



DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL

Noruega

2019



Contenido

1.	Resumen ejecutivo	3
2.	Información general	3
3.	Situación económica y de coyuntura	4
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas	4
3.2.	Evolución de los principales sectores económicos	5
3.3.	Nivel de competitividad	5
4.	Comercio exterior de bienes	6
4.1.	Intercambio comercial de Noruega con el mundo	6
4.2.	Intercambio comercial de Noruega con Perú	7
5.	Acceso a mercado	8
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias	8
5.2.	Otros impuestos aplicados al comercio	10
6.	Oportunidades Comerciales	12
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	12
6.2.	Productos con potencial exportador	13
7.	Tendencias del Consumidor	17
8.	Cultura de Negocios	17
9.	Links de interés	18
10.	Eventos comerciales	18
11.	Bibliografía	19

1. Resumen ejecutivo

El país de Noruega cuenta con un estimado de 5.3 millones de habitantes en 2018 un aumento de 817,000 personas desde el año 2000, y una economía creciente con un 1.4% de aumento en el PBI y un PBI per cápita de alrededor de US\$ 75.000 por persona con paridad de poder adquisitivo, según las cifras declaradas en 2018.¹ Cabe destacar que la economía noruega ha sido uno de los mejores del mundo durante más de 15 años. Sin embargo la economía se desaceleró bruscamente cuando la caída de los precios del petróleo condujo a una fuerte caída en la inversión.

La economía de Noruega experimentará un sólido crecimiento en 2019. La inversión petrolera debería mantenerse fuerte con efectos positivos en las industrias continentales. Las previsiones de inversión también son positivas. La inversión en vivienda se está recuperando después de su debilidad en 2018. El crecimiento continuo del empleo, junto con el crecimiento negociado de los salarios del 3,2% en la industria manufacturera, debería respaldar los ingresos y el consumo de los hogares. El crecimiento del PIB real será del 2.2% anual en 2020 antes de caer a alrededor del 1.7% en 2026.

Por el lado comercial, las exportaciones Noruega al mundo registraron un valor exportado de US\$ 122,972 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 20.6% con respecto al mismo periodo del año anterior. No obstante, las importaciones registraron un valor de US\$ 87,626 millones, lo cual significó un crecimiento de 2.5% en ese mismo año.

2. Información general



²Noruega, oficialmente llamado Reino de Noruega está situado en el norte de Europa y es el sexto más extenso del continente, se encuentra encuadrada en la región de Escandinavia, junto con Suecia y Dinamarca.

Su capital es la ciudad de Oslo, cabe mencionar que el gobierno noruego se considera una monarquía constitucional, donde las funciones del rey son principalmente ceremoniales, pero posee una influencia como el símbolo de unión nacional. Es la segunda ciudad más poblada del país además de ser su centro político, económico y cultural. Según el censo del 21 de noviembre de 2018, su población era de 673 469 habitantes. Cabe destacar que Oslo es un importante centro económico del sector marítimo en Europa y cuenta aproximadamente con 980 compañías y 8500 empleados en el sector.

El estado noruego es el mayor productor de petróleo y gas natural del mundo fuera del Medio Oriente. El país no es miembro de la Unión Europea, pero forma parte del mercado interior a través del acuerdo Espacio Económico Europeo (EEE), por lo tanto, las empresas noruegas tienen las mismas oportunidades que las que son miembro de la UE.

En relación a su idioma está compuesto por: Bokmal y el Nynorsk noruego (oficial), así como otros dialectos minoritarios de habla sami y finlandesa. Por otro lado, con respecto a la religión que predomina en dicho país, se compone bajo el siguiente enfoque: Evangélica Luterana 70.6%, musulmana 3.2% y otros como católica romana y cristiana entre otros.

¹ Fuente: Euromonitor - Country Profile Norway

² Fuente: CIA World Factbook (2018)

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

De acuerdo al portal Santander Trade (2018), se menciona que la economía de Noruega que después de experimentar dos años de recesión económica, la economía noruega está recuperándose del shock petrolero. El crecimiento del PBI, que aumento a 1.9% en 2017, se ubicó por encima del 2% (2.1% según las estimaciones del FMI, 2.2% según estadísticas de Noruega) debido a la fuerte demanda interna, la mejora de la inversión empresarial y el aumento de las exportaciones. El crecimiento debería mantenerse robusto en torno al 2.1% en 2019.

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2016	2017	2018*	2019*	2020*
Crecimiento del PBI (%)	1.2%	2.0%*	1.4%	2.0%	1.9%
PBI per cápita (US\$)	70,703	75,513	81,694	79,733	81,407
Tasa de inflación (%)	3.6%	1.9%	2.8%	1.9%	1.7%
Tasa de desempleo (%)	4.7%	4.2%	3.9%	3.7%	3.7%

Fuente: FMI (Octubre, 2019) Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú *Estimado³

Los precios más bajos del petróleo han limitado el desempeño económico de Noruega, pero el crecimiento aún debería ser sólido en 2019. Se espera que el crecimiento del PIB real sea del 2,0% en 2019, frente al 1,4% de 2018. La inversión en petróleo debería mantenerse fuerte con efectos positivos en las industrias del continente. Las previsiones de inversión de la industria petrolera mundial, a la que Noruega exporta tanto manufactura como servicios, también son positivas. La inversión en vivienda también se está recuperando después de su debilidad en 2018. El crecimiento continuo del empleo, junto con el crecimiento negociado de los salarios del 3,2% en la manufactura, debería respaldar los ingresos y el consumo de los hogares.

La inflación será del 2.2% en 2019 después del crecimiento del 2.8% en 2018. El banco central ha reducido su objetivo de inflación al 2.0% (anteriormente 2.5%). Las tasas de interés se han mantenido bajas debido a los precios más bajos del petróleo y las perspectivas de crecimiento ligeramente más débiles en el extranjero, aunque subieron al 1.0% en marzo de 2019, y se prevé que aumenten aún más.

El consumo final privado aumentó 2.0% en términos reales en 2018 y se pronostican ganancias de 1.5% para 2019. El gasto del consumidor se ve respaldado por una modesta caída en el desempleo. La deuda de los hogares sigue aumentando desde niveles ya elevados (alrededor del 224% del ingreso disponible), lo que representa una amenaza para el gasto del consumidor.

El mercado laboral se está fortaleciendo. El desempleo fue del 3.9% en 2018 y caerá al 3.6% en 2019. Se espera que disminuya aún más en el futuro ya que el gobierno gastó NOK 900 millones para crear nuevos empleos. El crecimiento salarial en el sector no petrolero debería recuperarse ligeramente en los próximos años a medida que se alivian las restricciones impuestas en 2017. Las tasas de participación están disminuyendo gradualmente, principalmente por razones demográficas. El crecimiento de la productividad ha sido relativamente lento durante varios años.⁴

1 USD = 9.13566 NOK US Dollar ↔ Corona Noruega 1 USD = 9.13566 NOK 1 NOK = 0.109480 USD
1 PEN = 2.69562 NOK Peruvian Sol ↔ Corona Noruega 1 PEN = 2.69562 NOK 1 NOK = 0.370973 PEN

³ Fuente: Fondo Monetario Internacional (FMI) - 2018

⁴ Fuente: Euromonitor - Country Profile Norway (2019).

3.2 Evolución de los principales sectores económicos⁵

El sector de extracción de petróleo y gas natural de Noruega representa más del 50% de todas las exportaciones, el 80% de los ingresos del estado y alrededor del 20% del PIB. Cuando los precios del petróleo cayeron a sus niveles más bajos, más de la mitad de los campos costa afuera del país se volvieron antieconómicos. Como resultado, los productores de petróleo y las empresas de servicios recortaron alrededor de 50,000 empleos. Sin embargo, la industria reanudó la contratación y la inversión en 2017 cuando los precios del petróleo comenzaron a aumentar y la tendencia al alza continuó en 2018.

El sector agrícola es muy pequeño. La agricultura proporciona empleo al 2.1% de la fuerza laboral. Noruega está bajo presión para reducir la cantidad de ayuda financiera brindada a sus agricultores. Una ola de adquisiciones y fusiones ha llevado a economías de escala con un sector altamente concentrado e integrado verticalmente. La pesca representa aproximadamente el 10% de las exportaciones totales y es una parte integral de la cultura política y social del país. Noruega aporta alrededor de 2.5 millones de toneladas de pescado cada año y es el mayor proveedor de Europa. La producción agrícola cayó en 2018, debido a un verano seco.

La fabricación representa el 7.7% del PIB y emplea al 8.5% de la fuerza laboral. El sector representa aproximadamente un tercio de todas las exportaciones en un año típico. Los costos de mano de obra en la manufactura son muy altos, superando los costos comparables en Alemania y los EE. UU. En más del 30%. Como resultado, las industrias no petroleras a menudo enfrentan fuertes presiones competitivas. Las tasas de utilización de la capacidad continúan aumentando y la inversión se está recuperando.

El sistema bancario es rentable y se mantiene fuerte. Sin embargo, algunos bancos tienen una exposición considerable a industrias problemáticas. La elevada deuda de los hogares y los precios de las viviendas sobrevalorados son preocupaciones. En la industria turística, el valor real de los ingresos recibidos por turismo y viajes de negocios aumentó un 0.6% en 2018. Se espera una disminución de 0.2% en 2019.

3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para Noruega, Perú y otros países que integran el bloque Alianza Pacífico⁶.

Cuadro N° 02 Facilidad para hacer negocios 2019

Criterios	Noruega	Perú	Colombia	México	Chile
Global Rank	7	68	65	54	56
Apertura de un negocio	22	125	100	94	72
Manejo permiso de construcción	22	54	89	93	33
Obtención de electricidad	19	67	80	99	36
Registro de propiedades	13	45	59	103	61
Obtención de crédito	85	32	3	8	85
Protección de los inversionistas minoritario	15	51	15	72	64
Pago de impuestos	30	120	146	116	76
Comercio transfronterizo	22	110	133	66	71
Cumplimiento de contratos	3	70	177	43	49
Insolvencia	5	88	40	32	51

Fuente: Doing Business Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú. (Consultado Octubre, 2019)

Del cuadro N° 02, se puede mencionar que el país de Noruega, se encuentra en el puesto Nro.7 del Ranking Global. De los cuales destaca en algunos criterios como “cumplimiento de contratos”, “Resolución de insolvencia”, “Registro de propiedades”, entre otros.

⁵ Fuente: Euromonitor – Country Profile Norway (2018)

⁶ Fuente: Doing Business (2019)

4. Comercio exterior de bienes

4.1. Intercambio comercial de Noruega con el mundo⁷

Noruega tiene una economía muy abierta, el comercio representa el 68.5% del PIB (2018 - Banco Mundial). Tradicionalmente, el país exporta productos de uso intensivo de energía e importa artículos de alta tecnología. El país se encuentra entre los 20 principales exportadores de petróleo y el segundo mayor exportador de gas natural y productos del mar en el mundo. En general, Noruega se encuentra entre los 25 mayores exportadores mundiales (excluyendo el comercio entre países de la UE). Los productos industriales (barcos, plataformas petroleras, etc.) constituyen cerca del 10% de las exportaciones totales. Noruega importa principalmente artículos manufacturados (maquinaria, camiones transportadores, tecnología de la información), que representan el 40% de todas las importaciones.

Cuadro N° 03
(Millones de US\$)

Comercio Exterior	2014	2015	2016	2017	2018	TCP%	Var%
						2014-2018	2018/2017
Exportaciones	144,611	104,800	89,628	101,976	122,972	-4.0	20.6%
Importaciones	89,439	77,193	72,810	85,526	87,626	-0.5%	2.5%
Balanza Comercial	55,172	27,607	16,819	16,450	35,345	-10.5%	114.9%
Intercambio Comercial	234,051	181,993	162,438	187,502	210,598	-2.6%	12.3%

Fuente: TradeMap (Octubre 2019). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

De acuerdo a la estadística de TradeMap (2018), las exportaciones de Noruega al mundo registraron un valor exportado de US\$ 122,972 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 20.6% con respecto al mismo periodo del año anterior. Asimismo, según Euromonitor (2018) señala, que se pronostica que las exportaciones aumentarán un 0.5% en 2019. El debilitamiento del crecimiento en Europa está limitando las exportaciones.

Las exportaciones representaron 28,2% del PIB en 2018. Las exportaciones (valoradas en dólares) aumentaron un 17,4% en 2018. En 2019, se pronostica que las exportaciones aumentarán un 0.5%. Cabe mencionar que el debilitamiento del crecimiento en Europa está limitando las exportaciones.

En 2018, el 82.0% de las exportaciones de Noruega fueron a la UE. Noruega es el duodécimo mayor exportador mundial de petróleo crudo. Los combustibles minerales (principalmente petróleo y gas natural) representaron el 53.0% de las exportaciones en 2018.

Noruega participa en el mercado único a través de su membresía en el Espacio Económico Europeo, pero no está en la unión aduanera de la UE. Oslo también espera establecer una relación formal con los países de la ASEAN. Noruega ha disfrutado de un cómodo superávit en cuenta corriente durante algún tiempo. En 2018, el superávit fue del 8,1% del PIB, pero en 2019 se espera que se amplíe al 6,6% del PIB a medida que las exportaciones se debiliten.⁸

Por otro lado en el 2018, las importaciones registraron un valor de US\$ 87,626 millones, lo cual significó un crecimiento de 2.5%. Entre los principales proveedores del mercado de Noruega se encuentran países como Suecia, el cual registro un valor de US\$ 10,581 millones y un crecimiento de 7.8% en relación a similar periodo del año anterior, con una participación del 12%, seguido de otros mercados como Alemania (US\$ 9,542 millones/ +0.6%), China (US\$ 8,755 millones/ +4.1%), Estados Unidos (US\$ 7,095 millones/ +22.0%), y Dinamarca (US\$ 4,786 millones/ +3.7%). El principal producto importado por Noruega a SA06 son Los demás vehículos, propulsados únicamente con motor eléctrico (US\$ 2,257 millones/ +42.9%) en el 2018.

⁷ Fuente: TradeMap (2018)

⁸ Fuente: Euromonitor – Country Profile Norway (2019)

4.2. Intercambio comercial de Noruega con Perú⁹

Las exportaciones de Perú al mercado de Noruega totalizaron un valor de US\$ 62 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 87.0% en relación a similar periodo del año anterior. No obstante para ese mismo año, el intercambio comercial entre ambos países fue de US\$ 80 millones, lo cual significó un crecimiento del 37.2% en relación al año anterior.

Cuadro N° 04

Información Comercial: Noruega - Perú (US\$ Millones)							
Indicadores	2014	2015	2016	2017	2018	TCP. % 14-18	Var. % 18/17
Exportaciones de Perú a Noruega	102	33	30	33	62	-11.7%	87.0%
Importaciones de Perú desde Noruega	20	40	14	25	18	-2.3%	-28.1%
Balanza Comercial	82	-7	16	8	44	-	-
Intercambio Comercial	122	74	44	59	80	-9.9%	37.2%

Fuente: SUNAT. (Octubre 2019). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Un dato clave que se debe señalar es que en el año 2018, el mercado de Noruega se ubicó en el puesto N° 41 como destino de las exportaciones peruanas. No obstante, en ese mismo año un total de 73 empresas exportaron 103 productos (HS10), y cuyo principal envío fue grasas y aceites de pescado y sus fracciones por un valor de US\$ 34 millones en el 2018.

El sector tradicional totalizó un valor de US\$ 36 millones, lo cual significó un crecimiento de 121.5% en relación al mismo periodo del año anterior, este crecimiento se ve sustentado a mayores envíos de aceite de pescado con una participación del 54% del total exportado a Noruega. Asimismo, el sector no tradicional totalizó un monto de US\$ 26 millones, lo cual significó un crecimiento de 53.9%, este crecimiento se ve sustentado por envíos del sector textil que tuvo una participación del 36%.

Cuadro N° 05

Exportaciones por sectores económicos (Millones de US\$)			
SECTOR	2017	2018	Var% 18/17
TRADICIONAL	16	36	121.5%
Aceite de Pescado	14	34	134.7%
Café	2	2	17.6%
NO TRADICIONAL	17	26	53.9%
Textil	13	22	74.2%
Agropecuario	4	2	-5.8%
Químico	1	1	-39.3%
Pieles y Cueros	2	1	400.9%
Pesquero	0	0	36.2%
Varios (inc. Joyería)	1	0	-35.5%
Minería no metálica	0	0	74.6%
Metal-Mecánico	1	0	-96.4%
Maderas y Papeles	0	0	12.2%
TOTAL GENERAL	33	62	87.0%

Fuente: SUNAT. (Consultado, Octubre 2019).
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

⁹ Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPerú

En el año 2018, se exportaron 101 productos (HS10) no tradicionales al mercado de Noruega. Entre estos principales productos no tradicionales destacan Los demás hilados de lana o pelo fino (US\$ 9 millones), Hilados de lana o pelo fino para venta (US\$ 6 millones), Hilados de pelo fino peinado sin acondicionar (US\$ 3 millones), Hilados de lana peinada no para venta (US\$ 2 millones) y Uvas frescas (US\$ 2 millones) entre otros. Cabe destacar que los cinco principales productos no tradicionales representan el 86% del total exportado en el 2018.

A continuación, se muestra el siguiente cuadro N°6, el cual resume los 10 principales productos no tradicionales exportados al mercado de Noruega. Cabe destacar, que se tomó como base de selección los 10 principales productos no tradicionales exportados en el año 2018.

Cuadro N° 06

Noruega: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)									
Partida	Descripción*	2014	2015	2016	2017	2018	TCP. % 2014-2018	Var.% 18/17	Part.% 2018
5109900000	– Los demás hilados de lana o pelo fino	4	6	2	4	9	24.8%	148.1%	36%
5109100000	– Hilados de lana o pelo fino para venta	6	6	3	3	6	-1.2%	116.9%	23%
5108200000	– Hilados de pelo fino peinado sin acond.	4	3	5	2	3	-5.8%	25.2%	11%
5107100000	– Hilado de lana peinada no para venta	1	2	4	2	2	25.3%	-8.9%	8%
0806100000	– Uvas frescas	2	2	1	1	2	0.1%	55.7%	8%
5105391000	– Pelo fino cardado o peinado de alpaca	-	-	0	0	1	-	90.5%	2%
0811909100	– Mango	0	0	0	0	0	31.0%	2.4%	1%
5107200000	– Hilados de lana peinada sin acond.	0	0	0	0	0	44.9%	-7.9%	1%
2001909000	– Demás hortalizas, frutas	0	1	0	0	0	-10.3%	-43.0%	1%
0709200000	– Espárragos, frescos o refrigerados	0	0	0	0	0	17.0%	71.3%	1%
Resto		4	3	3	3	2	-14.9%	-37.1%	7%
TOTAL GENERAL		21	23	18	17	26	5.4%	53.9%	100%

Fuente: SUNAT. (Consultado, Octubre 2019). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

5. Acceso a mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias¹⁰

El sistema arancelario noruego está basado en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías firmado el 14 de junio de 1983 en Bruselas, así como en sus protocolos derivados, que ha instituido la comúnmente conocida como nomenclatura HS.

La mayor parte, con mucha diferencia del comercio noruego se realiza en régimen de franquicia arancelaria en el marco de acuerdos de integración regional. Los aranceles n.m.f. aplicados a los productos industriales son por lo general moderados ya que arroja un promedio del 5.6%; este porcentaje experimentará una nueva reducción, a lo largo de un periodo de cinco años, en virtud del compromiso contraído por Noruega en la Ronda Uruguay de reducir un 44% su promedio arancelario, ponderado en función del comercio con respecto a los productos industriales.

Noruega no cuenta con “foreign trade zones” y no está previsto el establecimiento de ninguna en un futuro. Es firmante del Acuerdo Económico Europeo (EEE) con la Unión Europea (UE), que cubre productos industriales pero no agrícolas.¹¹

El sector agropecuario se diferencia de otros sectores por el mayor nivel de aranceles y subvenciones. Hay una serie de factores que dificulta la producción agropecuaria noruega, por lo que el gobierno mantendrá cierta flexibilidad en la política comercial agropecuaria para compensar las desventajas a que se enfrenta el sector.

En el caso de importaciones procedentes de países del Espacio Económico Europeo (EEE), sólo están sujetos a arancel los productos agroalimentarios. Es necesario en todo caso el pago del IVA en el momento de realizar la importación, cuyo tipo general se sitúa en el 25% (hay un tipo reducido del 15% para alimentación y otro del 12% para el transporte), que se reduce al 15% para productos agroalimentarios.

¹⁰ Fuente: OMC - Examen de Políticas Comerciales: Noruega

¹¹ Fuente: ICEX – Guía de País: Noruega

Cuadro N° 07

Noruega : Preferencias arancelarias para Perú para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (% Part.) 2018	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	510990	Hilados con un alto contenido de lana o pelo fino	2	Rumania (37%) China (28%) Italia (3%)	0%	0%
2	510910	Hilados con un contenido de lana pelo fino >=85%	1	China (19%) Italia (16%) Suecia (6%)	0%	0%
3	510820	Hilados de pelo fino peinado (exc. de lana y acondicionados para la venta por menor	1	Bolivia (18%) Italia (9%) Rumania (7%)	0%	0%
4	510710	Hilados de lana peinada, con un contenido de lana >=85%	4	Austria (24%) Alemania (17%) República Checa (16%)	0%	0%
5	080610	Uvas frescas	4	Sudáfrica (39%) España (25%) Italia (11%)	0%	0%
6	510539	Pelo fino, cardado o peinado (exc. lana y pelo de cabra de cachemira)	1	Dinamarca (0.2%) Suecia (0.2%) Bélgica (0.0%)	0%	0%
7	081190	Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados	7	Polonia (27%) Suecia (27%) Lituania (7%)	33.4%	0%
8	510720	Hilados de lana peinada, con un alto contenido en lana, pero < 85% en peso	8	Alemania (44%) Italia (29%) República Checa (17%)	0%	0%
9	200190	Legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas preparados o conservados	2	Turquía (16%) Alemania (10%) Estados Unidos (18%)	0%	0%
10	070920	Espárragos, frescos o refrigerados	1	España (15%) México (12%) Italia (7%)	0%	0%

Fuente: TradeMap – Market Access Map (Consultado, Octubre 2019). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Medidas No Arancelarias¹²

Noruega es miembro de la Espacio Económico Europeo y aplica todas las normativas de la Unión Europea en materia de política comercial, excepto en lo relativo a pesca y agricultura. Noruega no impone muchas restricciones a las importaciones, salvo en el sector agrícola, muy protegido por tarifas arancelarias elevadas, restricciones cuantitativas y barreras técnicas. Los productos que contienen elementos de origen animal requieren un certificado de la autoridad competente en el país de origen. Un certificado sanitario o de salud es necesario para productos de origen animal, animales vivos y plantas. Además, se solicita un certificado fitosanitario para la mayoría de las verduras, frutas y material de origen vegetal. Los productos de la pesca deben mostrar un certificado de captura.

Hay varios productos que necesitan una licencia de importación, por ejemplo la ropa y los productos de biotecnología, que se enfrentan a una legislación más restrictiva que la que se aplica en los países de la UE.

La importación de alimentos debe de realizarse por un importador registrado como tal ante la autoridad pertinente. La importación de vino y bebidas alcohólicas se caracteriza además por estar sujeta a un régimen especial muy restrictivo

¹² Fuente: OMC - Examen de Políticas Comerciales: Noruega

por motivos de salud pública, estando autorizados únicamente a dicha actividad los importadores registrados como importadores ante el Ministerio de Sanidad. La venta al público de bebidas alcohólicas con un volumen superior al 5% sólo está permitida en los puntos de venta del monopolio estatal de vinos (Vinmonopolet). El sector HORECA (hoteles y restaurantes) puede vender bebidas para su consumo dentro de sus instalaciones, contando para ello con la correspondiente licencia.

En ocasiones, no se publican las normas o regulaciones técnicas en noruego e inglés, sino sólo en el idioma local, siendo utilizado este en estos casos como una barrera de entrada al mercado.

5.2 Otros impuestos aplicados al comercio¹³

De acuerdo con la información facilitada por la representación permanente de la Unión Europea en Noruega, las principales barreras detectadas son:

Requisitos técnicos para la importación de vinos

El mercado y el plan de productos establecido requieren que algunos vinos cumplan con ciertas técnicas de producción. Estos criterios son más restrictivos que la normativa de la Unión Europea sobre la organización común del mercado vitivinícola. Dicha normativa hace referencia al Reglamento 1493/1999/EC y al Reglamento 1622/2000/EC, en relación con los intercambios comerciales de productos del sector vitivinícola con terceros países y a la organización común del mercado vitivinícola, introduciendo un código comunitario de prácticas y tratamientos enológicos.

La distribución de vino, bebidas espirituosas y cervezas de alta graduación se lleva a cabo por medio del Vinmonopolet (monopolio estatal de bebidas alcohólicas). La distribución de los productos se realiza por medio de dos modalidades: oferta en su red de tiendas u oferta por catálogo. Las marcas que se distribuyen a través de la primera modalidad corresponden a aquellas que tienen mayor aceptación por el público y por tanto más volumen de ventas

Aunque nuestros productores vitivinícolas cumplen con la gran mayoría de los criterios exigidos, algunos de ellos, como los referentes a la contratación temporal y al medio ambiente, pueden suponer unas barreras al comercio difíciles de superar para las pymes españolas. Algunos requisitos técnicos, como normas de fabricación, se justifican por el Vinmonopolet como respuesta a la demanda local.

Por otro lado, Noruega tiene prohibida la emisión de anuncios de bebidas alcohólicas en las cadenas televisivas del país. La Unión Europea ha instado a Noruega a que retire el veto sobre los contenidos emitidos desde fuera del país, de acuerdo a la Directiva 2007/65/CE.

Muestras de bebidas alcohólicas

Noruega es miembro de la Convención Internacional para facilitar la importación de muestras comerciales y material de publicidad. Por norma general, las muestras de valor reducido se pueden introducir en los países exentos de carga arancelaria. Igualmente, si las muestras están destinadas a fines promocionales, existe la posibilidad de ejecutar temporalmente una exención del pago, aunque las mercancías se deberán declarar inmediatamente a la llegada al país.

Sin embargo, debido a la interpretación que hace Noruega de la ley que prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas, las muestras de vino enviadas para fines promocionales deben pagar todas las tasas y aranceles sobre su valor comercial. Además, otra limitación en el caso concreto de las catas de vinos, es que en Noruega no está permitido importar vino si no es a través de un importador con licencia, lo que puede resultar paradójico si el objetivo de la cata es promocionar el vino y conseguir importadores.

¹³ Régimen Arancelario y Reglamentación en Noruega

Cambios de Nomenclatura

Algunos Estados Miembros se han quejado por el cambio de numeración de algunas partidas arancelarias (ha afectado a algún tipo de planta y flor). Este cambio ha implicado en la práctica un importante aumento del arancel, al ser asignado un dígito con una carga arancelaria muy superior.

Aranceles en el sector de la agricultura

El Acuerdo EEE no amplía el mercado único a la agricultura y la pesca. Las posibilidades de exportación de productos agrícolas de la UE a Noruega siguen estando muy limitadas por los elevados aranceles aduaneros y por las cuotas existentes. El promedio de aplicación de las tarifas agrícolas asciende al 57,8% en Noruega (15% en la UE) y en los sectores sensibles los derechos de aduana con frecuencia pueden llegar al 300-500%. A pesar de las claras disposiciones del Acuerdo EEE para la liberalización progresiva del comercio en la agricultura, la posición de Noruega no ha variado o ha empeorado. Como ejemplo de ello señalar el cambio de arancel específico a ad valorem, con incrementos efectivos previstos de hasta el 300% desde 1 de enero de 2013, sobre ciertos quesos y carne de vacuno y cordero.

Las posibilidades de exportación de la Unión Europea de productos agrícolas transformados PAT a Noruega también están muy limitadas. A pesar de que el protocolo 3 del artículo 19 del Acuerdo sobre el EEE prevé consultas anuales para asegurarse de que los términos se adaptan a la evolución del mercado, sólo ha habido una ronda de liberalización del comercio bilateral en virtud de este protocolo en el año 2004, desde la entrada en vigor del Acuerdo EEE en 1994. En la última revisión del acuerdo en abril de 2012, el sector agrícola noruego pidió mayores tasas a la importación de algunos productos como el queso o carne, materializada en octubre de 2012.

No obstante, la mayor cooperativa productora de queso en Noruega trasladará sus premisas de producción a Irlanda como consecuencia de que la Organización Mundial de Comercio haya ordenado que Noruega deje de subsidiar la producción de queso de tipo jarlberg en este país.

Obligación de sistemas electrónicos para control de peajes en camiones

El pasado 4 de diciembre de 2014 las autoridades noruegas comunicaron la obligación para todos los vehículos de más de 3,5 tn de disponer de dispositivos electrónicos para peajes homologados en Noruega, desde 1 de enero de 2015, con fuertes multas en caso de incumplimiento. Se está estudiando la compatibilidad de esta medida con el Acuerdo de Espacio Económico Europeo y en qué medida puede considerarse una barrera comercial, siendo preocupante el escaso margen de tiempo con que se ha comunicado esta medida.

Diferentes criterios entre las autoridades noruegas respecto a las referencias presentadas en licitaciones

La división geográfica del país en diferentes zonas, en las que en cada una la autoridad disfruta de gran autonomía, conduce a aplicar diferentes criterios según regiones. Es el caso de Statens Vegvesen y sus delegaciones regionales. Se ha dado el caso de que, en algunas direcciones territoriales de Statens Vegvesen (administración pública de carreteras), las empresas de construcción españolas instaladas en el país no se reconocen como referencias realizadas las obras terminadas por filiales de empresas españolas, no pudiéndose exhibir, en estos casos, como obras propias finalizadas, más que las obras realizadas en Noruega, lo que limita sus posibilidades dado que muchas están empezando en el país y sólo tienen obras realizadas en otros países en los que se han instalado como empresa local.

Obligación de permanencia en la tramitación de permisos para trabajadores extranjeros en la construcción

El pasado día 11 de septiembre de 2015, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales ha presentado una propuesta, que podría ser autorizada el 11 de diciembre de 2015, según la cual todo trabajador extranjero en el sector de la construcción deberá obtener antes de iniciar sus trabajos en el país, la identificación denominada HSM (Salud, Seguridad y Medioambiente) y las tarjetas de residencia y permiso de trabajo. El hecho de que mientras se tramita, y esto puede durar más de seis semanas, no puedan trabajar implicará un coste de residencia y alimentación adicional

al coste previsto por las empresas españolas que han ganado concursos en infraestructuras del transporte en Noruega y prevén la remisión a este país de un número considerable de trabajadores españoles. Parece que la aprobación de esta propuesta ha quedado paralizada de momento.

Reglamentación laboral y especificaciones técnicas

La presión sindical durante dos décadas de gobiernos socialdemócratas ha posibilitado la creación de una amplia reglamentación de protección laboral que incluye horarios, salarios, condiciones técnicas, sanitarias, medioambientales y de seguridad, entre otras, con las que es fácil, al exigir su cumplimiento mediante una continua inspección, que las empresas extranjeras aumenten sus costes salariales en beneficio de empresas y trabajadores noruegos.

Adicionalmente, las especificaciones técnicas que exigen las licitaciones de los contratos de obras públicas en Noruega suelen ser un poco excesivas, en ocasiones obligan a subcontratar materiales, servicios o mano de obra locales y van más allá de lo posible en un país en el que la inexistencia de una oferta industrial variada y amplia conlleva que los precios sean manejados por pocas empresas en cada subsector. Sería preciso que las empresas españolas contasen con ello a la hora de establecer los precios en que concursan, pues se pueden llevar algunas sorpresas. También sería necesario que las autoridades noruegas rebajasen sus propuestas proteccionistas y permitiesen a las empresas extranjeras trabajar libremente.

Idioma noruego

Por otro lado, aunque los pliegos fundamentales de las licitaciones de infraestructuras suelen ser en inglés, y en ese idioma deben ser presentadas las licitaciones correspondientes, esto no es así en las últimas fases de las licitaciones en que las empresas españolas se pueden encontrar con que sus técnicos deben pasar un examen oral sobre los aspectos técnicos del proyecto presentado en idioma noruego y sin ayuda de traducción; adicionalmente, es corriente encontrar que las reglamentaciones técnicas adicionales que deben cumplir los trabajos que se licitan están en noruego. De esta manera la administración noruega utiliza su idioma como barrera de entrada. Por un lado desea la concurrencia de empresas internacionales, pero por otro lado el lobby de empresas de la construcción noruega es lo suficientemente potente como para llegar a imponer el idioma noruego en estas fases de las licitaciones.

6. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) – European Free Trade Association (EFTA) de la cual forman parte Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia, se firmó en Reykjavic el 24 de Junio de 2010 y en Lima el 14 de Julio de 2010; El TLC entró en vigencia con Suiza y Liechtenstein el 1° de Julio de 2011 y con Islandia el 1° de Octubre de 2011. El Tratado de Libre Comercio con el Reino de Noruega Entró en vigencia El 1° de julio de 2012.

Adicionalmente se han firmado Acuerdos Bilaterales sobre Agricultura con Islandia, Noruega, y Suiza, los cuales entran en vigencia en la misma fecha que el Tratado de Libre Comercio con los países correspondientes.

En este Tratado se negociaron los siguientes capítulos: Comercio Electrónico, Productos Agrícolas, Pesca, Reglas de Origen, Asuntos Aduaneros, Facilitación del Comercio, Reconocimiento de Proveedores de Servicios, Inversiones, Colaboración Científica, Compras Públicas.

Los principales productos de exportación a los estados del EFTA son: oro, aceite de pescado, minerales de cobre, productos pesqueros y agropecuarios, espárragos, textiles, paltas; siendo Suiza el principal destino de estas exportaciones.

En el 2010 los estados del EFTA ha sido el tercer mercado de destino de exportación de productos Peruanos. Los Estados del EFTA no forman parte de la Unión Europea.

El intercambio comercial entre Perú y los países que conforman el grupo EFTA ha presentado una tendencia creciente en los últimos diez años (2000-2010), registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 20%. El 97% de este intercambio está representado por las exportaciones y el restante 3% por las importaciones.

El saldo comercial registra un amplio superávit para el Perú con una tendencia significativamente creciente durante el periodo en estudio (2000-2010), resultado que se asocia a un incremento anual promedio de 21% para las exportaciones.

6.2 Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al país de Noruega. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Singapur (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, 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”. De otra parte, 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”.

Sector agropecuario

Sector agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
220210	Agua, incl. el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar	Estrella	118	0%	Países Bajos (25%) Suecia (16%) Alemania (16%)
220299	Bebidas no alcohólicas (excepto agua, los jugos de frutas o de hortalizas, leche o cerveza)	Estrella	81	0%	Países Bajos (32%) Alemania (15%) Dinamarca (12%)
080440	Aguacates “paltas”, frescos o secos	Estrella	60	0%	Chile (17%) México (14%) España (9%)
220300	Cerveza de Malta	Estrella	47	0%	México (16%) Dinamarca (10%) Estonia (10%)
080522	Clementinas	Estrella	46	18.51%	España (66%) Israel (18%) Sudáfrica (11%)
080510	Naranjas frescas o secas	Estrella	42	20.67%	España (76%) Sudáfrica (11%) Italia (4%)
220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico >=80% vol.	Estrella	36	118.89%	Estados Unidos (%) Brasil (%) Países Bajos (%)
081190	Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de azúcar	Estrella	23	0%	Polonia (27%) Suecia (27%) Lituania (7%)
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados	Estrella	21	0%	Tailandia (14%) Francia (12%) China (10%)
080550	Limones “Citrus limón, citrus limonum” y limas “citrus aurantifolia”	Estrella	20	15.59%	España (40%) Brasil (20%) Sudáfrica (11%)

Fuente: TradeMap (Octubre 2019).

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

La agricultura en Noruega representa el 2% del PBI y emplea al 2.04% de la fuerza laboral. Cabe destacar que el gobierno noruego tiene un rol importante en el sector agrícola ya que realiza subsidios muy significativos.

Los productos peruanos cuyos mercados se encuentran en crecimiento en Noruega y son considerados por la metodología de "Priorización y Segmentación" como productos estrellas son: Agua mineral y gaseada con adición de azúcar, Bebidas no alcohólicas, Aguacates (paltas) frescos o secos, cerveza de malta, frutos comestibles sin cocer, congelados y frutas comestibles de plantas, preparados o conservados, a su vez estos productos presentan un arancel preferencial de 0%.

Sector pesquero

Sector pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
160419	Preparaciones y conservas de pescado, enteros o en trozos	Estrella	22	0%	Dinamarca (30%) Suecia (22%) Alemania (17%)
160414	Preparaciones y conservas de atún, de listados y de bonito, enteros o en trozos	Estrella	11	0%	Tailandia (84%) Vietnam (10%) Filipinas (2%)
160432	Sucedáneos de caviar, preparados con huevas de pescado	Estrella	6	0%	Suecia (68%) Dinamarca (23%) Corea del Sur (2%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Setiembre 2019).
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

En 2017, la UE sigue siendo el mayor comerciante mundial de productos de la pesca y la acuicultura. El volumen comercial entre la UE y el resto del mundo superó al de China en más de 2.3 mil millones de euros. Las principales especies consumidas en la UE (atún, bacalao, salmón, abadejo de Alaska y camarones) representaron el 43% del mercado en 2016. Estas especies se importaron principalmente de países no pertenecientes a la UE.

Las importaciones procedentes de países no pertenecientes a la UE alcanzaron un máximo de 10 años de 25.300 millones de euros, principalmente debido al aumento de las importaciones de sepias y calamares congelados, principalmente de India y China, y de atún barrilete preparado / conservado de Ecuador.

El pescado salvaje continuó predominando en el mercado de productos de mar de la UE, representando el 76% del consumo per cápita total, es por ello que la UE sigue siendo el mayor comerciante mundial de productos de la pesca y la acuicultura.

Cabe destacar que la pesca es una actividad importante en el mercado Noruego así como el gran impacto económico que tiene el sector dentro de su economía, ya que es el segundo mayor exportador de productos del mar después de China. Según entrevista por Salmoexpert al ministro de Pesca de Noruega declaró que por "Primera vez, el valor de exportación del salmón noruego a China es el más importante, seguido del bacalao, la caballa, y el abadejo.

Los productos pesqueros peruanos con valor agregado cuyos mercados se encuentran en crecimiento en Noruega y son considerados por la metodología de "Priorización y Segmentación" como productos estrellas son: Preparaciones y conservas de pescado, en presentación de enteros o en trozos, Preparaciones y conservas de atún, de listados y de bonito, bajo la misma presentación y Sucesáneos de caviar preparados con huevas de pescado cabe mencionar que estos tres productos presentan un arancel preferencial de 0%.

Sector textil y confecciones

Sector Textil y Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
620342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos	Estrella	124	0%	Bangladesh (20%) Turquía (18%) China (15%)
611030	Suéteres "jersey", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil, de punto, de fibras	Estrella	120	0%	China (51%) Bangladesh (15%) Turquía (6%)
611020	Suéteres "jersey", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil, de punto, de algodón	Estrella	117	0%	China (33%) Bangladesh (23%) Turquía (12%)
610990	T-shirts y camisetas de punto de materia textil (exc. de algodón)	Estrella	117	0%	China (33%) Lituania (12%) Turquía (10%)
611011	Suéteres "jersey", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil, de punto, de lana	Estrella	75	0%	China (61%) Italia (5%) Bangladesh (5%)
611595	Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de algodón.	Estrella	29	0%	China (40%) Turquía (23%) Pakistán (9%)
610462	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón para mujeres	Estrella	27	0%	Bangladesh (27%) China (22%) Camboya (10%)
610443	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)	Estrella	27	0%	China (43%) Turquía (9%) Alemania (9%)
610510	Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños (exc. camisones, "T-shirts" y camisetas)	Estrella	17	0%	China (32%) Bangladesh (19%) Vietnam (11%)
611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos "p.ej., profesional, deportivo, etc.")	Estrella	17	0%	China (45%) Turquía (8%) Alemania (7%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Setiembre 2019).
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

La industria textil en Noruega se encuentra en crecimiento. Cabe mencionar que Noruega tiene una larga tradición en la importación de ropa y otros textiles. Se resalta que otros países europeos han comenzado a desempeñar un papel más importante en cuanto al comercio y exportación de textiles a Noruega. Según estadísticas noruegas (SSB), en 2018 la importación Noruega de prendas de vestir y accesorios ascendió a un total de US\$ 2,450 millones.

Entre los productos peruanos que tendrían potencial en el mercado Noruega destacan Pantalones largos, con peto o cortos, Suéteres "jersey", "pullover", cardiganes de punto de fibra y de punto de algodón, T-shirts de algodón, Medias y calcetines, vestidos de punto de fibras sintéticas, Camisas de punto de algodón y Prendas de vestir para usos específicos, a su vez que estos presentan un arancel preferencial del 0%.

Sector manufacturas diversas

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
740811	Alambre de cobre refinado, con la mayor dimensión de la sección transversal	Estrella	89	0%	Suecia (79%) Francia (20%) Ecuador (1%)
392010	Placas, láminas, hojas y tiras de polímeros no celulares de etileno	Estrella	146	0%	Suecia (27%) Finlandia (16%) Alemania (16%)
440929	Madera, incl., frisos para parqués, sin ensamblar, perfilados longitudinalmente	Estrella	24	0%	Suecia (24%) Lituania (17%) Dinamarca (15%)
392330	Bombonas "damajuanas" botellas, frascos y artículos simil. Para transporte o envasado.	Estrella	82	0%	Suecia (39%) Lituania (16%) Países Bajos (8%)
700721	Vidrio contrachapado, de dimensiones y formatos que permitan su empleo en automóviles	Estrella	26	0%	Bélgica (22%) Alemania (14%) Polonia (13%)
392350	Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos	Estrella	55	0%	Suecia (30%) Países Bajos (18%) Alemania (15%)
360300	Mechas de seguridad; cordones detonantes; cebos y capsulas fulminantes; inflamadores; detonadores	Estrella	33	0%	Suecia (27%) Canadá (20%) Suiza (19%)
340290	Preparaciones tensoactivas, para lavar, incl., las preparaciones auxiliares de lavado y preparaciones de limpieza	Estrella	74	0%	Suecia (21%) Dinamarca (17%) Alemania (15%)
340220	Preparaciones tensoactivas, para lavar, incl., las preparaciones auxiliares de lavado y preparaciones de limpieza (exc. acondicionadas p)	Estrella	95	0%	Reino Unido (22%) Dinamarca (21%) Suecia (12%)
380892	Fungicidas (exc. mercancías de subtítulo 3808.50)	Estrella	21	0%	Francia (35%) Alemania (30%) Reino Unido (20%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Octubre 2019). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Cabe destacar que entre las principales importaciones del sector manufacturero Noruego en el 2018 fueron automóviles de turismo y demás vehículos concebidos principalmente para transporte de personas (excepto la partida 8702), incluidos los del tipo familiar (break station wagon) y los de carreras, que representan el 7.41% seguido por Construcciones y sus partes que representan el 4.84% de las importaciones totales de Noruega.

Los productos peruanos que se encuentran en crecimiento en Noruega y son considerados por la metodología de "Priorización y Segmentación" como productos estrellas son: Alambre de cobre refinado, Placas, laminas y tiras de polímeros, Maderas, incluido frisos para parqués, Bombonas, botellas, frascos y artículos similares, Vidrio contrachapado, Tapones, tapas y capsulas, Mechas de seguridad, Preparaciones tensoactivas para limpieza y Fungicidas, cabe mencionar a su vez éstos productos presentan un arancel preferencial de 0%.

7. 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 26 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 Europa.

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.

8. 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 pié 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.

9. Links de interés

- Ministerio de Relaciones Exteriores
<http://www.mfa.gov.tr/default.en.mfa>
- 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 privado:
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>

10. Eventos comerciales

Cuadro N° 13. Ferias en Noruega

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
SKO & Veskemessen	Industria de Cuero y Calzado	Noruega - Oslo	07 al 09 febrero 2020	https://www.skosenteret.no/
SMAK 2020	Diseño de interiores, Equipamiento hostelería, Mobiliario	Noruega - Oslo	03 al 06 marzo 2020	http://www.smakmessen.no/
Hagemessen	Diseño de interiores, industrias forestales, Pesca, Agricultura, Ganadería, Jardinería	Noruega - Oslo	17 al 19 abril 2020	http://www.hagemessen.no/
AQUA NOR	Industria de la Acuicultura	Noruega - Oslo	24 al 27 agosto 2021	https://www.aqua-nor.no/

Fuente: TradeFairDates, nferias. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

11. Bibliografía

- Acuerdos Comerciales del Perú: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Market Access Map: www.macmap.org
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Santander Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- World Trade Organization: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tpr_s.htm