

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

Guía de Mercado

Noruega



prom.
perú

Contenido

Resumen Ejecutivo

1. Información General

2. Situación económica y de coyuntura

2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

2.3. Nivel de Competitividad

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1. Intercambio Comercial de Noruega con el Mundo

3.2. Intercambio Comercial de Noruega con el Perú

4. Acceso al Mercado

4.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

4.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

4.3. Distribución y Transporte de Mercaderías

5. Oportunidades Comerciales

5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

5.2. Productos con Potencial Exportador

6. Tendencias del Consumidor

7. Cultura de Negocios

8. Contactos de Interés

9. Eventos Comerciales

10. Bibliografía

Resumen ejecutivo

Noruega se encuentra encuadrada en la región de Escandinavia, junto con Suecia y Dinamarca. Esta región, una de las más avanzadas del mundo, presenta unas características social-democráticas y económicas bastante homogéneas, con relativamente importantes sectores públicos y alta protección social.

La tasa de crecimiento del PBI ha sido positiva en los últimos años y se espera que esta tendencia continúe para el resto de los años venideros. El nivel de desempleo se intensificó con la crisis y alcanzó el 3.6% en 2010.

No existen requisitos especiales ni incentivos establecidos para los inversores extranjeros. Sin embargo, existe una excepción, en las inversiones que se realicen en el norte del país, que están sujetas a un tipo impositivo inferior.

Noruega es el segundo país de la OCDE que destina mayor ayuda al sector según el índice de Estimación de la Ayuda a los Productores. El país mantiene un sistema de contingentes arancelarios para 24 líneas arancelarias, todas sobre productos agrícolas. Los pollos vivos tienen uno de los aranceles más altos (ad valorem del 555%). Otros ejemplos son los animales y sus productos (el arancel medio es de 129,2%), productos lácteos (60,3 %) y cereales (41,7 %). Además, es el segundo mayor exportador mundial de pescado y productos de la pesca en términos de valor. El sector pesca es el tercero en importancia después del sector petrolero y minero. Representa el 4.5% del valor total exportado.

Las actividades manufactureras contribuyeron un 10,3 % al PIB de Noruega en 2008 frente al 8.6% en 2009. Debido al volumen relativamente pequeño del mercado nacional, la mayoría de las ramas de producción del sector manufacturero están orientadas a la exportación, sobre todo los constructores de barcos, plataformas petroleras y otras máquinas y material de transporte.

El monto total de las exportaciones de Noruega, se situó en US\$ 131,827 millones, monto 11,8 % superior al año anterior. En 2009, las exportaciones de Noruega cerraron en US\$ 117,901 millones.

A nivel mundial, las importaciones registraron un valor de US\$ 76,993 millones durante el 2010. Dicho monto representó un aumento de 14,9% con respecto al 2009. Ni las exportaciones, ni las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en 2008.

En el 2010, los cinco principales destinos de las exportaciones fueron Reino Unido (26.7%), Holanda (12.1%). Alemania (11.4%), Suecia (7%) y Francia (6.6%). Los tres principales mercados de destino representaron casi la mitad del total exportado.

A nivel de exportaciones, éstas disminuyeron, entre 2008 y 2009, debido a la crisis internacional con excepción de China. Asimismo, los montos de las exportaciones registradas en 2010 no superaron a los montos pre crisis (2008), con excepción nuevamente de China.

El monto total de las exportaciones peruanas fue de US\$ 33.2 millones, monto 0.6% superior al año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 11.8 millones durante el 2010. Dicho monto representó una disminución de 20.7% con respecto al 2009. Cabe destacar que la crisis internacional parece haber afectado de manera regular el comercio entre ambos países.

Las exportaciones tradicionales representan el 70% del total exportado. Dicho sector alcanzó los US\$ 23,214 miles en 2010, lo que significó una variación de -11.37%. La mayor parte de las exportaciones peruanas a Noruega se concentra en el sector pesquero (57.6% del total). El aceite de pescado (US\$ 19,097 mil) son explica el total exportado del sector pesca.

El sector agrícola le sigue en importancia. Se observa que en 2010 las exportaciones de café aumentaron en 105.38% (US\$ 4,117 mil).

Por otro lado, las exportaciones no tradicionales representan el 30% del total exportado (US\$ 9,966 miles) y la variación con respecto al año 2009 fue de 46.92%. Los principales sectores del rubro no tradicional fueron: Textil (21.8%), pesquero (3%), químico (2.5%) y agropecuario (2.2%).

Con relación a los productos exportados del sector no tradicional estos están representados principalmente por el sector textil y agro. A nivel de productos tenemos hilados de lana o pelo fino (2 millones / 35.1 % de crecimiento), los demás hilados (2 millones / 358.1% de crecimiento), truchas congeladas (0.66 millones / 11.8 % de crecimiento); vestidos de punto (0.34 millones / 148.2 % de crecimiento), etc.

El número de empresas peruanas exportadoras se ha incrementado en 9 con respecto al 2009, el valor de las exportaciones se incrementó apenas en un 0.62 % generándose exportaciones totales por US\$ 33.19 millones. Asimismo, en el 2010 ingresaron 12 nuevas partidas asociadas a nuevos productos hacia el mercado de Noruega.

Tres cuartas partes de la población total de Noruega se concentran en el sur del país. Esto hace que la mayoría de las sedes y los almacenes de los importadores y distribuidores se concentren en la región de Oslo, complementando la red de distribución los sub-agentes en otras ciudades importantes del país.

El país cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por más de 18 puertos distribuidos a lo largo de su territorio. Los principales puertos en Noruega estos corresponden a Oslo, Bergen, BorgHavn, Haugesund, maaloy, Mongstad y Stavanger.

Noruega es uno de los países más caros del mundo, y el valor de los productos de importación es, generalmente, sólo una pequeña parte del precio final al consumidor, al que se le han repercutido impuestos y costes laborales en proporción mucho mayor que, por ejemplo, en España.



1. Información general

El reino de Noruega está situado en el norte de Europa y forma parte de la península escandinava (oeste). Limita al norte, oeste y sur con el Mar de Noruega, y al este con Suecia, Finlandia y Rusia. Es un país montañoso y más de 500 km² se ubican al norte del círculo Polar Ártico.

La población estimada actual es de aproximadamente 4,9 millones de personas con una densidad demográfica de 12,74 habitantes por km². El 70% de la población se concentra en el sur y oeste del país.

En cuanto a la distribución de la población por edad se observa que el 18% son menores de 14 años, el 66% se encuentra entre 15 y 64 años y el 16% tiene más de 65 años.

Noruega posee un área de 323,802 km², que es aproximadamente 3 veces el área del departamento de Ucayali. La superficie es aproximadamente la cuarta de la peruana y su población es aproximadamente 6 veces menor.

El 79% de la población es urbana. Oslo, la capital, es la ciudad más poblada de Noruega (590,041 habitantes, aproximadamente el 12% de la población). Además, es el centro político, económico y cultural del país. Otras ciudades importantes con más de 100,000 habitantes son: Bergen, Trondheim, Stavanger y Kristiansand.

Con respecto a la superficie, el 38% se compone de bosques y zona forestal, y el 3% representa las zonas cultivables. Cabe destacar que, a falta de tierras productivas, se le ha dado mayor importancia a las actividades marinas como la pesca.

La edad mediana es de 40 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0.329%. En promedio, la distribución entre hombres y mujeres es casi la misma. La esperanza de vida es de 80 años. Con respecto a la religión, el 85.7% de la población cree en la Iglesia Noruega, el 1% profesa el catolicismo, el 3.4% el cristianismo y el 1.8 el Islám. Los demás representan el 8.1%.

Existen dos idiomas oficiales, el noruego Bokmal y el Nynorsk (lengua artificial). La mayor parte de la población utiliza la primera para escribir mientras que para hablar se utiliza el dialecto regional. Con respecto a la composición étnica se observa que existe una alta homogeneidad. El 94% son noruegos y el 3.6% lo componen los demás europeos.

2. Situación económica y de coyuntura

La caída del PBI se debió principalmente a la disminución de la demanda externa de bienes y servicios. Sin embargo, el sector petrolero impidió que la caída del PBI se acentuó. El gobierno implantó una política económica expansiva como consecuencia de la crisis internacional. Sin embargo, debido a su gran superávit presupuestario, dichas políticas no afectaron significativamente la estabilidad económica del país. El superávit Noruego disminuyó de 18.8% a 7.7 %.

2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Después de varias décadas de crecimiento continuo, la crisis financiera internacional provocó una caída en el PIB noruego de 1,4%, incluido el sector petrolífero. La caída del PIB total probablemente hubiera sido mucho mayor, de no contar con los ingresos provenientes del petróleo para contrarrestarla.

Aunque en el año 2009 las exportaciones del sector petrolífero experimentaron un fuerte descenso (31%), por la caída de la demanda y precio internacional de petróleo en comparación con el año 2008, las inversiones en el sector aumentaron considerablemente contribuyendo a paliar este descenso.

La tasa de crecimiento del PBI ha sido positiva en los últimos años y se espera que esta tendencia continúe para el resto de los años venideros. El nivel de desempleo se intensificó con la crisis y alcanzó al 3.6% en 2010. Las oportunidades que brinda este país han logrado causar un efecto positivo en el PBI.

La producción aumentó de forma moderada en el sector de manufacturas (1,9%) y construcción (1,7%), a la vez que el consumo de los hogares crecía un 1,3% tras una leve caída en el segundo trimestre de 2010. Las exportaciones de bienes tradicionales aumentaron un 2,2%, siendo los principales responsables de dicha subida el pescado y los productos de la pesca.

Cuadro 1: Noruega
Evolución de los indicadores macroeconómicos
2006 – 2010

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010
PBI (variación %)	2.3	2.7	0.8	-1.4	1.5
PBI Per cápita (US\$)	72,074.50	82,086.90	93,235.20	78,178.30	88,590.20
Desempleo (variación %)	3.4	2.5	2.6	3.2	3.6
Inflación (variación %)	2.2	2.8	2.1	2	2.4

Fuente: World Economic Outlook, FMI

- **Tipo de cambio**

La unidad monetaria es la Corona Noruega. Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto¹.

¹ Para mayor información: www.xe.com

Mid-market rates: 2011-04-25 15:11 UTC

1.00 USD = 5.36640 NOK
US Dollar Norwegian Krone
 1 USD = 5.36640 NOK 1 NOK = 0.186345 USD

Mid-market rates: 2011-04-25 15:10 UTC

1.00 NOK = 0.526192 PEN
Norwegian Krone Peruvian Nuevo Sol
 1 NOK = 0.526192 PEN 1 PEN = 1.90045 NOK

- **Inversión extranjera**

Las empresas americanas más importantes en Noruega son Exxon Mobil, Conoco Phillips, Chevron, Marathon, and Hess. Las empresas americanas proveedoras de petróleo son: Halliburton, Baker Hughes, FMC, General Motors, National Oilwell Varco, Weatherford, y BJ Services. Durante 2010, la inversión extranjera directa de firmas petroleras en Noruega alcanzó aproximadamente 130 billones de NOK (22 billones de dólares).

Otras multinacionales que destacan en Noruega son: Cisco, Citigroup, CSC, Coca-Cola Norge, Dell, Google, IBM, Microsoft, Pepsi Cola Norge, Kraft, General Foods, American Express, General Electric, General Motors, Ford Motor Company, Pfizer, Merck, Eli Lilly, Colgate-Palmolive, DHL International, Ernst & Young, Hewlett-Packard, Ingersoll-Rand, Kellogg, 3M, Manpower, Motorola, Yahoo, and Xerox Corporation.

**Cuadro 2: Inversión Extranjera Directa en Noruega
 Por País de Procedencia
 (Billones de NOK)**

País/Región	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Estados Unidos	34.6	33.3	98.4	109.2	107.2	127.0	126.7
Suecia	52.1	74.0	104.4	113.2	114.0	115.4	120.9
Francia	20.4	18.6	29.8	32.2	37.1	39.6	51.8
Holanda	47.5	55.0	37.8	39.5	54.9	52.3	40.0
Gran Bretaña	30.1	29.5	46.0	46.0	54.4	52.3	59.2
Alemania	5.7	6.0	8.3	13.6	20.2	17.8	23.2
Dinamarca	28.9	43.4	47.6	51.1	70.9	69.2	66.2
Finlandia	28.1	8.1	13.9	13.1	13.2	9.5	9.5
Suiza	12.4	11.3	15.9	21.8	20.3	25.9	24.8
Japón	3.4	2.6	3.5	3.6	3.1	2.9	3.7
Total	263.2	281.8	405.6	443.3	495.3	511.9	526.0

Fuente: Statistics Norway

**Cuadro 3: Inversión Extranjera Directa en Noruega
Por Industria
(Billones de NOK)**

Industria	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Minería	83.3	77.7	111.0	135.4	149.1	193.5	218.4
Manufactura	64.1	66.7	130.3	137.9	145.9	147.5	156.3
Construcción	4.3	2.3	4.3	3.9	4.6	4.2	5.5
Comercio al por mayor y retail	37.2	44.2	60.9	61.9	62.6	58.9	61.9
Transportes y comunicaciones	19.7	40.1	47.4	44.2	54.4	49.5	66.9
Financiero-Seguros	72.9	78.7	90.9	95.0	131.8	151.7	184.1
Otros	16.5	17.4	33.3	35.5	48.5	74.1	72.8

Fuente: Statistics Norway

Noruega no existe requisitos o incentivos para la inversión extranjera. Existe un fondo estatal y uno regional para aquellos inversores que decidan invertir en zonas poco desarrolladas. Por ejemplo, el norte del país está sujeto a menores impuestos. Además, no existen zonas de libre comercio.

Como se observa en la mayoría de países nórdicos, existen una serie de reducciones en los impuestos para aquellos que se dediquen a la investigación y desarrollo en sectores estratégicos para la economía del país (especialmente el sector petrolero). En relación con este sector, conviene señalar que las regulaciones tienden a facilitar el ahorro de impuestos en lo que respecta a los gastos realizados en la búsqueda de nuevas reservas de petróleo y gas.

Existe demanda por instrumentos de deuda del gobierno noruego. Durante la crisis el país registró el segundo menor déficit de la Unión Europea. Las expectativas sobre el crecimiento fueron positivas y se confirmaron con los datos del último año. Además, las reservas con las que cuenta Noruega suman aproximadamente 505.000 millones de dólares. Se estima que el superávit fiscal se mantenga en 10% para este año.

2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

- **Agrícola**

Las tierras destinadas a la agricultura representan el 3.2% del territorio noruego. A pesar que la contribución del sector al PBI y al empleo es poco comparado con los demás sectores, el país ha fomentado el establecimiento de mayor población en zonas rurales. La mayor parte de la producción nacional se consume dentro del país y solo se importa cuando no se satisface la demanda interna. Debido al tema de la seguridad alimentaria, el sector agrícola se considera un sector estratégico.

Noruega es el segundo país de la OCDE que destina mayor ayuda al sector según el índice de Estimación de la Ayuda a los Productores. El país mantiene un sistema de contingentes arancelarios para 24 líneas arancelarias, todas sobre productos agrícolas. Los pollos vivos tienen uno de los aranceles más altos (ad valorem del 555%). Otros ejemplos son los animales

y sus productos (el arancel medio es de 129,2%), productos lácteos (60,3 %) y cereales (41,7 %²).

- **Pesca**

En términos de producción el país ocupa el puesto 10 en el mundo entre los países pesqueros. Además, es el segundo mayor exportador mundial de pescado y productos de la pesca en términos de valor. El sector pesca es el tercero en importancia después del sector petrolero y minero en Noruega. Representa el 4.5% del valor total exportado. Los productos de dicho sector se destinan al mercado danés, ruso, francés y japonés. Sin embargo, China está por convertirse en el principal mercado de salmón para Noruega.

La contribución de la pesca y la piscicultura al PIB de Noruega es relativamente baja (disminuyó del 0,8% en 2008 a 0,5% en 2009) y equivalente aproximadamente al 1% del PIB. Las principales especies capturadas en aguas noruegas son el arenque, la bacaladilla, el carbonero, el bacalao, el eglefino y la caballa.

- **Petróleo y gas**

El sector petrolero es uno de los más importantes en la economía Noruega. Se produce 10 veces más energía de lo que consume. La mayor parte se exporta y por ello representa una fuente importante de ingresos. En 2009, el sector de la energía (hidrocarburos y electricidad) representó el 24,9% del PIB y el 58,26% del valor total de las exportaciones.

La producción de gas natural (sin gas que se quema) se incrementó en casi 4% pero el valor total de producción de petróleo y gas fue significativamente menor que el año anterior. En 2008, Noruega ocupó el décimo lugar entre los mayores productores mundiales de petróleo (2,7 millones de barriles diarios en promedio) y el quinto lugar entre los mayores exportadores. Se prevé una disminución en la producción de petróleo en los próximos años.

La producción media diaria de petróleo en la plataforma Noruega, en abril de 2010 fue de aproximadamente 2'242,000 barriles (petróleo, LGN y condensado), monto menor al mes anterior (24,000 barriles menos).

- **Industria**

Las actividades manufactureras contribuyeron un 10,3 % al PIB de Noruega en 2008 frente al 8,6% en 2009. Debido al volumen relativamente pequeño del mercado nacional, la mayoría de las ramas de producción del sector manufacturero están orientadas a la exportación, sobre todo los constructores de barcos, plataformas petroleras y otras máquinas y material de transporte.

Los aranceles son bajos en general y la mayoría de categorías no están sujetas a impuestos. La industrial se orienta a la actividad marítima (sector primario recursos naturales). Además, la producción se ha reorientado. Por ejemplo, la industria del metal, que antes era proveedora del sector construcción (naval) se ha reorientado hacia la industria petrolera. La industria naval se ha transformado en proveedora de plataformas y equipos de offshore para el sector del petróleo y gas. Además, las industrias de informática y comunicaciones se encuentran entre las más avanzadas del mundo.

- **Turismo**

Debido a la zona y al clima, Noruega ha tenido un saldo negativo ya que la mayoría de personas viaja al sur de Europa. A pesar que los precios son altos y la infraestructura no está en su máximo Noruega fue elegida por la revista National Geographic como uno de los mejores destinos turísticos.

² ICEX

2.3 Nivel de Competitividad

En el Cuadro N° 2 se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business* (Facilidad de hacer negocios entre 183 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Noruega y demás economías similares. El Perú se encuentra en la posición 36° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Noruega se encuentra en la posición 8°. Perú subió 10 posiciones con respecto a 2010 principalmente por la mejora en apertura de negocios (subió 49 posiciones) y comercio transfronterizo (subió 27 posiciones).

Por otro lado, Noruega disminuyó una posición con respecto a 2010 debido principalmente a una disminución en el acceso al crédito (bajó 2 posiciones), impuestos (bajó una posición) y cierre de negocio (bajó una posición).

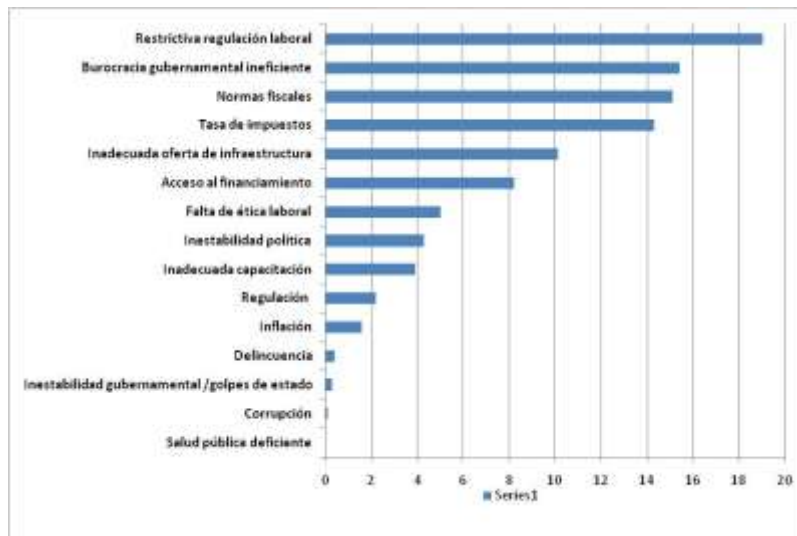
Cuadro 4: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2011

Criterios	Noruega	Perú	Dinamarca	Suecia	Alemania	Colombia	Chile
Facilidad de hacer negocios	8	36	6	14	22	39	43
Apertura de un negocio	33	54	27	39	88	73	62
Manejo permiso de construcción	65	97	10	20	18	32	68
Registro de propiedades	8	24	30	15	67	55	45
Obtención de crédito	46	15	15	72	15	65	72
Protección de los inversores	20	20	28	28	93	5	28
Pago de impuestos	18	86	13	39	88	118	46
Comercio transfronterizo	9	53	5	7	14	99	68
Cumplimiento de contratos	4	110	30	52	6	150	68
Cierre de una empresa	4	96	5	18	35	29	91

Fuente: Doing Business 2010. Banco Mundial

En el gráfico N° 1 se observa, que los principales problemas para hacer negocios en Noruega corresponden a la restrictiva regulación laboral, burocracia ineficiente, normas fiscales y la tasa de impuestos aplicada por Noruega para los países extranjeros y empresas inversoras interesadas en dicho mercado.

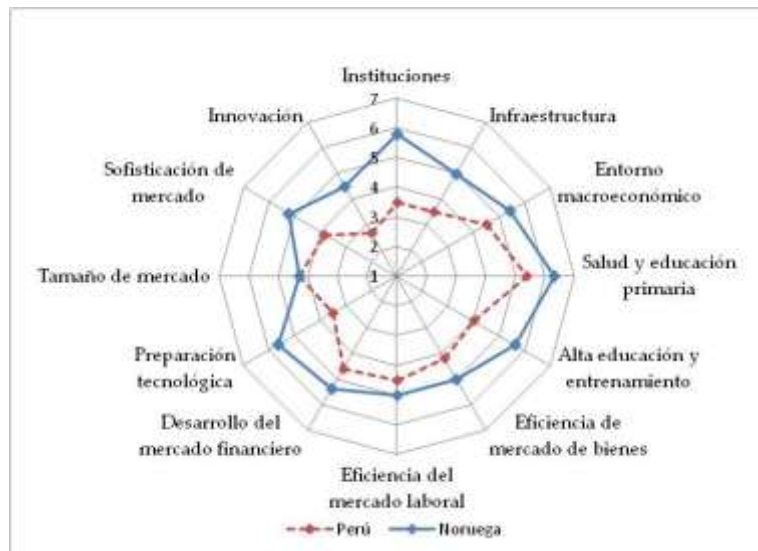
Gráfico 1: Factores problema para hacer negocios



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2010-2011
Elaboración: PROMPERU

En el ranking general de entre 133 países analizados, Noruega ocupa el puesto 17 y Perú, el puesto 73. En términos de competitividad Noruega y Perú obtuvieron 5.6 y 4.11 puntos respectivamente. Sin embargo cabe destacar que ambos países no se encuentran en el mismo nivel de desarrollo. Noruega se encuentra en el tercer estado de desarrollo mientras que Perú se ubica en el segundo estado, según el último reporte de competitividad global 2010-2011 (World Economic Forum). Ello implica que tanto la estrategia como las políticas a utilizar serán diferentes ya que se deben cumplir etapas y procesos.

Gráfico 2: Índice de Competitividad Global



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2010-2011
Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la metodología utilizada, se debe desarrollar la eficiencia en los procesos de producción y calidad del producto para avanzar al siguiente nivel de desarrollo en el caso de Perú. Para aumentar la competitividad, en este segundo estado, se debe enfatizar en mejorar el nivel de educación y entrenamiento laboral así como el desarrollo del mercado financiero, la eficiencia de mercado de bienes, la implementación de nuevas tecnologías e incrementar la participación en nuevos mercados.

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1 Intercambio Comercial de Noruega con el Mundo

El monto total de las exportaciones de Noruega, se situó en US\$ 131,827 millones, monto 11,8 % superior al año anterior. En 2009, las exportaciones de Noruega cerraron en US\$ 117,901 millones.

Las importaciones, registraron un valor de US\$ 76,993 millones durante el 2010. Dicho monto representó un aumento de 14,9% con respecto al 2009. Ni las exportaciones, ni las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en 2008.

En 2010 la balanza comercial de Noruega tuvo un saldo positivo de US\$ 54,833 millones. Se observa que la diferencia entre exportaciones e importaciones aumentó ligeramente sin alcanzar los niveles pre crisis. Tanto las importaciones como las exportaciones mostraron un comportamiento similar.

El intercambio comercial de Noruega con el mundo sumó US\$ 208,820 millones en 2010, lo que representó un aumento de 12.9% con respecto al año previo. No llegó a superar los niveles de pre crisis financiera. Sin embargo, se observa una ligera tendencia creciente al igual que las exportaciones e importaciones.

Cuadro 5: Intercambio Comercial de Noruega
En millones de US\$

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % Prom.	Var%
						2010 - 2006	2010 - 2009
Exportaciones	122,200	136,357	167,812	117,901	131,827	1.9	11.8
Importaciones	64,266	80,298	89,002	66,998	76,993	4.6	14.9
Balanza Comercial	57,934	56,059	78,810	50,904	54,833	—	—
Intercambio Comercial	186,466	216,655	256,814	184,899	208,820	2.9	12.9

Fuente: World Trade Atlas – CIA

En el 2010, los cinco principales destinos de las exportaciones fueron Reino Unido (26.7%), Holanda (12.1%), Alemania (11.4%), Suecia (7%) y Francia (6.6%). Los tres principales mercados de destino representaron casi la mitad del total exportado.

A nivel de exportaciones, éstas disminuyeron, entre 2008 y 2009, debido a la crisis internacional con excepción de China. Asimismo, los montos de las exportaciones registradas en 2010 no superaron a los montos pre crisis (2008), con excepción nuevamente de China.

Cabe destacar que, de los principales países que se muestran en el cuadro 6, solo tres países mostraron una variación superior al 20% en el período 2009-2010: Reino Unido (23.29%), Holanda (25.2%) y Suecia (37.14%).

Cuadro 6: Principales destinos de las exportaciones de Noruega
(Millones de US\$)

Países destino	2006	2007	2008	2009	2010	Var % 2009/2010
Reino Unido	32,696	35,758	45,162	28,566	35,220	23.29
Holanda	12,546	14,014	17,330	12,709	15,911	25.2

Alemania	15,043	16,783	21,563	15,937	15,027	-5.71
Suecia	7,849	8,923	10,866	6,744	9,249	37.14
Francia	10,098	10,941	15,821	10,167	8,745	-14
Estados Unidos	6,992	8,435	7,435	5,673	6,541	15.3
Dinamarca	4,289	4,421	5,666	4,072	4,167	2.35
Bélgica	3,065	3,393	4,145	3,057	3,529	15.46
Italia	3,853	3,751	5,137	3,555	3,302	-7.1
España	2,644	3,226	3,019	2,599	2,477	-4.7
China	1,709	1,617	1,941	2,374	2,349	-1.05
Canadá	3,786	3,999	3,860	2,508	2,180	-13.07
Otros países	17,630	21,097	25,867	19,939	23,128	15.99
Total	122,200	136,357	167,812	117,901	131,827	11.81

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: PROMPERU

Los cinco principales países proveedores son Suecia (14.1%), Alemania (12.4%), China (8.5%), Dinamarca (6.3%) y Reino Unido (5.9%). Al igual que en el cuadro anterior, se observa una disminución general del monto importado de todos los países que realizan negocios con Noruega.

Los países de los cuales se limitó el comercio durante la crisis fueron Finlandia (-34.96%), Italia (-29.33%) y Holanda (-29.84%)

**Cuadro 7: Principales proveedores de Noruega
(Millones de US\$)**

Proveedores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % 2009/2010
Suecia	9,635	11,778	12,739	9,285	10,842	16.76
Alemania	8,642	10,894	11,926	8,606	9,527	10.7
China	3,663	4,851	5,762	5,227	6,572	25.73
Dinamarca	4,430	5,142	6,149	4,539	4,818	6.14
Reino Unido	4,116	5,534	5,304	4,032	4,527	12.29
Estados Unidos	3,435	3,884	4,863	4,156	4,160	0.1
Holanda	2,621	2,981	3,682	2,620	2,888	10.22
Francia	2,530	2,931	3,258	2,444	2,747	12.38
Canadá	1,729	3,441	2,534	1,487	2,496	67.86
Corea del Sur	944	743	1,047	1,278	2,352	84.12
Italia	2,182	2,642	2,963	2,094	2,094	0.03
Finlandia	2,056	2,948	3,016	1,962	1,978	0.83
Otros países	18,285	22,530	25,759	19,268	21,992	14.14
Total	64,266	80,298	89,002	66,998	76,993	14.92

Fuente: TRADE MAP
Elaboración: PROMPERU

En lo referido a productos, las importaciones que en Noruega registraron durante el 2010 un crecimiento importante están las demás preparaciones alimenticias (338 millones / 97.1% de crecimiento), Café sin tostar, sin descafeinar (133 millones / 34.9% crecimiento), madera aserrada o desbastada en coníferas (333 millones / 24.3% crecimiento), partes y piezas de madera para muebles (337 millones / 11.06% de crecimiento), entre otros productos.

**Cuadro 8: Noruega Estadísticas de Importación Desde El Mundo
Millones US\$**

Partida	Descripción	Valor importado en 2009	Valor importado en 2010	PART %	VAR %
870332	Vehículos y automóviles de transporte para personas, con motor de embolo de cilin	1,905.82	2,886.74	3.75	51.47
271019	Destilados de petróleo ligero, no especificado en otra parte	1,741.19	2,259.47	2.93	29.77
230120	Harina, polvo y pellets, de pescado o de crustáceos.	394.96	344.9	0.45	-12.67
210690	Las demás preparaciones alimenticias	171.48	338	0.44	97.11
732690	Las demás manufacturas de hierro o acero	339.03	336.66	0.44	-0.7
940390	Partes y piezas de madera, para muebles	302.66	336.15	0.44	11.06
440710	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, de coníferas	267.54	332.72	0.43	24.36
940360	Los demás muebles de madera	264.77	286.81	0.37	8.32
940161	Sillas y asientos de madera, tapizados	209.67	234.55	0.3	11.87
120100	Habas de soja, incluso quebrantadas.	182.36	194.35	0.25	6.58
760120	Aleaciones de aluminio, en bruto.	181.69	156.26	0.2	-14
610910	Camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas.	135.13	146.01	0.19	8.06
611020	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares.	124.9	136.93	0.18	9.63
090111	Café sin tostar y sin descafeinar.	98.4	132.84	0.17	34.99
620342	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón.	119.57	126.79	0.16	6.04
940340	Muebles de cocina y de madera	101.85	107.14	0.14	5.19
611090	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares	12.85	12.52	0.02	-2.61
LOS DEMAS PRODUCTOS		60,443.75	68,624.52	89.13	13.53
TOTAL GENERAL		66,997.61	76,993.35	100	14.92

Fuente: Global Trade Atlas
Elaboración: PROMPERÚ

3.2 Intercambio Comercial de Noruega con Perú

El monto total de las exportaciones peruanas fue de US\$ 33.2 millones, monto 0.6% superior al año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 11.8 millones durante el 2010. Dicho monto representó una disminución de 20.7% con respecto al 2009. Cabe destacar que la crisis internacional parece haber afectado de manera regular el comercio entre ambos países.

Las consecuencias de la crisis afectó más a las exportaciones debido a una disminución brusca de la demanda. Las importaciones cayeron en US\$ 20.7 millones. Sin embargo, en 2010 dichas importaciones no superaron los niveles de pre crisis.

La balanza comercial de Perú con Noruega muestra un brusco descenso entre los años 2008 y 2009. Se registró un máximo de US\$ 49.5 millones en 2008 y un mínimo de US\$15.4 millones en 2006. La balanza comercial fue superavitaria para nuestro país en el último año debido a la reducción de las importaciones en el último año.

El intercambio comercial entre ambos países sumó US\$ 44.9 millones en 2010. Dicho monto representó un decrecimiento de 6% con respecto al año previo. Se observa una tendencia decreciente a pesar del aumento que se registró en el año 2007.

Cuadro 9: Balanza Comercial Perú con Noruega
Millones de US\$

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % Prom.	Var%
						2010 - 2006	2010 - 2009
Exportaciones	25.9	52.3	60.4	33	33.2	6.4	0.6
Importaciones	10.5	18.9	10.9	14.8	11.8	2.8	-20.7
Balanza Comercial	15.4	33.5	49.5	18.1	21.4	—	—
Intercambio Comercial	36.5	71.2	71.3	47.8	44.9	5.4	-6

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT

Las exportaciones tradicionales representan el 70% del total exportado. Dicho sector alcanzó los US\$ 23,214 miles en 2010, lo que significó una variación de -11.37%. La mayor parte de las exportaciones peruanas a Noruega se concentra en el sector pesquero (57.6% del total). El aceite de pescado (US\$ 19,097 mil) explica el total exportado del sector pesca.

El sector agrícola le sigue en importancia. Se observa que en 2010 las exportaciones de café aumentaron en 105.38% (US\$ 4,117 mil).

Por otro lado, las exportaciones no tradicionales representan el 30% del total exportado (US\$ 9,966 miles) y la variación con respecto al año 2009 fue de 46.92%. Los principales sectores del rubro no tradicional fueron: Textil (21.8%), pesquero (3%), químico (2.5%) y agropecuario (2.2%).

Cuadro 10: Exportaciones por sectores económicos
Miles de US\$

Sector	2009	2010	Var %
Total Tradicional	26,192.64	23,214.30	-11.37
Mineros	0	0	0
Pesquero	24,187.98	19,097.07	-21.05
Harina de pescado	5,160.00	0	-100
Aceite de pescado	19,027.98	19,097.07	0.36
Petróleo y Derivados	0	0	0

Agrícolas	2,004.66	4,117.23	105.38
Café	2,004.66	4,117.23	105.38
Total No Tradicional	6,783.23	9,965.73	46.92
Agropecuario	442.71	719.62	62.55
Textil	4,826.86	7,225.13	49.69
Pesquero	935.55	999.98	6.89
Químico	457.21	819.87	79.32
Metal-mecánico	47.65	3.19	-93.31
Sídero-metalúrgico	3.42	0.06	-98.25
Minería no metálica	14.41	0.01	-99.92
Artesanías	13.84	61.83	346.62
Maderas y papeles	4.35	7.78	78.97
Pieles y cueros	9.35	53.99	477.66
Varios (incluido joyería)	27.89	74.28	166.33
Total	32,975.87	33,180.03	0.62

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

Con relación a los productos exportados del sector no tradicional estos están representados principalmente por el sector textil y agro. A nivel de productos tenemos hilados de lana o pelo fino (2 millones / 35.1 % de crecimiento), los demás hilados (2 millones / 358.1% de crecimiento), truchas congeladas (0.66 millones / 11.8 % de crecimiento); vestidos de punto (0.34 millones / 148.2 % de crecimiento), etc.

Cuadro 11: Principales productos de exportación no tradicional a Noruega
Millones de US\$

Nro.	Partida	Descripción	2009	2010	Var %	Arancel %
1	5109100000	Hilados de lana o pelo fino	1.62	2.19	35.1	0
2	5109900000	Los demás hilados de lana o pelo fino	0.33	1.53	358.1	0
3	5108200000	Hilados de pelo fino, peinado sin acondicionar	0.71	1.24	73.9	0
4	3926901000	Boyas y flotadores para redes de pesca	0.41	0.77	85.8	0
5	303210000	Truchas congeladas, excepto hígados, huevas y lechas	0.59	0.66	11.8	0
6	6104410000	Vestidos de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino	0.14	0.34	148.2	0
7	6104310000	Chaquetas de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino	0.07	0.34	388	0
8	304299000	Los demás filetes congelados, excepto de merluza	0.32	0.32	-1.2	0
9	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	0.08	0.23	193	0
10	5206410000	Hilado retorcido, cableado, de fibra de algodón, sin peinar	0.32	0.23	-30.1	0
11	805202000	Tangelo	0.08	0.21	161.4	0
12	6117100000	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares	0.09	0.16	81.8	0
13	6110191090	Los demás chalecos de pelos finos	0.15	0.14	-0.6	10.7
14	811909100	Mango	0.17	0.13	-21.8	0
15	5107100000	Hilados de lana peinada	0.52	0.12	-77.7	0
		Otros	1.18	1.35	14.7	
		Total	6.78	9.97	46.9	

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT

Elaboración. PROMPERU

En cuanto a las exportaciones totales de las grandes empresas solo se registraron hasta el año de la crisis. El monto exportado de las empresas medianas en 2010 no alcanzó los niveles de pre crisis y por el contrario disminuyeron en 8.92%. Lo mismo sucedió con el valor exportado de la pequeña empresa. Caso contrario se observa en los montos exportados de la micro empresa, en donde se registró una variación de 58.15% en el último año.

Con relación al número de empresas exportadoras esta se ha incrementado en 9 con respecto al 2009, el valor de las exportaciones se incrementó apenas en un 0.62 % generándose exportaciones totales por US\$ 33.19 millones. Asimismo, en el 2010 ingresaron 12 nuevas partidas asociadas a nuevos productos hacia el mercado de Noruega.

**Cuadro 12: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras
Millones US\$**

Tamaño de Empresa	Número de Empresas 2010	Exportaciones Millones de US\$ 2008	Exportaciones Millones de US\$ 2009	Exportaciones Millones de US\$ 2010	Var % 2010/2009
Grande	0	16.66	0	0	-----
Mediana	8	34.6	28.41	25.88	-8.92
Pequeña	13	8.48	3.73	5.99	60.45
Micro	48	0.67	0.83	1.32	58.15
TOTAL	69	60.41	32.97	33.19	0.67

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración. PROMPERU

4. Acceso al Mercado

4.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

- **Medidas Arancelarias**

En el cuadro N° 13 muestra los diez principales productos peruanos, no tradicionales, exportados a Noruega, la participación porcentual de los principales competidores y el porcentaje de arancel aplicado.

**Cuadro 13: Arancel y participación de las exportaciones
no tradicionales a Noruega**

Nro.	Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Posición de Perú	Principales
					como proveedor	competidores
1	5109100000	Hilados de lana o pelo fino	0	0	2	China (73,8%), Perú (13%), República Checa (3,4%)
2	5109900000	Los demás hilados de lana o pelo fino	0	0	5	Italia (22,4%), Reino Unido

						(19,7%), Rumania (14,8%)
3	5108200000	Hilados de pelo fino, peinado sin acondicionar	0	0	2	Macedonia (45,8%), Perú (34,5%), Bolivia (11,4%)
4	3926901000	Boyas y flotadores para redes de pesca	0	0	33	Suecia (22,4%), Alemania (13,2%), China (11,2%)
5	303210000	Truchas congeladas, excepto hígados, huevas y lechas	0	0	1	Perú (100%)
6	6104410000	Vestidos de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino	10.7	0	2	China (55,4%), Perú (8,7%), Italia (6,4%)
7	6104310000	Chaquetas de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino	10.7	0	2	China (43,4%), Perú (12,5%), Alemania (9,3%)
8	304299000	Los demás filetes congelados, excepto de merluza	0	0	15	China (38,6%), Tailandia (20%), Rusia (14,9%)
9	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	0.28	0	1	Perú (70,3%), España (11,3%), México (6,2%)
10	5206410000	Hilado retorcido, cableado, de fibra de algodón, sin peinar	0	0	1	Perú (92,2%), China (5,4%), Italia (1,7%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TRADEMAP
Elaboración: PROMPERU

En el cuadro N° 14 se muestra los diez principales productos peruanos no tradicionales, del sector confecciones, exportados a Noruega, la participación porcentual de los principales competidores, el porcentaje de arancel aplicado en el mundo y la preferencia para el Perú.

**Cuadro 14: Arancel y participación de las exportaciones
de confecciones a Noruega**

Nro.	Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Posición de Perú	Principales competidores
					como proveedor	
1	6104410000	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	10.7	0	2	China (55,4%), Perú (8,7%), Italia (6,4%)
2	6104310000	Chaquetas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	10.7	0	2	China (46,4%), Perú (12,5%), Alemania (9,3%)
3	6117100000	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares	10.7	0	40	Suecia (14,1%), Alemania (12,4%), China (8,5%)
4	6110193000	Cardiganes	10.7	10.7	3	China (45,5%), Italia (11,4%), Perú (6,1%)
5	6106900000	Camisas y blusas, de las demás materias textiles, para mujeres o niña	10.7	0	15	China (29,6%), Lituania (13,9%), Polonia

						(8,0%)
6	6301209000	Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)	11.2	11.2	4	Lituania (27,4%), Alemania (25,9%), India (13,3%)
7	6111200000	Prendas y complementos de vestir para bebés, de algodón	7 o 10.7	7 o 10.7	36	China (60,6%), Bangladesh (8,2%), Turquía (6,3%)
8	6104420000	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas	10.7	0	44	China (46,5%), Turquía (20,1%), India (8,1%)
9	6103310000	Chaquetas (sacos) de lana o pelo fino, para hombres o niños	10.7	0	6	China (47,4%), Dinamarca (16,9%), Estonia (14,4%)
10	6102100000	Abrigos, chaquetas, capas y artículos similares, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	10.7	0	4	China (61,9%), Polonia (7,1%), Italia (6,2%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TRADEMAP
Elaboración: PROMPERU

- **Medidas No Arancelarias**

La tarifa integrada de la comunidad o TARIC (The Integrated Tariff of the Community) contiene varias reglas de importación para diferentes productos en territorio europeo. Para determinar que licencia es requerida para un determinado producto revisar el siguiente link:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/customs_tariff/index_en.htm

El certificado de origen no es requerido a menos que se especifique. La importación de animales vivos, productos animales y plantas requieren de certificados sanitarios respectivos. Los certificados fitosanitarios son más requeridos en productos frescos como frutas, vegetales y otras plantas. Para aquellos bienes compuestos por productos animales o para animales, se requiere que el cargamento este acompañado de un certificado que provenga de la autoridad correspondiente del país exportador. Esto aplica para productos de consumo humano, uso farmacéutico o consumo animal.

La mayoría de certificados son uniformes en toda la Unión Europea pero existen certificados adicionales que se pueden requerir. Mayor información sobre los requerimientos de importación puede encontrarse en el siguiente enlace:

<http://www.fas.usda.gov/posthome/Useu/certificates-overview.html>

El modelo oficial para la declaración de aduanas es: "Single Administrative Document" (SAD). En la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), que incluye a Noruega, Islandia, Suiza y Liechtenstein, también se emplea el SAD. La declaración debe ser hecha de acuerdo al modelo establecido por las autoridades aduaneras respectivas. Para facilitar el proceso, la declaración deberá ser hecha de forma computarizada.

El organismo encargado de la información relacionada al empaque de productos alimentarios es la (Norwegian Food Safety Authority). El objetivo es el de mantener los estándares de salubridad de los alimentos y bebidas. Existen obligaciones relacionadas a productos cosméticos y medicinales. La Norwegian Food Safety Authority se estableció a principios de 2004 e involucra a las siguientes agencias:

- Norwegian Animal Health Authority
- Norwegian Agricultural Inspection Service
- Norwegian Food Control Authority
- Directorate of Fisheries' seafood inspectorate
- Government food control authorities

Mayor información en el siguiente enlace: <http://www.mattilsynet.no/>

Para determinar si un producto es prohibido o sujeto de restricción revisar los siguientes enlaces y códigos:

- CITES : Convención sobre el Comercio Internacional de especies en peligro de extinción
- PROHI : Suspensión de importación
- RSTR : Restricción de importación

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/customs_tariff/index_en.htm

<http://www.toll.no/default.aspx?id=3&epslanguage=en>

Noruega es miembro de la Comisión del Codex Alimentarius y la Organización mundial de salud animal. Se aplican medidas que reducen el riesgo de plagas que tiene relación con embalajes de madera como empaques, bloques, pallets, estibas, etc. (norma NIMF - 15).

4.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio

Existen los llamados “impuestos verdes” o “impuestos medioambientales” que se aplican a aquellos productos que tengan un impacto negativo, comprobado y específico sobre el medioambiente. Los autos a hidrógeno no pagan tasa alguna si el vehículo está registrado. Tampoco pagarán los impuestos anuales. Debe tenerse en cuenta que los impuestos para automóviles, gasolina y bienes inmuebles son muy elevados. Los beneficios también las comparten empresas que comercian con emisiones de CO2 en el mercado de secuestro de carbono.

El mercado de vino en Noruega posee una reglamentación específica ya que dicho sector está monopolizado por el gobierno noruego. Las reglas sobre cuotas, aranceles e impuestos, difieren de manera regular con respecto a los demás países de la región. A pesar de los altos precios del vino, el sector está en clara expansión.

Las tasas de consumo de vinos y licores en Noruega son inferiores a las de sus vecinos nórdicos, aunque en el caso noruego la tendencia está aumentando, fundamentalmente por un efecto sustitución del consumo de cerveza a favor del consumo de vino.

Noruega aplica un IVA a los bienes y servicios de producción local e importada. Para las importaciones, el IVA se percibe sobre el valor en aduana, los impuestos especiales de consumo y los demás derechos y cargas aplicables al producto o servicio de que se trate.

4.3 Distribución y Transporte de Mercaderías

- **Distribución de mercancías**

Es sistema de distribución es organizado y está consolidado. Se caracteriza por tener un determinado número de intermediarios, diferentes tendencias y un dinámico sindicato. Las principales cadenas de distribución dominan el mercado.

Noruega es un pequeño país en cuanto a población (4,6 millones de habitantes) pero grande en extensión geográfica. Tiene unas características orográficas y climatológicas que dificultan

la distribución interior de las mercancías. Por ello, es crucial resolver el tema del transporte y abastecimiento a todo el país.

Las ventas retail en Noruega representan aproximadamente el 15% de PBI y está focalizado alrededor de los principales centros comerciales de Oslo, Bergen, Trondheim y Stavanger. La colaboración entre compañías ha cambiado la estructura de los supermercados en los últimos dos años. Se busca ampliar operaciones para ganar un mayor poder de mercado debido a que, el mismo es pequeño comparado con los demás países escandinavos. Con respecto a los precios en los supermercados, la diferencia es muy elevada con respecto a la media en la Unión Europea (aproximadamente 50% mayor).

En Oslo se concentra la mayor cantidad de almacenes, locales de importación y distribución debido a que aproximadamente las tres cuartas partes de la población total, viven en el sur del país. La red de distribución se complementa con sub-agentes en las demás ciudades. Cabe destacar que, como el país presenta dificultades de acceso que se suman a las grandes distancias, los costos de logística suelen ser elevados.

Existen cuatro principales cadenas de supermercados que se encargan de la distribución de alimentos en el país. Dichas cadenas son de origen nórdico y la penetración debe hacerse a través de importadores/distribuidores locales³. El distribuidor líder en Noruega es Norges Gruppen. Cuenta con 2,760 tiendas retail y aproximadamente el 32% del mercado. Le siguen en importancia Coop (con 910 tiendas retail y 20% del mercado) e ICA (con 1,032 tiendas y 19,5 del mercado). Además, en las zonas de Oslo, Akershus, Osdtfold y Vestfold los supermercados han registrado un crecimiento importante. A continuación se muestra los principales distribuidores en Noruega:

- Supermercados: Coop, Kiwi, ICA Ahold, Spar
- Tiendas por departamento: Olav, Thon Gruppen, Steen et Strom, Amfi Eiendom
- Tiendas especializadas: Dressmann, Elkjop, Ark, Biltema
- Farmacias: Alliance Boots, Apokjeden, Norsk Medisinaldepot.

- **Transporte de mercancías**

Las comunicaciones por vía aérea están bastante bien desarrolladas. Los aeropuertos internacionales más importantes son 'Torp', 'RyggeMoss' y 'Gardemoen' (Oslo), 'Flesland' (Bergen) y 'Sola' (Stavanger). Además existen 50 aeropuertos de pista corta (el norte del país tiene una gran dependencia de las comunicaciones aéreas). Noruega cuenta con un total de 54 aeropuertos, sobre 800 aviones y unos 140 helicópteros.

Gráfico 3: Aeropuertos en Noruega (54)

³<http://www.oficinascomerciales.es/icex>



Fuente: <http://www.skyscanner.es/>

El país cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por más de 18 puertos distribuidos a lo largo de su territorio. Los principales puertos en Noruega corresponden a Oslo, Bergen, BorgHavn, Haugesund, maaloy, Mongstad y Stavanger⁴.

5. Oportunidades Comerciales

5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Noruega no forma parte de los países miembros de la Unión Europea. Perú se ampara en las preferencias obtenidas en el SGP de la Unión Europea, el que constituye un esquema de preferencias arancelarias concedidas unilateralmente a los productos originarios de los países que más lo necesitan. Dependiendo del régimen al cual tiene derecho el país beneficiario, éste puede gozar ya sea de un acceso libre ó de una reducción de derechos de aduana para prácticamente el total de sus exportaciones. Para mayor detalle se puede revisar la página del Ministerio de Comercio Exterior⁵ y Turismo sobre este tema: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=132>

En el año 2006, los países del EFTA (República de Islandia, el Principado de Liechtenstein, el Reino de Noruega y la Confederación Suiza) y Perú suscribieron una declaración en donde se manifestaba el compromiso de fortalecer las relaciones económicas. En junio de 2007 se iniciaron las negociaciones para un tratado de libre comercio y dos años después Perú anunció el fin de las negociaciones. Finalmente, en julio de 2010 Perú suscribió el acuerdo en Lima. El Área Económica Europea relaciona a los cuatro países miembros del EFTA, que no forman parte de la UE, con los demás países miembros de la misma. Cabe destacar que, ya se han suscrito 16 acuerdos en la región⁶.

5.2 Productos con Potencial Exportador

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Noruega (del periodo comprendido entre 2006 y 2010). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la

⁴<http://www.searates.com/>

⁵ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú

⁶ www.sice.oas.org

participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Los sectores que han sido considerados con oportunidades por esta metodología fueron agrícola, confecciones e industria alimentaria. En los siguientes cuadros se detallan productos potenciales en el mercado noruego en los sectores mencionados.

Cuadro Nº 15: Productos potenciales en Noruega: Sector Confecciones

Partida	Descripción	Clasificación
610910	T-shirts de punto de algodón	Estancado
611020	Suéter de algodón	Consolidado
610990	T-shirts de punto de fibra sintética	Estrella
620520	Camisas de algodón de tejido plano	Estrella
611011	Suéter de lana	Consolidado
620442	Vestidos de algodón	Estrella
610462	Pantalones de punto de algodón	Estrella
620443	Vestidos de fibras sintéticas	Estrella
610711	Ropa interior de algodón para hombres o niños	Estrella
611120	Prendas para bebe de algodón	Estancado
610442	Vestidos de algodón	Estrella
610610	Polo shirt de algodón para damas	Estancado
610510	Polo shirt de algodón para caballeros	Estrella

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP
Elaboración: PROMPERU

Cuadro Nº 16: Productos potenciales en Noruega: Sector Agrícola

Partida	Descripción	Clasificación
90111	Café sin tostar, sin descafeinar.	Estrella
80610	Uva fresca	Prometedor
80300	Banano fresco	Prometedor
70960	Pimiento del genero capsicum	Estrella
80510	Naranja fresca	Prometedor
80520	Mandarina, clementina fresca	Prometedor
80440	Palta (aguacates)	Estrella
80711	Sandía fresca	Prometedor
70920	Espárrago fresco o refrigerado	Estrella
70310	Cebolla fresca o refrigerada	Estrella
81110	Fresas (frutillas) congeladas	Estrella
70320	Ajos frescos o refrigerados	Estrella
90420	Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón).	Prometedor
91030	Cúrcuma	Estrella

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP
Elaboración: PROMPERU

Cuadro Nº 17: Productos potenciales en Noruega: Industria Alimentaria

Partida	Descripción	Clasificación
230910	Alimento para animales domésticos	Consolidado
160520	Camarones, langostinos preparados o conservados	Consolidado
160415	Caballa en conserva, entero o en trozos	Estrella
160419	Preparaciones de pescado entero o en trozos.	Estrella
190219	Pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar	Estrella
180310	Pasta de cacao	Estrella
180620	Preparaciones alimenticias que contengan cacao	Consolidado
200570	Aceituna preparada o conservada	Consolidado
180500	Cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo	Estrella
160416	Anchoas en conserva , entero o en trozos	Estrella
200560	Espárrago preparado o conservado	Estancado
200891	Palmitos, preparados o conservados	Prometedor

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP
Elaboración: PROMPERU

6. Tendencias del Consumidor

Las nuevas tecnologías de información han influenciado en el comportamiento del consumidor. Se observa mayor exigencia en los productos debido a que se cuenta con mayor información al respecto. Este comportamiento se manifiesta en que aproximadamente el 42% de los europeos consulta online las características de los productos que tiene intención de adquirir.

Los noruegos son muy patriotas y generalmente escogen productos nacionales. Están interesados en nuevos productos (especialmente los relacionados a la industria electrónica y tecnologías de información) y están dispuestos a pagar bien por calidad. El mantenimiento del medio ambiente es una variable muy importante para el consumidor.

En general, el consumidor noruego, a comparación del consumidor danés o sueco, no es muy sensitivo al precio y están dispuestos a gastar más cuando se trata de adquirir bienes durables. La relación entre calidad y precio es usualmente más importante que solo tener en cuenta a los productos de precios bajos.

Muchos productos de consumo son importados debido a que la producción Noruega consiste principalmente en materias primas y productos semi-manufacturados. La riqueza en Noruega es bien distribuida y por lo tanto, cada individuo es un potencial consumidor. Las tres cuartas partes de la población viven en el sur de Noruega. El resto de la población está dispersada alrededor del país, en pequeñas ciudades.

Existe una tendencia creciente entre los jóvenes (de entre 15 y 24 años) en adquirir productos por moda o emoción, más por precio o funcionalidad. Noruega, Irlanda, Reino Unido y Suecia son los países en los que esta tendencia es más acusada según un informe sobre tendencias de consumo en Europa⁷.

La tercera parte de los europeos manifestó adquirir productos lujosos ya que el concepto de exclusividad prima en la demanda. Se busca diferenciación en el diseño y demás detalles. Cabe destacar que, sin dejar lado los conceptos de lujo y exclusividad, la moda verde está tomando mayor importancia en el mercado. El desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa son determinantes importantes en la demanda nórdica.

Cuadro Nº 18: Consumo por sectores

⁷Grupo Experian

Sectores	%
Alimentos	10.20%
Bebidas sin alcohol	1.10%
Bebidas alcohólicas	1.80%
Tabaco	1.00%
Vestimenta	5.40%
Servicios básicos	28.50%
Equipo y mantenimiento de casa	6.20%
Salud	2.90%
Transporte	18.40%
Comunicación	2.50%
Recreación y cultura	12.00%
Educación	0.30%
Restaurantes y hoteles	3.60%
Otros bienes y servicios	6.10%

Fuente: Naciones Unidas

7. Cultura de Negocios

En un contexto globalizado, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. Esta permite comunicarse de forma óptima al tener en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entender el comportamiento y la forma de pensar de los demás.

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo. Al igual que el resto de países nórdicos (Suecia y Dinamarca) gozan de un altísimo nivel de vida. Son muy pegados a sus costumbres y tradiciones. Casi todos se tutean y prescinden de cualquier título. La frialdad de un primer contacto desaparece con el trato más cordial a medida que se profundiza en el conocimiento personal del interlocutor.

Es necesario tener en cuenta que la honestidad y la igualdad son virtudes muy valoradas en Noruega. Ambos géneros esperan un trato igualitario. No existe discriminación alguna entre hombres y mujeres. Lo mismo ocurre con las minorías étnicas. Prueba de ello es el alto número de mujeres y miembros de minorías étnicas que están ocupando puestos clave en empresas o que están relacionadas en ocupaciones políticas.

Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 3 o 4 semanas de anticipación. Es común que no existan intermediarios al momento de planear una reunión con un ejecutivo de alto cargo. Se recomienda que ambas partes manden una posible agenda de trabajo incluyendo información acerca de la empresa en general. La información a mandar debe ser cuidadosamente preparada.

Generalmente requieren muestras por anticipado para conocer la calidad y la competitividad del producto. No tiene problema en decir "no" si la propuesta no les interesa. Cabe resaltar que, la puntualidad es extremadamente importante en Noruega. Si piensa llegar con retraso, asegúrese de dar aviso a la contraparte. Se espera siempre que la información compartida sea veraz y oportuna.

Si acude a un almuerzo de negocios recuerde agradecer siempre a sus anfitriones con la frase: "takfor maten" (gracias por la comida). El conocimiento de frases o palabras noruegas muestra

el interés por su cultura y puede ayudar a construir fuertes lazos con la contraparte. Los brindis los comienza siempre el anfitrión, poniéndose en pie y alzando su copa (no se le ocurra beber antes de esta señal). Se mira directamente a los ojos del invitado y se inclina ligeramente la cabeza.

A continuación se detallan algunos consejos y comportamientos típicos.

- ✓ El horario de trabajo en Noruega es de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.
- ✓ En el saludo, basta con un apretón de manos. El beso se da entre conocidos.
- ✓ Los noruegos no tienden a hablar en voz alta. Aprecian el silencio porque los ayuda a analizar mejor la información recibida.
- ✓ Se debe evitar momentos largo silencio pues puede interpretarse como un comportamiento rudo.
- ✓ Se aprecia la sencillez y franqueza en los negocios.
- ✓ Acepte las invitaciones a cenar ya que no son comunes. Deben considerarse un honor.
- ✓ Realice cumplidos a su contraparte con respecto su país.
- ✓ No se queje del alto costo de vida del país. Los noruegos están orgullosos de su sistema incluso si el precio a pagar es elevado.
- ✓ No exagere al hablar o podría “dañar” la relación y por ende los objetivos de la negociación.
- ✓ No regale obsequios caros pues puede ser visto como un soborno. Se recomienda entregar artesanías.

8. Contactos de Interés

- The Official Norwegian Trade Portal: <http://www.nortrade.com/>
- Ministerios en Noruega: <http://www.regjeringen.no/en.html?id=4>
- Noruega: <http://www.noruega.es/>
- Organismo de inversión privat: www.odin.dep.no
- Inversiones en Noruega: www.invanor.no
- Norway IN United States: www.norway.org
- Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/>
- Aranceles en Noruega: www.toll.no
- Doing Business: <http://espanol.doingbusiness.org>
- Datamonitor: <http://www.datamonitor.com>
- Business Monitor: <http://www.businessmonitor.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo <http://www.mincetur.gob.pe>

9. Eventos Comerciales

Cuadro 16: Calendario de Eventos 2011

	<p align="center">SKOMESSE</p> <p>Fecha: 18.02.2011 - 20.02.2011 Organizador: Skogrossistersog Agenters Landforening Sector: Cuero y calzado Página web: http://www.skosenteret.no/</p>
	<p align="center">AQUA-NOR International Aquaculture Conference and Exhibition</p> <p>Fecha: 16.08.2011 - 19.08.2011 Organizador: Nor-Fishing Foundation Sector: Pesca Página web: www.nor-fishing.no</p>
	<p align="center">NEF –Dagene</p> <p>Fecha: 08.02.2011 - 11.02.2011 Organizador: Neventum Sector: Empaques para productos alimenticios Página web: messe.no/no/nv/prosjekt/Nef-dagene/Utstillere/English-summary</p>

10. Bibliografía

BANCO CENTRAL DE NORUEGA

www.norges-bank.no/english/

BUSINESS MONITOR

www.businessmonitor.com

DATAMONITOR

www.datamonitor.com

DOING BUSINESS

www.doingbusiness.org

EUROMONITOR

www.euromonitor.com

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI)

www.imf.org

HUMAN DEVELOPMENT REPORT 2010

<http://hdr.undp.org/en/>

INSTITUTO NORUEGO DE ESTADISTICA

www.ssb.no

INVERSION EN NORUEGA

<http://www.nortrade.com/>

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DEL PERÚ

www.rree.gob.pe

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

www.mincetur.gob.pe

MINISTERIO DE ECONOMIA DE NORUEGA

<http://www.regjeringen.no/>

NACIONES UNIDAS

www.un.org/es

PAGINA WEB OFICIAL DE NORUEGA

<http://www.norway.info/>

SUNAT

www.sunat.gob.pe

THE FEDERATION OF INTERNATIONAL TRADE ASSOCIATIONS (FITA)

www.fita.org

WEF (WWW.WEFORUM.ORG)

www.weforum.org

WORLD TRADE ATLAS