

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2012

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. La variación real en 2011 fue 1.5%. El nivel de desempleo se intensificó con la crisis y alcanzó el 3.3% en 2011.

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 16.1 % al PBI de Noruega en 2011 frente al mismo nivel en 2010. 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\$ 159,361 millones, monto 22.0% superior al año anterior. En 2010, las exportaciones de Noruega cerraron en US\$ 130,657 millones.

A nivel mundial, las importaciones registraron un valor de US\$ 90,849 millones durante el 2011. Dicho monto representó un aumento de 17.5% con respecto al 2010. Las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en 2008.

En el 2011, los cinco principales destinos de las exportaciones fueron Reino Unido (28.0%), Holanda (11.6%). Alemania (10.6%), Francia (6.9%) y Suecia (6.5%). 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\$ 30.0 millones, monto que representa una variación de -9.7%. Las importaciones alcanzaron US\$ 10.4 millones durante el 2011. Dicho monto representó una disminución de 11.3% con respecto al 2010. Cabe destacar que la crisis internacional parece haber afectado de manera regular el comercio entre ambos países.

Las exportaciones tradicionales representan el 67.6% del total exportado. Dicho sector alcanzó los US\$ 20,252 miles en 2011, lo que significó una variación de -12.8%. La mayor parte de las exportaciones peruanas a Noruega se concentra en el sector pesquero (51.2% del total). El aceite de pescado (US\$ 15,346 miles) son explica el total exportado del sector pesca.

El sector minero le sigue en importancia. Se observa que en 2011 las exportaciones de zinc y sus concentrados sumaron US\$ 2,761 miles. Además, las exportaciones de café se contrajeron 47.9% y alcanzaron el monto de US\$ 2,145 miles.

Por otro lado, las exportaciones no tradicionales representan el 32.4% del total exportado (US\$ 9,702 miles) y la variación con respecto al año 2010 fue de -2.6%. Los principales sectores del rubro no tradicional fueron: Textil (-2.6%), agropecuario (39.4%), químico (9.9%) y pesquero (-38.3%).

Con relación a los productos exportados del sector no tradicional estos están representados principalmente por el sector textil y químico. A nivel de productos tenemos los demás hilados (US\$ 2,099 miles / 37.0 % de crecimiento), hilados de pelo fino (US\$ 1,624 miles / -25.7% de crecimiento), hilados de pelo fino peinados (US\$ 1,382 miles) y manufacturas diversas de plástico (US\$ 894,0 miles).

El número de empresas peruanas exportadoras se ha incrementado en 7 con respecto al 2010, a pesar de que el valor de las exportaciones se contrajo 9.7% al generarse exportaciones totales por US\$ 29.95 millones. Asimismo, en el 2011 se exportaron 2 partidas de productos menos (HS 6) 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 4.8 millones de personas con una densidad demográfica de 15 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 24% 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 (607,292 habitantes, aproximadamente el 13% 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 0.33%. 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

El aumento del PBI se debió principalmente a la formación de capital fijo. De los componentes del PBI, el único que experimentó una reducción fueron las exportaciones (-1.4%). La política expansiva del gobierno no fue tan agresiva como la observada en 2008 y 2009, y el gasto fiscal aumentó solamente 1.5%. El gobierno noruego mantiene un saldo positivo desde 1994. En 2011, el superávit pasó de 11.2% a 13.6% del PBI, lo que le otorga un amplio margen de maniobra frente a una crisis.

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 1.6% en 2009, incluido el sector petrolífero. En 2010 y 2011 la disminución fue contrarrestada con aumentos de 0.6% y 1.5% respectivamente. 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 (30.3%), 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. En 2011, la variación de las ventas al exterior fue también negativa (1.4%).

La tasa de crecimiento del PBI ha sido positiva en los últimos años (excepto en 2008) y se espera que esta tendencia continúe para el resto de los años venideros. El nivel de desempleo se intensificó ligeramente desde la crisis y alcanzó al 3.3% en 2010. El adecuado aprovechamiento de las oportunidades que brinda este país han logrado causar un efecto positivo en el PBI.

En 2011 el sector que aportó más al producto fue el de manufacturas (1.9% de variación), seguido por actividades administrativas y servicios de apoyo (9.3%), actividades científicas y técnicas (5.4%), construcción (3.0%) y ventas al por menor (2.5%). Hasta el tercer trimestre de 2012 el consumo de los hogares tuvo variaciones positivas, siendo 3.4% el crecimiento interanual del tercer trimestre.

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

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011
PBI (variación %)	2.7	0.0	-1.6	0.6	1.5
PBI Per cápita (US\$)	83,336	94,816	77,386	85,055	97,607
Desempleo (variación %)	2.5	2.6	3.2	3.6	3.3
Inflación (variación %)	0.7	3.8	2.2	2.4	1.3

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) el 20 de noviembre de 2012 se indican en cuadro adjunto¹.

$$\begin{array}{l} \mathbf{1.00\ USD = 5.72688\ NOK} \\ \text{US Dollar} \quad \text{Norwegian Krone} \\ 1\ USD = 5.72688\ NOK \quad 1\ NOK = 0.174615\ USD \end{array}$$

$$\begin{array}{l} \mathbf{1.00\ NOK = 0.45374\ PEN} \\ \text{Norwegian Krone} \quad \text{Peruvian Nuevo Sol} \\ 1\ NOK = 0.45374\ PEN \quad 1\ PEN = 2.20392\ NOK \end{array}$$

- **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.

¹ Para mayor información: www.xe.com

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

País/Región	2006	2007	2008	2009	2010
Suecia	84.358	94.117	97.851	108.427	115.54
Holanda	34.738	31.759	35.042	51.083	55.516
Estados Unidos	45.042	51.854	68.056	54.458	44.583
Reino Unido	39.645	38.858	36.322	42.282	42.087
Francia	27.222	27.334	37.307	29.236	36.929
Dinamarca	57.132	54.132	36.764	28.967	30.254
Alemania	9.813	12.799	16.024	12.758	17.039
Luxemburgo	3.283	5.963	7.58	9.392	13.467
Chipre	6.076	8.514	16.418	14.718	12.318
Resto	38.755	46.998	57.414	64.679	88.831
Total	346.064	372.328	408.778	416.000	456.564

Fuente: Statistics Norway

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

Industria	2006	2007	2008	2009	2010
Extracción de petróleo y gas	102.472	114.395	134.726	114.282	117.831
Actividades de bienes raíces	35.038	41.324	55.63	75.756	82.053
Intermediación financiera	54.667	62.179	56.702	61.49	77.283
Manufacturas	68.647	72.406	70.748	68.732	70.942
Ventas al por menor	32.349	52.444	55.154	61.418	65.333
Resto	87.422	86.613	100.669	103.578	115.631
Total	380.595	429.361	473.629	485.256	529.073

Fuente: Statistics Norway

Noruega no exige requisitos 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 dedican 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 sea 12.7% 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. Los productos de dicho sector se destinan al mercado ruso, francés, polaco y danés.

No obstante, la contribución de la pesca y la piscicultura al PIB de Noruega es relativamente baja: equivale aproximadamente al 1.2% 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 el segundo más importante en la economía Noruega. Se produce 10 veces más energía de lo que se 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 14.9% del PIB y el 31.2% del valor total de las exportaciones.

La producción de gas natural en el primer semestre de 2011 disminuyó 14.0% y la de petróleo cayó 9.8%. En 2011, Noruega ocupó puesto catorce entre los mayores productores mundiales de petróleo (2 millones de barriles diarios en promedio) y el séptimo lugar entre los exportadores netos. Se prevé una disminución en la producción de petróleo en los próximos años.

La producción media diaria de petróleo en la plataforma Noruega, en junio de 2011 fue de aproximadamente 81,664 barriles, inferior a los 92,782 de junio del año anterior.

- **Industria**

Las actividades manufactureras contribuyeron un 16.1 % al PIB de Noruega en 2011, nivel que se mantuvo con respecto al año anterior. 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.

² ICEX

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. Sin embargo, a pesar de los precios son altos y de que la infraestructura no está en su máximo, en 2009 los fiordos noruegos fueron elegidos por la revista National Geographic como el mejor destino turístico mundial.

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

Criterios	Noruega	Perú	Dinamarca	Suecia	Alemania	Colombia	Chile
Facilidad de hacer negocios	6	43	5	13	20	45	37
Apertura de un negocio	43	60	33	54	106	61	32
Manejo permiso de construcción	23	86	8	25	14	27	84
Registro de propiedades	7	19	6	35	81	52	55
Obtención de crédito	70	23	23	40	23	70	53
Protección de los inversores	25	13	32	32	100	6	32
Pago de impuestos	19	85	13	38	72	99	36
Comercio transfronterizo	21	60	4	8	13	91	48
Cumplimiento de contratos	4	115	34	27	5	154	70
Cierre de una empresa	3	106	10	22	19	21	98

Fuente: Doing Business 2013. 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.

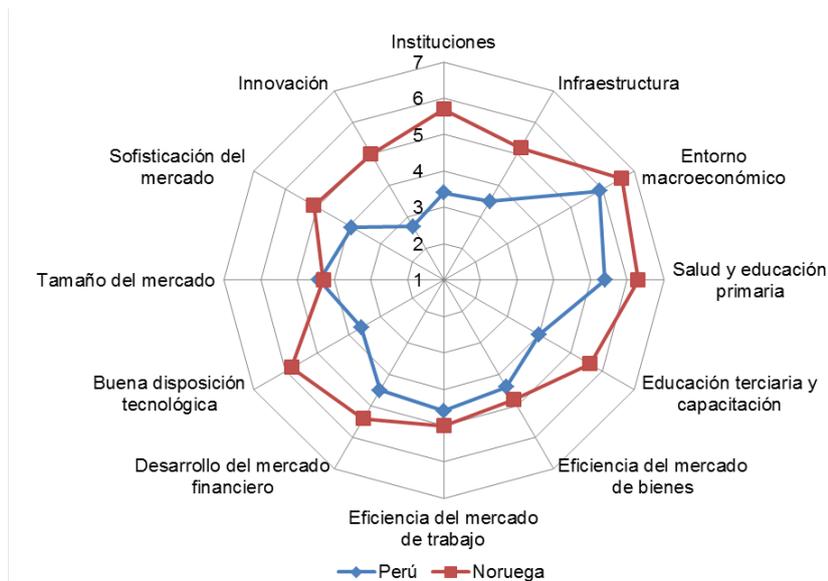
Gráfico 1: Factores problema para hacer negocios



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2012-2013
Elaboración: PROMPERU

En el ranking general de entre 144 países analizados, Noruega ocupa el puesto 15 y Perú, el puesto 61. En términos de competitividad Noruega y Perú obtuvieron 5.3 y 4.3 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 2012-2013 (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 2012-2013
Elaboración: PROMPERU

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\$ 159,361 millones, monto 22.0% superior al año anterior. En 2010, las exportaciones de Noruega cerraron en US\$ 130,658 millones.

Las importaciones registraron un valor de US\$ 90,849 millones durante el 2011. Dicho monto representó un aumento de 17.5% con respecto al 2010. Las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en 2008, pero no las exportaciones.

En 2011 la balanza comercial de Noruega tuvo un saldo positivo de US\$ 68,512 millones. Se observa que la diferencia entre exportaciones e importaciones aumentó ligeramente sin alcanzar los niveles pre crisis.

El intercambio comercial de Noruega con el mundo sumó US\$ 250,210 millones en 2010, lo que representó un aumento de 20.3% 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	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom.	Var%
						2011 - 2007	2011 - 2010
Exportaciones	136,357	173,221	114,675	130,657	159,361	4.0%	22.0%
Importaciones	80,298	90,581	68,969	77,330	90,849	3.1%	17.5%
Balanza Comercial	56,059	82,640	45,707	53,327	68,512	—	—
Intercambio Comercial	216,655	263,803	183,644	207,987	250,209	3.7%	20.3%

Fuente: TradeMap

En el 2011, los cinco principales destinos de las exportaciones fueron Reino Unido (28.0%), Holanda (11.6%). Alemania (10.6%), Francia (6.9%) y Suecia (6.5%). Los tres principales mercados de destino representaron la mitad del total exportado.

A nivel de exportaciones, éstas disminuyeron, entre 2008 y 2009, debido a la crisis internacional con excepción de los envíos a China. Asimismo, la mayoría de los montos de las exportaciones registradas en 2011 no superaron a los montos pre crisis.

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	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2011/2010
Reino Unido	35,758	47,022	26,297	35,868	44,648	24.5%
Holanda	14,014	18,089	13,197	15,537	18,446	18.7%
Alemania	16,783	21,623	14,174	14,454	16,960	17.3%
Francia	10,941	16,233	9,137	8,453	10,918	29.2%
Suecia	8,923	10,821	6,883	9,169	10,381	13.2%
Estados Unidos	8,435	7,437	5,796	6,526	8,938	37.0%
Dinamarca	4,421	6,214	4,651	4,208	5,779	37.3%
Bélgica	3,393	4,396	2,849	3,368	4,410	30.9%
Italia	3,751	5,429	3,424	3,203	3,692	15.2%
China	1,617	1,928	2,429	2,241	2,897	29.3%
Polonia	1,614	2,384	1,381	2,136	2,802	31.2%
Canadá	3,999	4,058	2,595	2,184	2,583	18.2%
Otros países	22,708	27,587	21,863	23,309	26,908	15.4%
Total	136,357	173,221	114,675	130,657	159,361	22.0%

Fuente: TadeMap

Elaboración: Promperú

Los cinco principales países proveedores son Suecia (13.4%), Alemania (12.0%), China (9.1%), Dinamarca (6.3%) y Reino Unido (5.6%). Todos los proveedores principales aumentaron el monto de sus envíos a Noruega.

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

Proveedores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2011/2010
Suecia	11,778	12,723	9,492	10,807	12,183	13%
Alemania	10,894	11,962	8,794	9,507	10,885	14%
China	4,851	5,763	5,349	6,565	8,245	26%
Dinamarca	5,142	6,132	4,651	4,801	5,741	20%
Reino Unido	5,534	5,302	4,103	4,580	5,090	11%
Estados Unidos	3,884	4,859	4,112	4,275	4,885	14%
Holanda	2,981	3,640	2,679	2,888	3,799	32%
Canadá	3,441	2,520	1,524	2,475	3,683	49%
Francia	2,931	3,246	2,495	2,763	2,955	7%
Corea del Sur	743	1,190	1,308	2,343	2,408	3%
Polonia	1,672	2,191	1,882	1,941	2,381	23%
Italia	2,642	2,959	2,143	2,096	2,352	12%
Finlandia	2,948	3,013	2,007	1,973	2,304	17%
Otros países	20,858	25,080	18,428	20,318	23,938	18%
Total	80,298	90,581	68,969	77,330	90,849	17%

Fuente: TradeMap

Elaboración: Promperú

En lo referido a productos, las importaciones que en Noruega registraron durante el 2011 un crecimiento importante están las fresas congeladas (US\$ 10 millones / 77.4% de variación), las blusas sintéticas de tejidos planos (US\$ 34 millones / 60.4%) y el café sin tostar ni descafeinar (US\$ 209 millones / 57.5%).

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

Partida	Descripción	Valor importado en 2010	Valor importado en 2011	PART % 2011	VAR % 11/10
870332	Automóviles de transporte de personas	3,031	3,813	4.2%	25.8%
750110	Matas de níquel	2,204	3,247	3.6%	47.3%
271019	Destilados de petróleo ligero	2,264	2,796	3.1%	23.5%
890520	Plataformas de perforación o explotación petrolera	0	1,591	1.8%	----
300490	Los demás medicamentos preparados	1,289	1,265	1.4%	-1.9%
760110	Aluminio en bruto	1,181	1,185	1.3%	0.3%
270900	Aceites crudos de petróleo	858	1,019	1.1%	18.8%
851712	Teléfonos y teléfonos móviles	806	926	1.0%	14.8%
271600	Energía eléctrica	1,022	907	1.0%	-11.3%
847130	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento digital de datos	685	892	1.0%	30.1%
890190	Los demás barcos para transporte de mercancías	705	872	1.0%	23.8%
281820	Los demás óxidos de aluminio	679	792	0.9%	16.6%
870421	Los demás automóviles para transporte de mercancías	602	772	0.8%	28.2%
880240	Aviones y vehículos aéreos de peso superior a 15TM.	731	761	0.8%	4.1%
730890	Fierro de construcción estructurado	672	739	0.8%	9.9%
890610	Navíos de guerra	0	666	0.7%	----
847330	Partes de máquinas para procesamiento digital de datos	616	628	0.7%	1.9%
LOS DEMAS PRODUCTOS		59,108	66,879	73.6%	13.1%
TOTAL GENERAL		77,330	90,849		17.5%

Fuente: TradeMap
Elaboración: Promperú

3.2 Intercambio Comercial de Noruega con Perú

El monto total de las exportaciones peruanas fue de US\$ 30.0 millones, monto 9.7% menor al año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 10.4 millones durante 2011. Dicho monto representó una disminución de 11.3% 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 afectaron más a las exportaciones debido a una disminución brusca de la demanda. Las importaciones cayeron en US\$ 3.1 millones en 2010 y US\$ 1.3 millones en 2011.

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\$18.1 millones en 2009. 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\$ 40.4 millones en 2011. Dicho monto representó un decrecimiento de 10.1% 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	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom.	Var%
						2011 - 2007	2011 - 2010
Exportaciones	52.3	60.4	33.0	33.2	30.0	-13.0%	-9.7%
Importaciones	18.9	10.9	14.8	11.8	10.4	-13.7%	-11.3%
Balanza Comercial	33.5	49.5	18.1	21.4	19.5	----	----
Intercambio Comercial	71.2	71.3	47.8	44.9	40.4	-13.2%	-10.1%

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT

Las exportaciones tradicionales representan el 68% del total exportado. Dicho sector alcanzó los US\$ 20,252 miles en 2011, lo que significó una variación de -12.8%. La mayor parte de las exportaciones peruanas a Noruega se concentra en el sector pesquero (51.2% del total). El aceite de pescado (US\$ 15,346 miles) explica el total exportado del sector pesca.

El sector agrícola le sigue en importancia. Se observa que en 2011 las exportaciones de café variaron -47.9% (US\$ 2,145 miles).

Por otro lado, las exportaciones no tradicionales representan el 32% del total exportado (US\$ 9,701 miles) y la variación con respecto al año 2009 fue -2.6%. Los principales sectores del rubro no tradicional fueron: Textil (-2.6%), agropecuario (39.4%), químico (9.9%) y pesquero (-38.3%).

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

Sector	2010	2011	Var %
Total Tradicional	23,214	20,252	-12.8%
Mineros	0	2,761	
Pesquero	1,000	617	-19.6%
Aceite de pescado	19,097	15,346	-19.6%
Agrícolas	4,117	2,145	-47.9%
Café	4,117	2,145	-47.9%
Total No Tradicional	9,966	9,702	-2.6%
Agropecuario	720	1,003	39.4%
Textil	7,225	7,038	-2.6%
Pesquero	1,000	617	-38.3%
Químico	822	903	9.9%
Metal-mecánico	3	8	146.1%
Sidero-metalúrgico	0	0	
Minería no metálica	7	3	-51.3%
Artesanías	14	7	-47.7%
Maderas y papeles	8	3	-56.6%
Pieles y cueros	39	18	-55.1%
Varios (incluido joyería)	128	101	-21.5%
Total	33,180	29,954	-9.7%

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

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
Miles de US\$

Nro.	Partida	Descripción	2010	2011	Var %	Arancel %
1	5109900000	Los demás hilados de lana o pelo fino	1,532	2,099	37.0%	0
2	5109100000	Hilados de lana o pelo fino	2,185	1,624	-25.7%	0
3	5108200000	Hilados de pelo fino, peinado sin acondicionar	1,242	1,382	11.3%	0
4	3926901000	Boyas y flotadores para redes de pesca	770	894	16.1%	0
5	0304299000	Los demás filetes congelados, excepto de merluza	316	396	25.2%	0
6	5107200000	Hilados de peinados con menos de 85% de lana	79	353	347.7%	0
7	0805202000	Tangelo	215	233	8.3%	14.4
8	0303210000	Truchas congeladas	665	216	-67.5%	0
9	1302199900	Los demás jugos y extractos vegetales	0	213	----	0
10	0709200000	Espárragos frescos o refrigerados	232	187	-19.2%	0
11	0811909100	Mango	131	183	39.5%	0
12	5206410000	Hilado retorcido de fibra sin peinar de algodón	227	160	-29.4%	0
13	5205430000	Hilado retorcido de fibra peinada de algodón	57	157	176.2%	0
14	5107100000	Hilados peinados con más de 85% de lana	115	148	28.0%	0
15	6301209000	Mantas de las demás materias textiles	62	129	110.3%	0
16	6104310000	Chaquetas de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino	342	127	-62.9%	0
		Otros	1,795	1,201	-33.1%	
		Total	8,170	8,501	4.0%	

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

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 2011 no alcanzó los niveles de pre crisis y por el contrario disminuyó en 2.0%. Lo mismo sucedió con el valor exportado de la pequeña y micro empresa, a pesar del aumento de 58.2% que las últimas tuvieron en 2010.

Con relación al número de empresas exportadoras esta se ha incrementado en 7 con respecto al 2010, mientras que el valor de las exportaciones cayó 9.8 % generándose exportaciones totales por US\$ 30.0 millones. Asimismo, en el 2011 ingresaron 2 partidas asociadas a nuevos productos hacia el mercado de Noruega.

Cuadro 12: Exportaciones por Tamaño de Empresas Exportadoras
Millones US\$

Tamaño de Empresa	Nº de Empresas 2011	FOB 2008	FOB 2009	FOB 2010	FOB 2011	Var % 2011/2010
Grande	0	16.7	0	0	0	-----
Mediana	10	34.6	28.4	25.9	25.4	-2.0%
Pequeña	14	8.5	3.7	6.0	3.7	-38.2%
Micro	76	0.7	0.8	1.3	0.9	-32.4%
TOTAL	69	60.4	33.0	33.2	30.0	-9.8%

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 no tradicionales exportados a Noruega, la participación porcentual de los principales competidores y el arancel aplicado.

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

Nro.	Partida	Descripción	Arancel Mundo	Arancel Perú	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores
1	5109900000	Los demás hilados de lana o pelo fino	0%	0%	4 (12.1%)	Italia (23.1%), Rumania (22.9%), China (14.2%)
2	5109100000	Hilados de lana o pelo fino	0%	0%	2 (15.7%)	China (67%), República Checa (4.9%)
3	5108200000	Hilados de pelo fino, peinado sin acondicionar	0%	0%	1 (52.6%)	Turquía (11%), China (9.1%), Bolivia (7.5%)
4	3926901000	Boyas y flotadores para redes de pesca	0%	0%	33 (0.4%)	Suecia (23.7%), Alemania (12.6%)
5	0304299000	Los demás filetes congelados, excepto de merluza	0%	0%	13 (0.9%)	China (34.7%), Rusia (13.85), Tailandia (12.4%)
6	5107200000	Hilados de peinados con menos de 85% de lana	0%	0%	5 (3.4%)	Bulgaria (48.7%), Suiza (21.7%), Italia (14.4%)
7	0805202000	Tangelo	16.1%	14.4%	3 (1.9%)	España (84.5%), Israel (7.5%), Chipre (1.6%)
8	0303210000	Truchas congeladas	0%	0%	1 (96.2%)	Dinamarca (2.9%), Colombia (0.9%)
9	1302199900	Los demás jugos y extractos vegetales	2%	0%	8 (4.2%)	Francia (34.5%), China (16.1%), India (9.6%)
10	0709200000	Espárragos frescos o refrigerados	0.1%	0%	1 (66.9%)	España (11.5%), México (9.3%), Italia (6.8%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TradeMap
Elaboración. Promperú

En el cuadro N° 14 se muestra los diez principales productos peruanos 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 como proveedor	Principales competidores
1	6301209000	Mantas de las demás materias textiles		0%	3 (9.3%)	Alemania (31.7%), Lituania (29.5%), India (7.1%)
2	6104310000	Chaquetas de lana o pelo fino para mujeres, de punto	0%	0%	4 (7.9%)	China (39.5%), Alemania (16.1%), Rumania (7.9%)
3	6117100000	Chales, pañuelos, bufandas y similares, de punto	0%	0%	14 (0.7%)	China (62.5%), España (7.2%), India (5.4%)
4	6110191090	Suéteres de los demás pelos finos, punto	10.7%	0%	6 (3.2%)	China (36.2%), Hong Kong (17.8%)
5	6106900000	Blusas de otras materia textiles, de punto	0%	0%	15 (1.2%)	China (30.7%), Lituania (15.7%), Turquía (8.4%)
6	6111200000	Prendas y complementos para bebés de algodón, de punto	8.9%	0%	34 (0%)	China (57%), Bangladesh (10.9%)
7	6110111090	Suéteres de lana, de punto	10.7%	0%	23 (0.3%)	China (53.1%), Italia (5.8%), Polonia (5.7%)
8	6104410000	Vestidos de lana o pelo fino, de punto	0%	0%	6 (2.6%)	China (57.7%), Italia (10.9%), Lituania (5.5%)
9	6115940000	Las demás medias de lana o pelo fino, de punto	0%	0%	21 (0.3%)	China (33.4%), Portugal (16.2%), Turquía (14.6%)
10	6111901000	Prendas y complementos para bebés de lana o pelo fino, de punto	8.9%	0%	13 (0.5%)	China (21.8%), Alemania (20.5%), Lituania (19.4%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TradeMap
Elaboración. Promperú

- **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 qué 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.

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 el "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 la 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 impuesto al valor agregado (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 (4.7 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 8.3% del PBI y están focalizadas alrededor de las ciudades: Oslo, Bergen, Trondheim y Stavanger. La colaboración entre compañías ha cambiado la estructura de los supermercados en los últimos 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

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

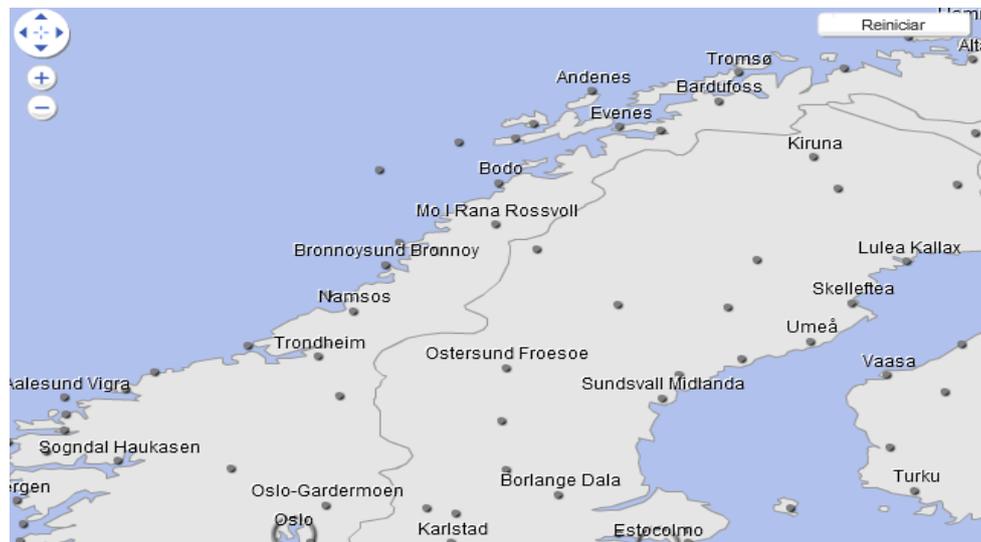
supermercados han registrado un crecimiento importante. A continuación se muestra los principales distribuidores en Noruega:

- 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, más de 800 aviones y aproximadamente 140 helicópteros.

Gráfico 3: Aeropuertos en Noruega (54)



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 estos corresponden a Oslo, Bergen, Borg Havn, Haugesund, Maaloy, Mongstad y Stavanger⁴.

5. Oportunidades Comerciales

5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

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. En julio de 2010 Perú suscribió el acuerdo en Lima. El Tratado de Libre Comercio con Noruega entró en vigencia el 1 de julio de 2012. El listado de productos beneficiados puede encontrarse en el siguiente enlace:

http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=87&Itemid=110

⁴<http://www.searates.com/>

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 región⁵.

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 2007 y 2011). 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 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

⁵ www.sice.oas.org

Cuadro N° 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 N° 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 que 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 Europa⁶.

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 2011

Gasto en consumo (Millones de US\$)	2000	2006	2011	2016	2020
Noruega	68,749	128,689	184,875	213,968	238,825
Sectores	Participación en el gasto en consumo (%)				
Alimentos y bebidas sin alcohol	14.7%	13.0%	13.3%	13.1%	13.0%
Bebidas alcohólicas y tabaco	4.7%	4.3%	4.3%	4.1%	4.0%
Ropa y calzado	5.6%	5.5%	5.3%	5.0%	5.0%
Vivienda	19.7%	21.3%	21.5%	22.4%	22.7%
Bienes y servicios del hogar	6.3%	6.0%	5.6%	5.3%	5.2%
Salud	2.7%	2.8%	2.8%	2.8%	2.9%
Transporte	15.3%	14.8%	14.9%	14.8%	14.7%
Comunicación	2.6%	3.1%	2.6%	2.7%	2.8%
Recreación y cultura	12.7%	12.9%	12.6%	12.0%	11.8%
Educación	0.5%	0.4%	0.4%	0.5%	0.6%
Restaurantes y hoteles	6.5%	5.9%	6.0%	6.3%	6.4%
Otros bienes y servicios	8.7%	9.9%	10.6%	10.9%	10.9%

Fuente: EuroMonitor

⁶Grupo Experian

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), los noruegos 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 tienen 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 2012

	<p style="text-align: center;">SKOSENTERET</p> <p>Fecha: 17.08.2012 - 19.08.2012 Organizador: Skogrossistersog Agenters Landforening Sector: Cuero y calzado Página web: http://www.skosenteret.no/</p>
	<p style="text-align: center;">AQUA-NOR International Aquaculture Conference and Exhibition</p> <p>Fecha: 14.08.2012 - 17.08.2012 Organizador: Nor-Fishing Foundation Sector: Pesca Página web: www.nor-fishing.no</p>

10. Fuentes

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