

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Oslo

# Notas Sectoriales

## El mercado de la trucha en Noruega

ICEX

## El mercado de la trucha en Noruega

Esta nota ha sido elaborada por Eleno Sánchez, Mario Alberto bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo

Junio 2008

## ÍNDICE

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
<b>II. OFERTA</b>	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	7
3. Importaciones	7
<b>III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>10</b>
<b>IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>11</b>
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>13</b>
<b>VI. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>14</b>
<b>VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>17</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>18</b>
1. Empresas	18
2. Ferias	19
3. Publicaciones del sector	19
4. Asociaciones	20
5. Otras direcciones de interés	22

### CONCLUSIONES

“A priori” parece muy difícil poder introducir trucha extranjera en el mercado noruego. La producción nacional es más que suficiente para cubrir el consumo y además es percibida como de calidad excelente por el consumidor noruego.

Los principales puntos de venta de trucha en el mercado noruego son los supermercados. En Noruega la figura del importador es esencial ya que es necesario contar con uno para introducir cualquier producto alimenticio, algunas de las grandes cadenas tienen incluso sus propios importadores.

Aunque noruega tiene uno de los mercados agroalimentarios más protegidos del mundo, la trucha no tiene ningún tipo de arancel. Lo que demuestra la fortaleza del país en este sector.

Exportar productos de consumo a Noruega es difícil en todos los casos. Los noruegos tienen muy arraigado el sentimiento nacionalista por lo que aprecian mucho sus propios productos, y los preferirán, a no ser que el producto importado sea novedoso o de mayor calidad. También dan prioridad a los productos procedentes de otros países nórdicos debido a los históricos lazos comerciales mantenidos entre ellos. Este efecto se acentúa en el caso de la trucha, y la pesca en general, al ser este sector uno de los pilares de la economía.

# I ■ DEFINICION DEL SECTOR

## 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Esta nota sectorial estudia las características del mercado de la trucha tanto procedente de piscifactorías como capturada.

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En el apartado siguiente se detallan las partidas arancelarias de la nomenclatura de Noruega (coincide en las 6 primeras cifras con la europea),

Partidas para la trucha criada en piscifactoría:

03.03.2102 → truchas con cabeza

03.03.2103 → otros cortes de trucha

Partidas para otros tipos de trucha que no procedente piscifactorías:

03.03.2109

# II. OFERTA

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

Enclavada en una de las regiones más desarrolladas de Europa, con una población reducida (4.737.000 habitantes) y unos recursos naturales privilegiados, Noruega se sitúa en los primeros puestos mundiales en cuanto a renta por habitante (aproximadamente 55.000 \$ de renta por paridad de poder adquisitivo en 2007), que se cifra en más del doble que la de la media de la Zona Euro. Ello no significa que no se puedan señalar problemas económicos a medio o largo plazo, pero la realidad es que se trata de una de las economías más saneadas del mundo. Así, mientras pueda contar con la importante renta del sector de los hidrocarburos (que, si bien las estimaciones oficiales dicen que ha alcanzado su pico, es decir el máximo de la producción, todavía seguirá a niveles similares a los actuales durante varias décadas) y efectúe una gestión política eficaz y transparente, este país tiene asegurada una estabilidad económica envidiable. La economía noruega continuará muy saneada, pero con tasas de crecimiento algo menores que en los últimos cuatro años. El crecimiento de la producción y de la productividad son todavía elevados y el mercado laboral sigue muy fuerte. Se espera que el crecimiento disminuya gradualmente.

El nivel de vida en noruega es uno de los mayores del mundo. Además de la renta por habitante, señalada anteriormente, en el Informe Sobre el Desarrollo Humano publicado anualmente por la ONU, Noruega apareció en el primer lugar desde el año 2001 hasta 2007, superado en 2007 tan sólo por Islandia. Noruega, por tanto, es uno de los países con mayor nivel de vida en todos los aspectos.

El horario de comidas en Noruega es distinto del español. Hacen 4 comidas al día: desayuno (frokost), almuerzo (lunsj), comida (middag) y cena (kvelsmat). La más importante y la principal es la comida y tiene lugar a media de tarde, después de trabajar, las otras tres son comidas ligeras y normalmente frías.

Los noruegos consumen fiambre sobre todo durante el lunch, en bocadillos o sandwiches pero también para desayunar o por la noche en la cena antes de irse a la cama.

### 2. PRODUCCIÓN LOCAL

La Industria del pescado en Noruega es muy fuerte. Durante muchos años, hasta el descubrimiento del petróleo a principios de los setenta, La pesca y sus industrias afines eran la principal fuente de riqueza de Noruega y es una de los sectores que ha experimentado mayor desarrollo. Noruega no solo abastece en casi su totalidad al mercado noruego si no que es uno de sus principales productos exportados. De hecho, si excluimos el petróleo y el gas, nuestras principales compras a Noruega son las recogidas en el capítulo de la pesca. En cuanto a la producción de piscicultura, Noruega también es uno de los países líderes, con aumentos sostenidos, debido a las nuevas tecnologías aplicadas y las fuertes inversiones en I+D+i que ha realizado en este sector, que compensan las paulatinas restricciones y descensos de producción de los caladeros tradicionales.

#### Noruega es un importante exportador de Trucha.

La producción de **piscicultura** de trucha y salmón supone la casi totalidad de la producción en Noruega. El pescado principal es el salmón, cerca de 88%, seguido de la trucha, con un 11% del total.

Producción de piscicultura (Toneladas)				
	2003	2004	2005	2006
Trucha	68.931	63.401	58.875	62.703
Salmón	509.544	563.914	586.512	629.888
Total	582.587	633.110	656.894	708.558

Por otro lado, el total de **capturas** de pescado en Noruega alcanza cifras que superan los 2,3 millones de toneladas. Aunque no se dispone de las cifras de la parte que corresponde a la trucha, las informaciones obtenidas del sector indican que es una mínima parte. Por lo que claramente la mayor parte de la trucha exportada proviene de la cría en cautividad.

### 3. IMPORTACIONES

Las importaciones de Noruega son reducidas con respecto a la producción nacional, nótese que los datos de importación están en kilogramos, frente a los de producción están en toneladas.

Trucha de piscicultura (kilos)				
	2003	2004	2005	2006
Dinamarca	359,8	0	49,7	3.676,8
Islandia	22,0	9,4	0	0

## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

Perú	20.893,5	22.641,8	20.158,2	10.533,6
Rusia	0	0	72,2	0
España	0	32,2	0	0
Estados Unidos	0	0	0	4.026,2
Alemania	0	0	0	8.512,7
Total	21.275,3	22.683,4	20.280,1	26.749,3

La importación de trucha supone apenas un 0,3% de la producción noruega. Por ello cabe decir que el hueco de mercado para la venta de producto extranjero es muy pequeño y es muy probable que las cifras de importación de este producto sean las provenientes de las pisciculturas que los propios noruegos ha establecido en otros países.

Noruega es uno de los principales en cuanto a inversiones extranjeras en este sector. Tendencia que es reciente y que incluye a España entre sus destinatarios.

La importación de trucha capturada es:

Trucha de río (kilos)				
	2003	2004	2005	2006
Dinamarca	0	0	31,1	62,4
Islandia	0	0	18,8	27,2
Reino Unido	11,9	0	0	0
Total	11,9	0	49,8	89,6

Como se puede ver la importación de este producto es insignificante y proviene fundamentalmente de sus tradicionales socios comerciales.

En cuanto al consumo en noruega:

Trucha (Toneladas), incluyendo ambas modalidades				
	2004	2005	2006	2007
Exportaciones	20.733,1	27.812,7	27.400,5	34.194,8
Importaciones	21,3	22,7	20,3	26,7
Producción	68.931,0	63.401,0	58.875,0	62.703,0
Consumo	48.219,2	35.611,0	31.494,8	28.534,9

## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

---

El consumo es inferior a la producción por lo que noruega abastece a su propio mercado y tiene sobrante para la exportación. Esto se confirma con las cifras de exportación, que son muy pequeñas en comparación al consumo. Además, según se ha podido constatar en el estudio de campo realizado, se ha detectado una marca, que comercializa trucha procedente de Perú. Sin embargo la empresa es Noruega, por lo que es probable que la mayoría de las importaciones correspondan a trucha procedente de empresas de piscicultura de capital y tecnología noruegas.

The logo consists of the word "ICEX" in a bold, sans-serif font, centered within a light gray rectangular border. The text is rendered in a light gray color, matching the border.

ICEX

## III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En principio el “potencial consumidor” de trucha no tiene un perfil determinado. El pescado es uno de los principales aportes proteínicos en la dieta noruega. Existe una gran tradición culinaria de pescado en Noruega.

De las cuatro comidas que se hacen al día en Noruega, desayuno, almuerzo, comida y cena, la comida es la que podría dar cabida a un plato de pescado cocinado. Esto es así ya que en las otras comidas se suele comer algo ligero y normalmente frío. Pero la trucha en sus otras modalidades que no necesitan cocinarse (ahumada, en salmuera etc.), también es apta para consumirla en el resto de las comidas (el desayuno, el almuerzo y la cena).

No se considera que los productos que se estudian en esta nota deban ir dirigidos a un segmento determinado del mercado en cuanto a gustos, aunque sí puede haber distinciones de consumo de sus diversas modalidades en función del poder adquisitivo. Normalmente la capturada al ser algo más cara es consumida por el sector de mayor poder adquisitivo.

Por ello, a continuación se da unas indicaciones generales sobre el mercado de consumo noruego.

Noruega es un país con unos 4.7 millones de habitantes cuya media de edad no llega a los 38 años. De estos, un 65.5% están comprendidos entre los 15 y 64 años y un 15% supera los 65 años. Esto es importante porque es en estos dos estratos donde reside el poder de compra. Es uno de los países más ricos del mundo gracias al petróleo. La población de Noruega tiene una renta disponible alta, sin embargo la parte destinada a la alimentación es baja, en línea con los países desarrollados. Un estudio del Instituto Noruego de Estadística muestra que el 11.5% del gasto familiar está destinado a la comida y bebida sin alcohol, por detrás del gasto destinado en ocio y cultura (12.6%), del gasto en transporte (17.3%), y por detrás del destinado a la casa y sus gastos (26.7%, el mayor gasto de los noruegos). Sin embargo, en los últimos años se están cambiando los hábitos y cada vez más se está desarrollando más una gastronomía sofisticada que hasta ahora ha sido considerada, incluso por los propios noruegos, como excesivamente simple.

## IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

En la observación directa (en fechas recientes) de las principales supermercados y tiendas noruegas (ICA, Rema, Rimi y Kiwi), donde se venden productos de pescado, se ha podido detectar la presencia de trucha en todos ellos. En general se presenta congelada y lomos enteros (en un caso la pieza entera con cabeza).

Producto	Supermercado	Precio (NOK/Kg)	Características
Filetes de trucha	Kiwi	139	Congelados
Filetes de trucha ahumada	Kiwi	194	
Filetes de trucha	Rimi	144	Congelados
Lomo de trucha	Rimi	80	Congelado
Trucha entera (con cabeza)	Rema	71,45	Procedente de Perú / Más pequeña

Para obtener una idea aproximada del escandallo del precio del producto hay que añadir al precio base todos los porcentajes incluidos en el siguiente cuadro, (que muestra un ejemplo genérico de un escandallo de precios en Noruega):

Concepto	Porcentaje aproximado
Transporte	5%
Margen del importador	Normalmente entre el 10% y 15%
Márgen del distribuidor	Entre el 10% y 15%, las tiendas pequeñas llegan a duplicar este porcentaje
Impuestos y aranceles	Los impuestos se explican a continuación, los aranceles se detallan en el punto VII.

## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

---

Los impuestos a los que estaría sometida la trucha son:

- IVA: 14%.
- Otro impuesto que soporta también el importador es el NP 200 (“food production duty” o matproduksjonsavgift) calculado también sobre el valor CIF de la cantidad importada: 1,46 coronas cada 100 kilogramos.

Por tanto sumados todos los impuestos, el IVA y el de la producción de comida, habría que pagar un total del 14% sobre el precio final en concepto de impuestos más 1,46 coronas por cada 100 kilos. En el contexto de la fiscalidad noruega, se puede afirmar que la trucha está poco gravada.

ICEX

# V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos españoles están presentes en sectores como el alimentario, moda y calzado y también hay empresas de servicios como inmobiliarias y de inversión.

El aceite, los vinos, las frutas y verduras, los fiambres y en general, todos los productos alimenticios procedentes de España son considerados de alta calidad por lo noruegos, aunque, normalmente, por debajo de los franceses e italianos. Hay que señalar que el noruego es muy nacionalista y si existe fabricación local del producto considerado normalmente lo prefieren al de importación. Los noruegos viajan mucho a España e incluso muchos tienen una segunda residencia allí y por lo que tienen un amplio conocimiento de los productos alimenticios españoles, algunos de los cuales son muy apreciados como el jamón, lo que puede ser una ventaja comparativa a la hora de introducir un producto nuevo en su mercado.

La idea que existe de España en noruega es de un país exportador de vino, frutas y verduras. En cuanto al vino, España es el primer exportador de vino espumoso a Noruega en volumen, aunque en valor el primer puesto es para Francia, debido al mayor precio de los productos franceses al gozar de una imagen de mayor calidad. Respecto a las frutas y verduras, España es el mayor exportador a Noruega y posiblemente sea líder en cuanto a imagen en el mercado.

Hay que comentar que los productos importados, a causa de los aranceles que se les imponen, saldrán al mercado con precios más elevados que los locales, aunque esto no se aplique a la trucha, cuyo comercio está desprotegido. Sin embargo, al gozar de un alto poder adquisitivo, el precio, aunque importante, no es el único factor determinante, ya que el noruego concede gran importancia a la calidad del producto. Afortunadamente la imagen de calidad de España para productos alimenticios es buena y al consumidor noruego no le importa gastarse más dinero si cree que le merece la pena, pero en el caso de la trucha no es claro que esto pueda aplicarse ya que lo que se percibe es que los noruegos consideran que sus truchas son de mayor calidad que las del resto del mundo.

No se puede decir que España tenga una imagen de país determinada (ni positiva ni negativa), en cuanto a la trucha se refiere, ya que al no ser un producto tradicional de nuestras exportaciones a este mercado nos encontraríamos ante una ausencia de imagen. Como se ha dicho antes, la imagen de entrada será de un producto de calidad al asociarlo con los otros productos alimenticios que se importan desde España. Por el contrario España si esta presente la idea de que España es un gran consumidor de pescados y mariscos como buen país mediterráneo.

## VI. DISTRIBUCIÓN

La población en Noruega está extremadamente dispersa con una densidad media de 13 habitantes por km<sup>2</sup>. Las cuatro ciudades más importantes totalizan tan sólo el 28% de la población del país. Este hecho junto al elevado costo de la mano de obra, la orografía del país, el clima, y las pequeñas cantidades transportadas, hacen que los costos de distribución en Noruega sean elevadísimos.

La distribución agroalimentaria en Noruega se caracteriza por la atomización de los puntos de venta, unos 9.000 en un país de unos 4.5 millones de habitantes, y una gran concentración en el sector mayorista / distribuidor.

Una de las características más significativas es que los distribuidores/importadores son muy pocos y reciben solicitudes de numerosos fabricantes de muchos países, por lo que son reacios a entablar negociaciones si no están convencidos de la cabida del producto en el mercado.

El mercado de la alimentación está dominado por las cadenas de supermercados, con casi un 75% de los establecimientos y un 90% de las ventas.

Hay cuatro grandes grupos que se reparten el mercado de la distribución a través de sus cadenas:

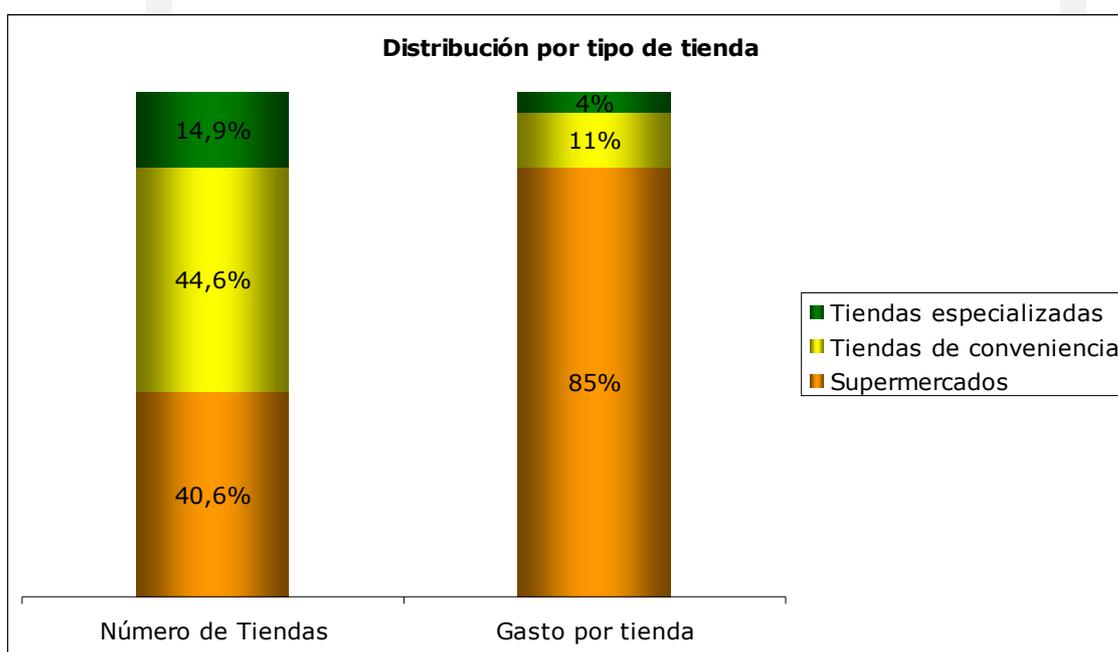
GRUPO DISTRIBUIDOR	CUOTA DE MERCADO	ESTABLECIMIENTOS
Norges Gruppen AS	34,2%	2.753
Coop Norge	20,3%	873
Reitan Handel	17,2%	974
Ica Norge	15,7%	818

## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

Cada uno de los grupos de distribución posee diferentes cadenas de supermercados y tiendas de conveniencia:

MAYORISTAS / DISTRIBUIDORES	CADENAS DE DISTRIBUCIÓN
Norges Gruppen AS	Spar, Meny, Kiwi, Joker, Nærmat, Nærbutikkene Norge
Ica Norge	Rimi, Ica Supermarked, Maxi, Ica Supermat.
Coop Norge	Coop Mega, Coop OBS, Coop Prix, Coop Marked.
Reitan Handel	Rema 1000, Narvessen, 7-Eleven

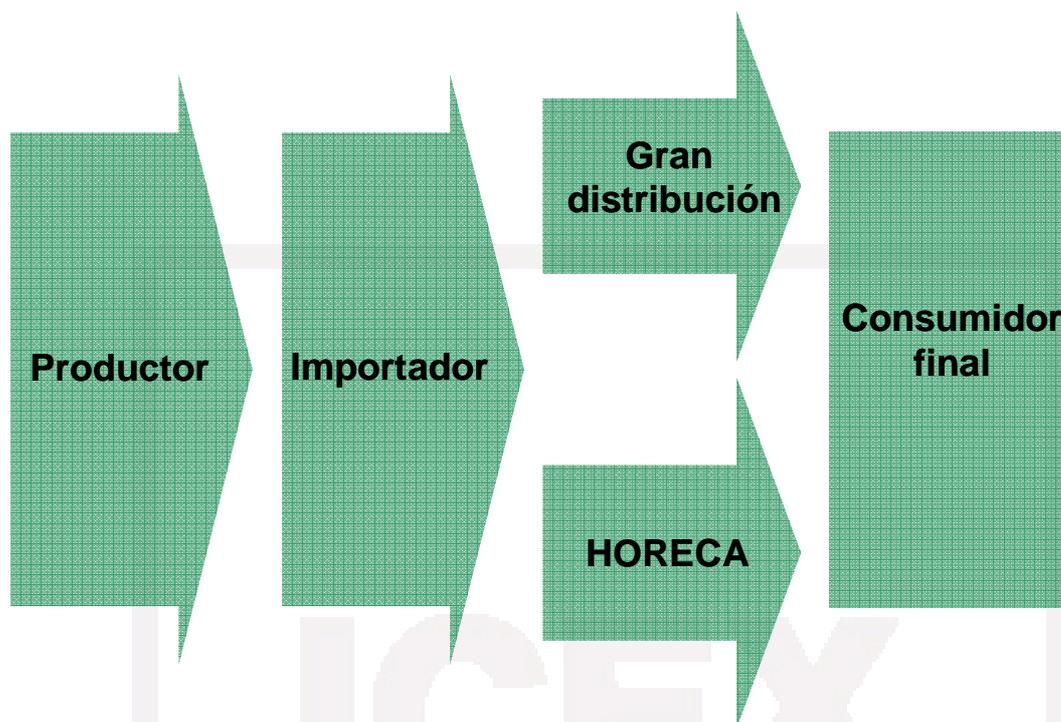
La distribución está muy concentrada, como se puede ver en el siguiente gráfico.



## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

---

El esquema de acceso al mercado sería:



Como se puede observar para introducir un producto alimenticio es necesario contar con un importador noruego. Esto es así ya que para importar alimentos a Noruega hace falta estar registrado (y haber obtenido la aprobación de las autoridades) como importador de alimentos.

## VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

### **Aranceles:**

La trucha es uno de los pocos productos que no tiene ningún tipo de arancel.

Esto es reflejo de la fortaleza de los productos noruegos en el mercado nacional, ya que este país tradicionalmente destaca en la protección que aplica a sus mercados agroalimentarios.

En Noruega, el importador es responsable de los productos que introduce en el mercado y habitualmente se hace cargo de la mayoría de los tramites, por eso es requisito para importar estos productos presentar el documento V5 100, que es una “declaración de intenciones” por la que el importador, normalmente, debe informar a las autoridades de su intención de introducir estos productos al país.

### **Etiquetado y envasado:**

En lo relativo al etiquetado, debe figurar la marca registrada, nombre y dirección del fabricante, la lista de ingredientes, el contenido neto, el lote y fecha de caducidad.

Es importante destacar que el idioma empleado debe ser el noruego o en su defecto, otra lengua escandinava (según la regulación nº 1385 del 21 de Diciembre de 1993 sobre etiquetado de alimentos. Más información en la página de Internet: [www.lovddata.no](http://www.lovddata.no) ) Para más información sobre el etiquetado: [www.mattilsynet.no](http://www.mattilsynet.no).

# VIII. ANEXOS

## 1. EMPRESAS

### **Naustvik**

Att: Morten Finstad  
Interesado en sus productos.

Stålfjæra 18  
Importa truchas de arroyo de  
0975 Oslo  
España

Tel: 22 90 18 00

Mail: [mfi@naustvik.no](mailto:mfi@naustvik.no)

### **Nora Seefood**

Att: Reidar Kristiansen

Ankerveien 36

0785 Oslo

Tel: 88 10 22 00/ 67 59 19 20

Fax: 67 58 11 73

Mail: [reidar@noraseafood.no](mailto:reidar@noraseafood.no)

### **BM Food**

Att: Nygaard

Postboks 102

1344 Haslum

Tel: 67 81 88 40/91322929

Podrían estar interesados en trucha asalmonada fileteada.

Importa truchas de España.

Carne roja es importante para el mercado noruego.

Podrían estar interesados en sus productos, siempre que estén fileteados y envasados.

## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

---

Fax: 67 53 36 36

Mail: [nygaard@bm-food.no](mailto:nygaard@bm-food.no)

### **Norfrost AS**

Att : Terje Wulff

Økern Torgvei 71a

1344 Haslum

Tel : 23 37 62 20

Fax : 23 37 20 21

Mail : [terje@norfrost.no](mailto:terje@norfrost.no)

Interesado en trucha asalmonada y fileteada.

### **Norice Seefood**

Att : Tore Hamre

Apotekergården

3810 Gvarv

Tel : 35 95 64 40

Mail : [tore@hoki.no](mailto:tore@hoki.no)

Importan diferentes pescados de varios paises.

## **2. FERIAS**

Las ferias más importantes sobre el sector pesquero son Nor-Fishing y Aqua Nor. Ambas están organizadas por "The Nor-Fishing Foundation" (Fundación de la Pesca en el Norte) y se celebran en años alternos:

### **AQUA NOR**

Feria del sector de la piscicultura donde se encuentran exhibiciones de equipos, tecnología y conferencias. Se celebra a mediados de agosto cada dos años (años impares).

<http://www.nor-fishing.no/typeside.php?typen=1>

### **NOR-FISHING**

Feria sobre la pesca más importante de Noruega. Se exponen barcos, material para la pesca, equipo de procesamiento y almacenamiento de pescado. Se celebran a mediados de agosto cada dos años (años pares).

<http://www.nor-fishing.no/typeside.php?typen=2>

## **3. PUBLICACIONES DEL SECTOR**

### **HANDELSBLADET-FK**

## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

---

Publicación sobre el comercio en Noruega.

[www. Handelsbladet.no](http://www.Handelsbladet.no)

### **FRITT KJØPMANSKAP**

Postboks 2482 Solli

0202 Oslo

Telf: +47 22 41 00 14

Fax: +47 22 33 32 23

### **MATLYST**

Postboks 1169 Sentrum

0102 Oslo

Telf: +47 21 30 10 00

Fax: +47 21 30 12 16

### **DAGLIVAREHANDELEN**

[www. Daglivarehandelen.no](http://www.Daglivarehandelen.no)

### **VÅRT BLAD**

Postboks 1173 Sentrum

0107 Oslo

Telf: +47 22 89 95 00

Fax: +47 22 41 14 72

### **GLAD I MAT**

[www.glaimat.no](http://www.glaimat.no)

Postboks 6500 Rodeløkka

0501 Oslo

Telf: +47 23 05 52 34

Fax: +47 22 15 90 50

## **4. ASOCIACIONES**

### **STATENS LANDBRUKSFORVALTNING**

## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

---

Asociación alimentaria noruega, organismo encargado de regular el mercado alimentario noruego.

Avdeling handel og industri

Stortingsgaten, 2B

Postboks 8140 Dep, 0033 Oslo

Tel.: 00 47 24 13 10 00

Fax: 00 47 24 13 10 05

E-mail: [postmottak@slf.dep.no](mailto:postmottak@slf.dep.no)

Web site: [www.slf.dep.no](http://www.slf.dep.no) (sólo en noruego)

Formulario para solicitar la reducción de aranceles:

<http://www.slf.dep.no/ic2000/Central/Archive/dokumenter/handel/raavaredeklarasi.pdf>

### **NORSK KJØTT**

Asociación de los productores nacionales de carne. Sus productos salen al mercado bajo la marca Gilde.

[www.gilde.no](http://www.gilde.no)

### **KJØTTBRANSJEN**

Asociación de los transformadores cárnicos nacionales. Ofrecen información sobre el sector cárnico en Noruega.

[www.KLF.no](http://www.KLF.no)

### **BRANSJEFORENING FOR STORKJØKKENLEVERANDØREER I NORGE**

Asociación de los profesionales del sector HORECA.

Roar Sollie Essnor & Co. A/S

Postboks 121 1322 Høvik

Telf: +47 62 81 74 33

Fax: +47 62 81 91 51

### **DAGLIGVARELEVERANDØRENES FORENING**

Asociación de los distribuidores del sector alimentario noruego.

[www.DLF.no](http://www.DLF.no)

### **NÆRINGSMIDDELINDUSTRIENS LANDFORENING**

## EL MERCADO DE LA TRUCHA EN NORUEGA

---

Asociación de productores del sector alimentario noruego.

Essendropsgt. 6

0368 Oslo

Tel: 23 08 87 00

Fax: 23 08 87 24

### 5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

<b>Institución</b>	<b>Dirección de Internet</b>
Instituto Noruego de Estadísticas	<a href="http://www.ssb.no">www.ssb.no</a>
Información país de la CIA	<a href="http://www.odci.gov/cia/publications/factbook">www.odci.gov/cia/publications/factbook</a>
Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE)	<a href="http://www.oecd.org">www.oecd.org</a>
Portal del Instituto Español de Comercio Exterior	<a href="http://www.ICEX.es">www.ICEX.es</a>
Portal Oficial de Comercio de Noruega	<a href="http://www.nortrade.com">www.nortrade.com</a>
Autoridad para el Control de los Alimentos	<a href="http://www.snt.no">www.snt.no</a>
Portal de los Aranceles Noruegos y otros Impuestos Especiales.	<a href="http://www.toll.no">www.toll.no</a>
Organismo Estatal encargado de administrar las cuotas a la importación.	<a href="http://www.slf.dep.no">www.slf.dep.no</a>
Página del departamento de agricultura noruego, subastas electrónicas.	<a href="http://auksjon2.slf.dep.no/">http://auksjon2.slf.dep.no/</a>
Página con un directorio de páginas sobre el sector pesquero en Noruega	<a href="http://www.norway.com/aquaculture/">http://www.norway.com/aquaculture/</a>
Página oficial sobre el sector pesquero en Noruega.	<a href="http://www.fisheries.no/">http://www.fisheries.no/</a>
Instituto de investigación marina de Noruega	<a href="http://www.imr.no/english/main">http://www.imr.no/english/main</a>
Instituto de investigación de la piscicultura noruego	<a href="http://www.akvaforsk.no/english/index.html">http://www.akvaforsk.no/english/index.html</a>
El fondo noruego para la investigación de la pesca y la piscicultura	<a href="http://www.fiskerifond.no/">http://www.fiskerifond.no/</a>
Página de una consultora noruega, sección piscifactorías.	<a href="http://www.sintef.no/content/page2____693.aspx">http://www.sintef.no/content/page2____693.aspx</a>