarca	460.729	48,6%	616.485	48,7%	347.346	33,5%	824.372	48%	520.482	18,9%
Suecia	406.141	42,9%	391.183	30,9%	360.963	34,8%	367.537	21,4%	312.261	11,3%
Reino Unido	19.602	2,1%	222.407	17,6%	206.313	19,9%	242.807	14,1%	744.298	27%
Polonia	0		0		0		0		1.074.935	39%
Alemania	59.745	6,3%	0		30.625	2,9%	230.780	13,4%	81.231	2,9%
Tailandia	0		33.035	2,6%	72.877	7%	0		13.793	0,5%
Francia	0		0		0		41.170	2,4%	0	
España	0		1.054	0,08%	17.807	1,7%	0		0	
Chile	0		0		1.971	0,2%	10.256	0,6%	2.704	0,1%
Países Bajos	0		0		0		0		4.997	0,2%
<b>Total Top 10</b>	<b>946.217</b>	<b>99,8%</b>	<b>1.264.164</b>	<b>99,9%</b>	<b>1.037.902</b>	<b>100%</b>	<b>1.716.922</b>	<b>100%</b>	<b>2.754.701</b>	<b>100%</b>
Resto	1.438	0,1%	1.117	0,09%	0		0		0	
<b>Total</b>	<b>947.655</b>	<b>100%</b>	<b>1.265.281</b>	<b>100%</b>	<b>1.037.902</b>	<b>100%</b>	<b>1.716.922</b>	<b>100%</b>	<b>2.754.701</b>	<b>100%</b>

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 6: Importaciones de la partida arancelaria 160416 (Anchoas) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Suecia	5.036.909	96,4%	6.908.268	94,6%	6.396.628	93,5%	10.658.255	94,43%	10.417.335	94,4%
Italia	79.722	1,5%	138.593	1,9%	162.646	2,4%	140.990	1,2%	230.985	2,1%
Dinamarca	40.588	0,8%	66.448	0,9%	48.805	0,7%	225.179	2%	63.432	0,6%
Países Bajos	0		61.615	0,8%	66.001	1%	40.432	0,4%	44.286	0,4%
España	9.865	0,2%	54.733	0,7%	56.195	0,8%	65.123	0,6%	141.070	1,3%
Grecia	55.960	1,1%	8.400	0,1%	54.243	0,8%	73.222	0,6%	76.030	0,7%
Alemania	0		16.635	0,2%	22.700	0,3%	27.373	0,2%	30.739	0,3%
Singapur	0		11.700	0,2%	11.163	0,2%	8.059	0,1%	19.880	0,2%
Portugal	0		0		0		37.614	0,3%	1.029	0,01%
Polonia	0		26.208	0,4%	0		0		0	
Total Top 10	5.223.044	99,96%	7.292.600	99,9%	6.818.381	99,7%	11.276.247	99,8%	11.024.786	99,9%
Resto	2.278	0,04%	7.197	0,1%	23.470	0,3%	17.404	0,1%	8.500	0,08%
Total	5.225.322	100%	7.299.797	100%	6.841.851	100%	11.293.651	100%	11.033.286	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 7: Importaciones de la partida arancelaria 160419 (Los demás) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Dinamarca	37.625.533	48,5%	33.037.696	56,6%	32.876.046	42,7%	37.219.809	72,9%	31.350.697	77%
Francia	20.000.906	25,8%	4.346.944	7,4%	22.264.190	28,9%	3.169.141	6,2%	175.175	0,4%
Suecia	10.825.367	13,9%	10.056.243	17,2%	9.600.961	12,5%	3.565.885	7%	3.084.679	7,6%
Alemania	3.253.794	4,2%	7.059.660	12,1%	6.439.865	8,4%	2.006.870	3,9%	3.138.032	7,7%
Países Bajos	5.170.135	6,7%	3.271.274	5,6%	3.861.527	5,0%	3.221.384	6,3%	2.459.614	6%
Tailandia	3.782		0		1.269.411	1,6%	1.642.648	3,2%	81.812	0,2%
Islandia	391.500	0,5%	0		4.644	0,01%	0		0	
Vietnam	21.061	0,03%	0		0		125.318	0,2%	206.899	0,5%
Letonia	0		0		312.299	0,4%	0		0	
China	0		288.179	0,5%	0		0		7.770	0,02%
Total Top 10	77.292.078	99,6%	58.059.996	99,6%	76.628.943	99,6%	50.951.055	99,8%	40.504.678	99,5%
España	0		52.145	0,1%	15.707	0,02%	79.990	0,2%	42.237	0,1%
Resto	300.002	0,4%	207.135	0,4%	312.969	0,4%	29.719	0,1%	141.176	0,3%
Total	77.592.080	100%	58.319.276	100%	76.957.619	100%	51.060.764	100%	40.688.091	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 8: Importaciones de la partida arancelaria 160420 (Las demás preparaciones) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Suecia	29.151.595	16,1%	24.465.767	10,6%	27.697.208	16,7%	30.749.907	12,3%	29.874.681	11,9%
Francia	0		13.871.532	6%	0		24.004.501	9,6%	25.653.328	10,2%
Dinamarca	4.432.701	2,4%	5.170.187	2,2%	5.694.198	3,4%	11.217.408	4,5%	12.856.382	5,1%
Corea del Sur	10.178.065	5,6%	11.782.750	5,1%	5.649.197	3,4%	2.103.363	0,8%	1.295.279	0,5%
Japón	5.654.091	3,1%	4.376.613	1,9%	6.067.271	3,7%	2.671.604	1,1%	2.834.444	1,1%
Tailandia	6.036.074	3,3%	3.299.384	1,4%	5.602.574	3,4%	4.041.217	1,6%	3.530.614	1,4%
Islas Feroe	1.042.975	0,6%	12.624.662	5,5%	2.974.020	1,8%	2.128.353	0,8%	2.371.487	0,9%
Alemania	1.590.508	0,9%	377.188	0,2%	427.081	0,3%	2.821.002	1,1%	2.791.940	1,1%
China	165.110	0,1%	329.767	0,1%	943.806	0,6%	2.740.148	1,1%	1.219.346	0,5%
Estados Unidos	1.932.366	1,1%	101.480	0,04%	13.427	0,01%	123.934	0,05%	279.623	0,1%
Total Top 10	60.183.485	99,1%	76.399.330	98,5%	55.068.782	99,4%	82.601.437	98,5%	82.707.124	96,4%
España	5.466	0,01%	8.499	0,01%	90.431	0,2%	0		0	
Resto	541.129	0,9%	1.153.828	1,5%	260.507	0,5%	1.288.805	1,5%	3.079.701	3,6%
Total	60.730.080	100%	77.561.657	100%	55.419.720	100%	83.890.242	100%	85.786.825	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 9: Importaciones de la partida arancelaria 160430.01 (Caviar) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Irán	312.563	38,9%	236.055	39,8%	201.150	33,5%	309.153	49,4%	143.095	20,2%
Rusia	216.999	27,0%	102.212	17,2%	107.374	17,9%	134.092	21,4%	69.908	9,9%
Estados Unidos	115.888	14,4%	83.825	14,1%	58.742	9,8%	48.292	7,7%	126.485	17,8%
Bélgica	154.404	19,2%	92.545	15,6%	134.717	22,5%	22.563	3,6%	28.626	4,0%
Azerbaijón	0		0		0		49.205	7,9%	151.928	21,4%
Alemania	0		0		79.894	13,3%	14.826	2,4%	4.626	0,7%
Kazajistán	0		0		0		0		94.030	13,3%
Islandia	0		69.664	11,7%	0		0		23.015	3,2%
Dinamarca	0		0		18.036	3,0%	40.127	6,4%	27.174	3,8%
Reino Unido	0		0		0		4.896	0,8%	19.996	2,8%
Total Top 10	799.854	99,5%	584.301	98,5%	599.913	100,0%	623.154	99,7%	688.883	97,2%
España	0		0		0		2.169	0,3%	0	
Resto	3.654	0,5%	9.146	1,5%	0		0		19.836	2,8%
Total	803.508	100%	593.447	100%	599.913	100%	625.323	100%	708.719	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 10: Importaciones de la partida arancelaria 160430.02 (Sucedáneos de caviar) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Suecia	10.426.273	94,7%	7.303.064	79,5%	4.637.729	84,1%	4.960.590	76,7%	7.615.818	81,5%
Dinamarca	357.551	3,2%	1.774.244	19,3%	621.804	11,3%	1.281.704	19,8%	1.497.354	16%
Alemania	103.963	0,9%	87.640	1%	77.835	1,4%	111.207	1,7%	144.814	1,5%
Finlandia	122.086	1,1%	0		61.289	1,1%	20.220	0,3%	11.234	0,1%
Estados Unidos	0		5.394	0,1%	72.306	1,3%	57.615	0,9%	8.256	0,1%
Canadá	0		0		0		6.035	0,1%	30.809	0,3%
Países Bajos	3.359		0		21.591	0,4%	0		0	
Reino Unido	0		0		0		14.439	0,2%	7.936	0,1%
Rusia	0		0		0		0		18.132	0,2%
España	0		0		15.505	0,3%	0		1.467	
Total Top 10	11.013.232	100%	9.170.342	99,8%	5.508.059	99,9%	6.451.810	99,8%	9.335.820	99,9%
Resto	2.215	0,02%	14.058	0,2%	7.904	0,1%	14.215	0,2%	7.328	0,1%
Total	11.015.447	100%	9.184.400	100%	5.515.963	100%	6.466.025	100%	9.343.148	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

En cuanto a las importaciones de la partida arancelaria 1604, que se correspondería a grandes rasgos con las conservas de pescado hay que destacar determinados aspectos.

Primero, destaca la presencia entre los 10 primeros de los países del entorno de Noruega, en especial Dinamarca y Suecia, que están entre los primeros en casi todas las categorías. Esto se puede deber tanto a las capturas procedentes de estos países como, y especialmente, al hecho de que las empresas consideran el mercado escandinavo globalmente como un conjunto, por lo que es muy importante la reexportación desde las centrales escandinavas, que pueden estar en Dinamarca o Suecia, a sus otros mercados, como Noruega.

En un segundo grupo aparecen otros países, que tienen una presencia menor, aunque varía según los productos, y en el que estarían países europeos, y otros países donde se producen las capturas, como pueden ser Tailandia o Filipinas.

En cuanto a España, decir que la presencia es pequeña, aunque varía según producto. Así es el cuarto principal importador de atún y anchoas, aunque el valor de las importaciones es muy escaso, a pesar de esta buena posición en el ranking.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 11: Importaciones de la partida arancelaria 160510 (Cangrejos de mar) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Bélgica	2.074.988	44,1%	2.646.978	44,6%	1.165.323	29,2%	1.201.293	40,9%	514.718	13,9%
Francia	69.442	1,5%	127.269	2,1%	1.670.614	41,9%	448.966	15,3%	558.093	15%
Japón	0		637.708	10,7%	5.250	0,1%	0		1.722.805	46,4%
Suecia	1.424.439	30,3%	166.887	2,8%	183.437	4,6%	163.525	5,6%	53.473	1,4%
Estados Unidos	52.553	1,1%	1.254.190	21,1%	8.098	0,2%	0		0	
Alemania	275.415	5,9%	244.242	4,1%	85.445	2,1%	277.238	9,5%	14.393	0,4%
España	140.969	3%	177.714	3%	265.318	6,6%	0		0	
Dinamarca	122.373	2,6%	141.757	2,4%	83.818	2,1%	87.847	3,0%	53.032	1,4%
Reino Unido	56.559	1,2%	30.151	0,5%	66.521	1,7%	152.486	5,2%	148.751	4%
Países Bajos	62.352	1,3%	179.936	3%	63.119	1,6%	26.868	0,9%	60.606	1,6%
Total Top 10	4.279.090	91%	5.606.832	94,4%	3.596.943	90,1%	2.358.223	80,4%	3.125.871	84,2%
Resto	423.781	9%	330.921	5,6%	394.296	9,9%	575.346	19,6%	587.044	15,8%
Total	4.702.871	100%	5.937.753	100%	3.991.239	100%	2.933.569	100%	3.712.915	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 12: Importaciones de la partida arancelaria 160520 (Camarones, langostinos y demás decápodos natantia) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Canadá	123.828.287	64%	107.127.866	56,6%	82.582.480	48%	60.947.063	32,9%	51.104.384	30,3%
Dinamarca	41.650.652	21,5%	40.860.901	21,6%	36.270.162	21,1%	37.371.600	20,2%	42.098.829	25%
Suecia	2.281.574	1,2%	3.493.643	1,8%	19.543.325	11,3%	50.891.814	27,5%	50.657.292	30%
Reino Unido	12.611.328	6,5%	13.302.123	7,0%	5.442.737	3,2%	7.331.069	4%	908.999	0,5%
Estados Unidos	2.189.607	1,1%	3.206.586	1,7%	15.702.343	9,1%	10.568.491	5,7%	4.829.631	2,9%
India	855.965	0,4%	5.796.600	3,1%	771.406	0,4%	3.670.421	2%	1.840.742	1,1%
Polonia	1.591.193	0,8%	1.955.472	1%	6.006.108	3,5%	2.538.347	1,4%	447.328	0,3%
Islandia	378.007	0,2%	5.831.986	3,1%	1.194.121	0,7%	3.787.470	2,0%	113.069	0,1%
Alemania	2.631.294	1,4%	1.236.310	0,7%	1.133.153	0,7%	1.205.249	0,7%	2.317.277	1,4%
Tailandia	1.082.581	0,6%	1.088.266	0,6%	346.227	0,2%	441.542	0,2%	4.854.062	2,9%
Total Top 10	189.100.488	97,7%	183.899.753	97,1%	168.992.062	98,1%	178.753.066	96,4%	159.171.613	94,4%
España	625.606	0,3%	1.114.489	0,6%	1.432.402	0,8%	2.112.914	1,1%	603.472	0,4%
Resto	3.795.540	2%	4.319.695	2,3%	1.775.408	1,0%	4.493.579	2,4%	8.803.091	5,2%
Total	193.521.634	100%	189.333.937	100%	172.199.872	100%	185.359.559	100%	168.578.176	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

Tabla 13: Importaciones de la partida arancelaria 160530 (Bogavantes) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Canadá	1.196.691	75,8%	0		0		239.347	19,5%	0	
Francia	241.525	15,3%	212.708	28,9%	194.150	55,4%	229.867	18,8%	214.769	95,3%
Chile	25.293	1,6%	238.539	32,4%	78.244	22,3%	43.913	3,6%	0	
Suecia	0		120.153	16,3%	0		254.648	20,8%	0	
Estados Unidos	0		0		0		315.785	25,8%	0	
Dinamarca	115.379	7,3%	113.934	15,5%	0		3.571	0,3%	0	
Corea del Sur	0		0		0		138.453	11,3%	0	
China	0		51.199	6,9%	77.888	22,2%	0		0	
Irlanda	0		0		0		0		10.509	4,7%
<b>Total</b>	<b>1.578.888</b>	<b>100%</b>	<b>736.533</b>	<b>100%</b>	<b>350.282</b>	<b>100%</b>	<b>1.225.584</b>	<b>100%</b>	<b>225.278</b>	<b>100%</b>

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

Tabla 14: Importaciones de la partida arancelaria 160540 (Los demás crustáceos) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
China	24.770.637	86,5%	13.301.150	68,2%	18.552.451	73,6%	10.679.843	34,9%	15.089.784	46%
Suecia	154.651	0,5%	940.487	4,8%	2.575.460	10,2%	13.305.967	43,5%	8.199.785	25%
Dinamarca	3.262.012	11,4%	3.016.215	15,5%	2.540.065	10,1%	3.982.427	13%	4.640.597	14,1%
Canadá	0		0		0		240.957	0,8%	2.376.786	7,2%
España	43.042	0,2%	996.937	5,1%	257.736	1%	297.563	1%	361.708	1,1%
Alemania	289.681	1%	0		0		147.183	0,5%	1.404.268	4,3%
India	1.873	0,01%	87.870	0,5%	0		956.345	3,1%	0	
Polonia	0		0		1.040.644	4,1%	0		0	
Reino Unido	0		646.768	3,3%	166.106	0,7%	59.624	0,2%	0	
Tailandia	0		10.504	0,1%	39.417	0,2%	80.277	0,3%	631.190	1,9%
<b>Total Top 10</b>	<b>28.521.896</b>	<b>99,6%</b>	<b>18.999.931</b>	<b>97,4%</b>	<b>25.171.879</b>	<b>99,9%</b>	<b>29.750.186</b>	<b>97,2%</b>	<b>32.704.118</b>	<b>99,7%</b>
Resto	127.366	0,4%	501.088	2,6%	31.395	0,1%	859.726	2,8%	108.945	0,3%
<b>Total</b>	<b>28.649.262</b>	<b>100%</b>	<b>19.501.019</b>	<b>100%</b>	<b>25.203.274</b>	<b>100%</b>	<b>30.609.912</b>	<b>100%</b>	<b>32.813.063</b>	<b>100%</b>

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Tabla 15: Importaciones de la partida arancelaria 160590 (Los demás invertebrados) entre 2001 y 2005.

Coronas Noruegas

Países	2001	Cuota	2002	Cuota	2003	Cuota	2004	Cuota	2005	Cuota
Dinamarca	2.242.469	31,3%	2.181.845	33,2%	1.353.072	25,7%	1.573.063	20,1%	1.716.584	19,1%
España	1.565.338	21,8%	1.465.540	22,3%	1.089.535	20,7%	988.615	12,6%	1.323.246	14,7%
Suecia	839.636	11,7%	657.307	10%	737.502	14%	2.209.579	28,3%	1.946.575	21,6%
Francia	842.968	11,8%	997.709	15,2%	541.678	10,3%	397.836	5,1%	586.593	6,5%
Tailandia	109.610	1,5%	124.174	1,9%	397.552	7,6%	559.353	7,2%	1.498.134	16,6%
Irlanda	759.255	10,6%	232.318	3,5%	268.339	5,1%	72.123	0,9%	31.132	0,3%
Indonesia	254.748	3,6%	0		461.590	8,8%	359.597	4,6%	98.343	1,1%
Bélgica	233.989	3,3%	345.525	5,3%	39.109	0,7%	183.493	2,3%	273.784	3%
Chile	2.148		0		0		290.015	3,7%	688.316	7,6%
Reino Unido	1.175		13.584	0,2%	26.744	0,5%	202.284	2,6%	132.896	1,5%
Total Top 10	6.851.336	95,5%	6.018.002	91,4%	4.915.121	93,4%	6.835.958	87,5%	8.295.603	92,1%
Resto	322.670	4,5%	562.647	8,6%	349.741	6,6%	979.954	12,5%	709.190	7,9%
Total	7.174.006	100%	6.580.649	100%	5.264.862	100%	7.815.912	100%	9.004.793	100%

Fuente: [www.ssb.no](http://www.ssb.no).

En cuanto a la partida 1605, que incluye las conservas de moluscos o crustáceos, se puede ver en las tablas como existe también presencia de los países del entorno, pero ahora acompañado de otros países productores desde los que se exportan estos productos. Ejemplos de estos pueden ser Canadá, que es el que tiene una presencia más destacada en este apartado, así como otros como China o Japón.

La presencia española es reducida, aunque mayor que en el caso de la partida 1604, destacando en el 160590, en la que se incluyen los moluscos, como por ejemplo los mejillones.

### III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Los gustos de los noruegos están cambiando. El país se está volviendo cada vez más “europeo” en sus costumbres, y eso se nota también en la alimentación. La gastronomía de otros países es cada vez más popular y un ejemplo de ello es la proliferación de los locales de tapas, especialmente en las ciudades más importantes del país.

Esta tendencia provoca que aumente la variedad de productos que consumen los noruegos, la demanda y, por tanto, lo que se puede encontrar en los lineales de los supermercados.

Aunque los noruegos han consumido siempre bastante pescado, la variedad hasta hace poco tiempo ha sido escasa y se concentraba en las especies más tradicionales de consumo, como el bacalao o la caballa. Pero en los últimos años la tendencia está cambiando. Se puede encontrar más pescado en conserva, mayor variedad y productos que no eran comunes antes pero sí se están volviendo populares en la actualidad.

Esta tendencia es más importante en lo que se refiere a demanda de moluscos, crustáceos u otro tipo de marisco, pues en cuanto a conservas de pescado sí tienen una gama similar a la que se pueda encontrar en cualquier establecimiento español (atún, caballa o sardinas). Pero ahora se comienzan a comercializar productos como los mejillones u otro tipo de moluscos y comienzan a aparecer productos que eran desconocidos por los noruegos, pero que empiezan a asentarse en el mercado fruto del cambio en los gustos de los consumidores.

También se producen cambios en cuanto a la forma de comercialización de estos productos. Así, por ejemplo, es bastante común encontrarse el pescado en conserva en tomate, pero cada vez más aparece y es más popular la conserva en aceite de oliva, ya que los noruegos valoran el sabor y los beneficios que aporta este producto. De todos modos sigue siendo bastante común la conserva en agua (productos como el atún, o las gambas) o tomate (especialmente la caballa y las sardinas). Sí parece un poco pronto para la introducción de la conserva en escabeche en Noruega, pues no se puede encontrar en el país, aunque los cambios de gusto reseñado pueden suponer una buena oportunidad para probar a introducir alguno de estos productos.

Para la introducción de estos productos podría ser una buena estrategia introducirlo primero en el sector Horeca para darlo a conocer. La buena situación de la economía noruega en la actualidad hace que aumenten las visitas a los restaurantes, pues a los noruegos les gusta cenar fuera de casa y probar nueva gastronomía (la gastronomía local es bastante limitada), por lo que puede ser una buena oportunidad para presentar nuevos productos y conocer la

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

---

respuesta de los consumidores, pudiendo fidelizarlos para introducir el producto en las cadenas de distribución minorista.

Importante es también el aspecto de la salud y respeto por el medio ambiente, que son muy valorados por los noruegos a la hora de hacer sus compras, por encima de otros criterios como el precio.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slight drop shadow, giving it a three-dimensional appearance. The background of the page is white.

# IV . PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Los precios de venta al público de las conservas de pescado en Noruega son, como en casi todos los casos, caros. Una lata de atún, por ejemplo, cuesta entre 8 y 12 coronas dependiendo de la marca y del tipo de conserva, si es en agua, aceite o en gel, una especie de gelatina. El precio es un poco mayor que en España, en muchos casos debido a la carga impositiva y al mayor nivel de precios en Noruega.

Noruega pertenece al Espacio Económico Europeo, por lo que generalmente no existen aranceles sobre las importaciones procedentes de los países que forman parte del EEE. Sin embargo, existen excepciones como los productos alimenticios, aunque eso no ocurre con las conservas. Sí hay que pagar, en cambio, un impuesto de 1,34 NOK por kilo de producto en concepto de producción de alimentos, si bien la tasa tiene que ser pagada tanto por productores noruegos como extranjeros, por lo que no supone una desventaja para las importaciones.

En cuanto al IVA, el general para los productos alimenticios es del 13%, y por lo tanto es el IVA que soportarán las conservas de pescado.

A esto hay que añadir los márgenes de los distribuidores importadores. Si se trata de un distribuidor de alguna de las grandes cadenas minoristas su margen se reflejará ya en el precio final de venta al público. Pero si se trata de distribuidores más pequeños y que funcionan también con el sector Horeca hay que tener en cuenta también el margen de estos para calcular el precio de venta final al público.

Normalmente los importadores se encargan de todos los servicios una vez que el producto llega a Noruega (aduana, logística, tasas...) por lo que los gastos que se deriven de esto correrán a cargo del importador, y lo incluirá en su margen.

Los diferentes formatos influyen también en el precio. En tomate y en agua acostumbran a ser un poco más baratos, y en aceite un poco más caros, aunque con un par de coronas de diferencia. Los precios varían entre las marcas más baratas, marcas del distribuidor como First Price o Eldorado, y las marcas específicas de estos productos, entre las que destaca Stabburet. La diferencia puede ser de hasta 3 o 4 coronas en algunos casos, como en el de sardinas o el atún.

En el siguiente cuadro se presenta el precio medio de algunas de las conservas de esta nota en los establecimientos más importantes de las 4 cadenas de supermercados más importantes de Noruega.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

---

Cuadro 1: precios de algunas conservas en las cadenas de distribución minorista más importante de Noruega.

Coronas Noruegas.

Producto	Kiwi	Rema 1.000	Ica	Coop
Atún en aceite	8	7	9	5,50
Caballa en tomate	10	10	11	7
Sardinas en aceite	12,10	13,50	17,90	13,50
Gambas en agua	No comercializa	No comercializa	15	No comercializa
Mejillones en agua	14,20	No comercializa	21	No comercializa
Cangrejo	23,90	13	19,80	No comercializa

ICEX

## V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En Noruega hay poca presencia de productos españoles. El país escandinavo se encuentra habitualmente entre el número 17 y 25 como destino de las exportaciones españolas. Los productos más comunes son los tradicionales de exportación española como el vino o el aceite de oliva. En los últimos años se ha diversificado en gran medida la presencia de productos que se exportan, como por ejemplo barcos para la marina noruega o la presencia de marcas de moda en las calles de las ciudades más importantes del país.

De todos modos no existe una gran imagen de marca de España por la escasez de productos. La excepción son los productos alimentarios, ya que el vino y el aceite de oliva español son muy famosos y se asocian con calidad. Además, el concepto de “tapas”, asociado con España, se ha vuelto muy popular y proliferan restaurantes que ofrecen un menú en base a este concepto.

Las conservas españolas no son muy abundantes en los lineales de los restaurantes noruegos, pero es una oportunidad para las empresas, porque se está diversificando la oferta con productos que no son tradicionalmente de consumo noruego, pero que sí se están convirtiendo en populares. Ejemplo de esto pueden ser los mejillones. Las empresas españolas deberían aprovechar la situación y generar una imagen de marca de calidad, porque la calidad es uno de los criterios a los que los noruegos dan más importancia, por encima del precio, y asentarse en el sector con nuevos productos.

## VI. DISTRIBUCIÓN

La estructura de la distribución en Noruega de productos alimenticios se caracteriza por que se realiza básicamente por **supermercados**, que son los que hacen hasta el 90% de la distribución, por lo que existen muy pocas grandes superficies o tiendas de barrio.

Los supermercados se encuentran concentrados fundamentalmente en 4 grupos, que cubren diferentes tipos de oferta según sus tipos de establecimientos. Estos grupos son:

**Norges Gruppen**, del que forman parte las cadenas de distribución Meny (que incluye las cadenas Ultra, Centra y Jacob's y que cuenta con 144 tiendas especialmente en el sur y centro del país), Kiwi (que cuenta con 349 tiendas, especialmente en el sur del país), Spar (que cuenta con 328 tiendas más repartidas por todo el territorio, no sólo en el sur. Dentro de este se incluye la cadena Bunnpris), Joker (que tiene 390 tiendas distribuidas por toda Noruega, en especial el oeste, aunque con bastante presencia en el norte. Dentro de Joker se incluye la cadena de kioscos Mix) y Asko. Se trata del mayor grupo de distribución en Noruega. Fue creado en 1994 como una cooperativa de vendedores y mayoristas de productos alimentarios y posee el 36% del mercado. La compañía tuvo un beneficio en 2005 de 912 millones de noks, cuenta con 1.898 tiendas, 813 kioscos y 25 mil empleados.

Esta cooperativa tiene una fuerte presencia en el país escandinavo y comercializa una gran variedad de productos, especialmente alimentarios. Cuenta con un grupo, Unil, que se encarga de la importación de productos, así como de su etiquetado y su distribución a las tiendas del grupo con sus propias marcas (Eldorado, First Price, Seidel, Rimco, Smart Slaktern y Fiskemannen).

Meny ofrece una amplia gama de productos de calidad alta, mientras que el resto de cadenas del grupo se centran en ofrecer productos con buena relación calidad-precio, enfocándose más hacia el sector medio y medio bajo de precios, con fuerte presencia de las marcas propias antes reseñadas. Reseñable es Kiwi que cuenta con un número elevado de establecimientos por todo el país y ofrece un surtido amplio de productos a unos precios más bajos que Meny.

**Reitangruppen**, que cuenta con los supermercados Rema 1.000 (que está presente en Noruega, Dinamarca, Suecia y Eslovaquia, con alrededor de 350 tiendas en Noruega) y las cadenas de kioscos Narvesen (con unos 1.900 establecimientos en la actualidad) y 7-Eleven (con 105 tiendas en Noruega), muy extendidos en el país escandinavo. Los establecimientos

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

---

de estas dos últimas cadenas son franquicias, pero pertenecen al 100% al grupo en el territorio noruego.

Es un grupo con presencia en 5 países y con unas ventas de 28,4 mil millones de noks.

**Ica**, empresa sueca que forma parte del grupo internacional Ahold, que cuenta con 3 líneas diferentes de supermercados, de menor a mayor tamaño, Ica Nær, Ica Maxi, Ica Supermarked, además de la cadena de supermercados Rimi, que ofrece productos de gama más baja. La cadena cuenta en total con 747 tiendas en Noruega de las que algunas son franquicias. Las ventas en 2005 fueron de 16.418 millones de noks. Además, la compañía hace de distribuidor mayorista de productos a restaurantes, a través de Ica Meny.

El cuarto grupo es **Coop Norden**: cooperativa de consumidores escandinava que cuenta con diferentes tiendas para la distribución de diferentes tipos de productos. El sector de alimentación se hace a través de sus tiendas Coop mega (con 156 tiendas), Coop obs (24 hipermercados), Coop prix (321 tiendas) y Coop marked (385 tiendas), y tiene un volumen de negocio en Noruega de unos 25 mil millones de noks, incluyendo todas las líneas de negocio, no solo alimentación. Cuenta con diferentes modelos de tiendas según el tamaño y los productos a la venta. Dependiendo del tamaño de las tiendas el surtido es mayor o menor, pero destaca una fuerte presencia de productos noruegos, lo que no quiere decir que no existan bastantes productos importados.

Ya muy por detrás de estos grupos se encuentran algunas otras cadenas, entre las que destaca Smart Club, que cuenta con 4 hipermercados en las afueras de 2 de las ciudades más importantes de Noruega (Oslo, Trondheim), creada en 1995. Su cuota de mercado es mucho menor que la de los anteriores grupos, pero puede ser una buena oportunidad para comenzar a introducirse en el mercado, pues, al contrario que los grupos más grandes, no requiere un gran esfuerzo para abastecer a las tiendas y acostumbra a tener un surtido novedoso con productos que son difíciles de encontrar en los otros supermercados y que están introduciéndose en el mercado noruego. Los precios suelen ser bastante competitivos y el surtido amplio.

Estos grupos acostumbran a importar ellos mismos, sin ningún importador intermediario.

En cuanto a la **distribución mayorista**, existen algunas empresas que se encargan de distribuir productos importados, especialmente al sector Horeca y tiendas minoristas (como tiendas gourmet). Normalmente trabajan en la importación de productos de calidad, ofreciendo un servicio integral de controles, asesoramiento legal y logística de distribución. Algunas de las más importantes en la distribución de productos alimenticios y conservas son las que aparecen en el siguiente cuadro.

## EL MERCADO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA

Cuadro 2: principales importadores de productos alimenticios en Noruega.

Empresa	Persona de contacto	Dirección	Teléfono/fax	Página web
<b>Hills Food A/S</b>	Sr. Per O. Gulbrandsen	Postboks 53 Risløkka 0516 Oslo	Tel. 22 72 18 17 Fax: 22 65 87 21	
<b>B.M. Food</b>	Sr. Kristian Nygård	Postboks 102 1344 Haslum	Tel: 67 59 10 80 Fax: 67 53 36 36	<a href="http://www.bm-food.no">www.bm-food.no</a>
<b>Harlem Food A/S</b>	Sr. Jens Setter Hoel	Postbox 57 Smestad 0309 Oslo	Tel:22 50 01 20 Fax: 22 50 61 49	<a href="http://www.harlem-food.no">www.harlem-food.no</a>
<b>Naustvik</b>		Stålfjæra 18, 0975 Oslo	Tel:22 90 18 00 Fax:22 90 18 01	<a href="http://www.sea-bell.no">www.sea-bell.no</a>
<b>Hansens Røkeri A/S</b>		Frydenhaugveien 2 3041 Drammen	Tel: 32 81 91 75 Fax: 32 81 99 95	
<b>Rett-Trading</b>		Postboks 18 Furuset 1001 Oslo	Tel. 22 30 02 50	
<b>Per A. Haavik</b>		Postboks 61 6771 Nordfjordeid	Tel: 57 86 95 66 Fax: 57 86 17 50	
<b>Safari Engros DA</b>		Postboks 154 6901 Florø	Tel. 57 74 92 22 Fax:57 74 93 58	<a href="http://www.safariengros.no">www.safariengros.no</a>
<b>Delimar A/S</b>		Postbox 1065 8001 Bodø	Tel. 75 52 89 60 Fax: 75 52 89 64	
<b>Hans A. Claussen A/S</b>		Postboks 505 1301 Sandvika	Tel: 67 54 62 70 Fax: 67 54 80 70	

Estas empresas distribuyen principalmente al sector Horeca, puesto que las grandes cadenas de distribución minorista acostumbran integrarse hacia atrás, ocupándose ellas mismas de la importación y la distribución a sus tiendas.

## VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Según la legislación noruega estaba prohibido desde el 17 de junio de 1966 el desembarco de pescado en los puertos noruegos por embarcaciones no nacionales, aunque podía haber exenciones concedidas por el ministerio de pesca.

Cuando Noruega entró en el Espacio Económico Europeo esa ley fue enmendada en 1993, cuando se permitió a embarcaciones extranjeras a descargar en puertos noruegos, aumentando las cuotas cada año desde la entrada en vigor de la ley. Además, tampoco existen aranceles sobre las conservas de pescado, aunque sí existen sobre otros productos alimenticios. Pero sí existen algunas condiciones de acceso a tener en cuenta:

### **Etiquetado:**

Todo producto agroalimentario embalado y puesto a la venta debe contener una etiqueta con el fin de que los consumidores tengan a su alcance toda la información sobre el producto, sus ingredientes y propiedades, la información será “suficiente y correcta”.

Los requisitos concernientes al etiquetado varían según el tipo de comestible de que se trate y de la clase de venta al público que tenga. El etiquetado se rige, salvo legislación especial, por el Reglamento sobre etiquetado de productos agroalimentarios de 1993.

La información al público debe contenerse en el envasado o en etiqueta adjunta. El idioma de la etiqueta es el noruego o lengua similar, como danés o sueco, siempre que no exista alguna palabra que no sea comprensible en noruego, en cuyo caso deberá ser traducida.

La información ha de figurar en lugar visible, ser legible y permanente. Si es posible debe estar en un único lugar y en todo caso: la marca, el contenido neto, la fórmula “consumir antes de / en la fecha”.

La etiqueta debe contener:

- Marca
- Lista de ingredientes
- Contenido neto
- Nombre/empresa, dirección u origen
- La fórmula “consumir antes de/en la fecha”
- Especificar Las instrucciones de uso, si el producto las requiere.

**La marca** es el nombre legal o general del producto; si no tiene marca, se describirá el producto con detalle y cuando sea necesario su modo de empleo, de tal manera que el consumidor comprenda la naturaleza del producto y lo pueda distinguir de otros similares.

A la marca debe preceder la información sobre el estado físico del producto y detallar, siempre que su omisión pudiera conducir a confusión, si necesita un tratamiento especial.

**La lista de ingredientes** es la formada por los componentes del producto y es obligatoria si el producto contiene más de un ingrediente. La lista tiene que ir encabezada de la palabra “ingredientes” (ingrediens) y debe incluir las materias primas usadas, así como los aditivos: conservantes, colorantes, aromatizantes etc. La lista se confecciona detallando cada ingrediente en orden inverso a su peso en el momento de la elaboración del producto.

La lista de los ingredientes ha tener nombres fácilmente reconocibles.

Los aditivos se describen con su categoría y su número E o nombre exacto. La categoría indica la función del aditivo.

**El contenido neto** en kilogramos y gramos.

**La fórmula “consumir antes de /en la fecha”** determina el momento en que el producto perderá las cualidades que le son propias si se almacena cerrado y en las condiciones requeridas.

- Para los agroalimentarios fácilmente perecederos es obligatoria la fórmula “consumir en esta fecha” (siste forbruksdag), seguida del día, mes y el año. Si fuera necesario, después de la fecha se describirán las instrucciones para almacenar el producto.
- Los agroalimentarios de larga duración llevan la fórmula “consumir antes de fecha” (best før utgangen av) seguida del día, mes y siempre que sea necesario el año

**Especificar el Nombre o la empresa y la dirección del fabricante**, envasador o distribuidor domiciliados en el Espacio Económico Europeo.

**En contenido alimenticio.** Hay que detallar el contenido alimenticio de los productos agroalimentarios siempre que así se especifique en su etiquetado, publicidad, o tenga grandes cualidades energéticas o nutritivas.

**La identificación.** Debe aparecer el lote al que pertenece, mediante un código, número, símbolo etc.

El requisito de la identificación se aplica a todo producto comestible incluso a aquellas materias primas utilizadas en la producción de agroalimentarios.

A modo de identificación es suficiente la fórmula “consumir preferentemente antes de fecha” seguida del día y el mes.

### **Embalaje:**

En Noruega se intenta potenciar el reciclaje, por lo que será importante a la hora de elegir el envase de los productos, así como su tratamiento. Sin embargo, cuando los productos entran en el mercado noruego el responsable de su reciclaje o no, y de que cumpla la normativa vigente sobre el mismo es el importador, que debe, en su caso, reclamarle al productor que cumpla los requisitos necesarios. De todos modos, en Noruega es regulado por el Grønt Punt, que equivaldría en casi toda Europa al Green Dot, para lo que hay que pagar una tasa.

# VIII. ANEXOS

## 1. EMPRESAS

Cadenas de distribución:

### **Norgesgruppen ASA**

Parkveien 21, Postboks 2775 Solli,

No- 0204 Oslo

Tel: +47 24 11 31 00.

Fax: +47 24 11 31 01.

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

E-mail: [firmapost@norgesgruppen.no](mailto:firmapost@norgesgruppen.no)

### **Reitangruppen**

Lade Gaard

Postboks 1840 Lade

7440 Trondheim

Tel: +47 73 89 10 00.

Fax: +47 73 89 10 61.

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

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

### **Ica Norge AS**

Sinsenveien 45

Postboks 6500 Rodeløkka

N-0501 Oslo

Tel: +47 23 05 50 00.

Fax: +47 23 05 50 01.

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

### **COOP. Link Storhusholdningspartner**

Postbox 21 Haugenstua

Sr. Haakon Smedsrud

0915 Oslo

Tel: 22 89 95 95

Fax: 22 89 97 25

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

### **Unil A.L.**

Øyvind Simonsen

Postbox 72 Sentrum

0101 Oslo

Tel: 22 42 22 00

Fax: 22 33 62 69

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

### **Smart Club A/S**

Smalvollveien 65

0667 Oslo

Tel: 22 90 88 00

Fax: 22 38 09 16

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

## **2. FERIAS**

### **Nor-fishing**

Se trata de la principal feria noruega del sector de la pesca y su transformación: Construcción naval, artes de pesca, maquinaria para industria de transformación, etc.

Se celebra cada dos años (el último en 2006) a principios de agosto. Tiene lugar en Trondheim, la tercera ciudad del país, tiene nivel internacional, aunque con mayor peso del sector local y escandinavo.

### 3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Revistas del sector alimenticio general importantes:

#### **Dagligvarehandelen**

Sr. Arne Giverholt

Mail: [a-giverholt@dagligvarehandelen.com](mailto:a-giverholt@dagligvarehandelen.com)

Sr. Reidar Molthe

Mail [r-mothe@dagligvarehandelen.com](mailto:r-mothe@dagligvarehandelen.com)

Postbox 133 Holmlia

1203 Oslo

Tel: + 47 22 62 01 90

Fax: + 47 22 62 91 99

#### **Handelsbladet - FF (la revista editada por la Asociación de los Mayoristas de Productos Alimenticios)**

Sr. Georg Mathisen

Mail: [georg.mathisen@handelsbladetfk.no](mailto:georg.mathisen@handelsbladetfk.no)

Sr. Tor Arne Michaelsen

Mail: [tor.arne.michaelsen@handelsbladetkf.no](mailto:tor.arne.michaelsen@handelsbladetkf.no)

Prinsensgt. 1

0152 Oslo

Tel : 22 43 87 60

Fax: 22 34 87 61

#### **Smart Club – Medlems-Magasinet**

Att: Hilde Berge Maehlum

Kikkut Reklamebyrå A/S

Stortingsgt. 4, 0158 Oslo

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

Tel: 23 31 01 10

Fax: 21 31 01 19

Publicaciones gastronómicas:

**Daglivarehandelen**

Norderåsveien 5

1251 Oslo

Tlfno: + 47 22 62 06 60

Fax : + 47 22 62 06 40

**Fritt Kjøpmaskap**

Postboks 2482 Solli

0202 Oslo

Tlfno: + 47 22 41 00 14

Fax : + 47 22 33 32 23

**Vårt Blad**

Postboks 1173 Sentrum

0107 Oslo

Tlfno: + 47 22 89 95 00

Fax: + 47 22 41 14 72

**Country**

Marianne Lie Berg

N.W. Damm & Søn AS

Fr. Nansens vei 14

0055 Oslo

Tel: 24 05 10 00

Fax: 24 05 12 98

Mail [mlb@damm.no](mailto:mlb@damm.no)

**Glad I Mat**

P.O. Box 6500 Rodeløkka

0501 Oslo

Tlfno: + 47 23 05 52 34

Fax: + 47 22 15 90 50

#### **4. ASOCIACIONES**

##### **Dagligvareleverandørenes Forening**

Sr. Bjorn Eidem

(Distribuidores de productos alimenticios)

Grensen 9

0159 Oslo

Tel: 23 00 32 10

Fax: 23 00 32 11



ICEX