

# El mercado de los Embutidos y el Jamón en Noruega

# El mercado de los Embutidos y el Jamón en Noruega

Este estudio ha sido realizado por Araceli Durbán Almansa bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo.

Febrero 2005

## **ÍNDICE**

<b>I. CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>II. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
<b>III. OFERTA</b>	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	8
3. Importaciones	8
4. Competidores	13
<b>IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>14</b>
<b>V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>16</b>
<b>VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>18</b>
<b>VII. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>19</b>
<b>VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>21</b>
<b>IX. ANEXOS</b>	<b>24</b>
1. Empresas	24
2. Ferias	29
3. Publicaciones del sector	29
4. Asociaciones	30
5. Otras direcciones de interés	31

# I. CONCLUSIONES

- ❑ Los noruegos aprecian mucho sus propios productos. Además, el Acuerdo del Espacio Económico Europeo no incluye los productos agrícolas y transformados, de forma que la importación de muchos de ellos (el jamón entre otros) está sujeta a contingentes arancelarios y a elevados impuestos. Periódicamente se negocian con Bruselas estas barreras, aunque los progresos son moderados.
- ❑ Otra forma de proteger la producción nacional, en este caso de productos cárnicos, ha sido la formación de una cooperativa o asociación de productores nacionales, *Norsk Kjøtt*, que venden todos sus productos bajo una misma marca (*Gilde*). De esta forma, los productos nacionales, están representados por una marca más fuerte, con mayor presencia en los mercados, y que actualmente es líder del mercado.
- ❑ Los noruegos, aunque tienen un PIB per cápita de los más altos del mundo, no destinan gran parte de esta renta en alimentación. No dan a la gastronomía la importancia que nosotros le damos en España.
- ❑ La mayoría de marcas de jamón, embutidos y fiambres en general, que se encuentran en los puntos de venta son noruegas. Las marcas extranjeras provienen tan sólo de España e Italia. Los productos españoles tienen menos presencia en los lineales que los italianos ya que éstos últimos son más conocidos, aunque ambos son percibidos como productos de calidad.
- ❑ Noruega fabrica también un jamón curado de cerdo (*spekeskinke*), y otro de cordero (*fenalår*), que incluso llega a exportar. España, Suecia, Dinamarca e Italia son, en este orden, los mayores suministradores de jamón a Noruega. De estos cuatro países procedió más del 90% del total del jamón importado en 2004.
- ❑ La concentración de las importaciones noruegas de embutidos es significativa. Dinamarca contó con más del 68% de éstas en 2004. España, siendo el quinto mayor exportador, tan sólo cuenta con el 3% del volumen total.

# II. DEFINICION DEL SECTOR

## 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente Nota Sectorial abarca el estudio del jamón curado y los embutidos en Noruega.

Noruega importa *jamón curado* tanto con hueso como sin hueso, no obstante los noruegos suelen comprarlo en lonchas y envasado. De hecho, en los lineales, normalmente, no se encuentran jamones enteros.

Por *embutidos* se entiende todo tipo de preparados cárnicos introducidos en tripas, vejigas, estómagos, piel o envolturas similares o sin envoltura pero moldeados en forma cilíndrica. Estos productos pueden estar crudos, cocidos o ahumados. En Noruega los embutidos que se consumen son los fiambres, productos que no necesitan ser cocinados, así que generalmente cuando hablemos de embutidos nos referiremos a estos últimos.

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

El arancel noruego (cuya clasificación por partidas coincide con el español en los seis primeros dígitos) clasifica los embutidos y jamones curados en las siguientes partidas:

**02.10.1100 Jamón curado con hueso.** Incluye los jamones, paletas y sus trozos sin deshuesar.

**02.10.1900 Jamón curado deshuesado o sin hueso.** Incluye los jamones, paletas y sus trozos sin huesos.

**16.01.0000 Embutidos.** Incluye embutidos y productos similares, de carne, de despojos o de sangre como las salchichas, salchichones, embutidos de hígado, morcillas y butifarras, chorizo, longaniza, sobrasada, mortadela y productos análogos, patés y cremas en envoltura de embutido y preparaciones alimenticias a base de estos productos.

**16.02.0000** Demás preparaciones y conservas de carne, de despojos o de sangre, no incluidos en el capítulo anterior.

Para información más específica sobre las partidas nos remitimos al código Taric.

# III. OFERTA

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

Pese a su gran tradición pesquera los noruegos consumen más carne que pescado. Noruega cuenta con unos 4,5 millones de habitantes que, según recientes estudios, cada vez consumen más productos cárnicos.

Algunos datos macroeconómicos de Noruega:

- Población: 4.574.560 habitantes
- Población urbana: 75%
- PIB per cápita: 37.800 USD
- Moneda: Corona noruega (Nok). 1 € = 8.3 Nok
- Tasa de desempleo : 4.7 %
- Usuarios de Internet: 2.280.000

FUENTE: CIA Factbook, enero 2005

El horario de comidas en Noruega es distinto del español. Hacen 4 comidas al día: desayuno, lunch, comida y cena. La más importante y la principal es la comida y tiene lugar a media de tarde.

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.

Puesto que no se facilita la producción nacional noruega de jamón y embutidos, y por tanto no es posible medir el tamaño del mercado, se presenta la evolución del saldo comercial de las distintas partidas para su estudio.

## EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA

CUADRO 1: Saldo comercial del Jamón sin hueso (02.10.19) en kilos.

	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	5.032	3.865	2.923	15.390	14.528
Importaciones	69.207	79.480	87.507	125.298	320.359
Saldo Comercial	-64.175	-75.615	-84.584	-109.908	-305.381

FUENTE: Centro de estadísticas de Noruega ([www.ssb.no](http://www.ssb.no))

Las exportaciones de jamón sin hueso de Noruega (SpekeSkinke) son mucho menores que las importaciones. Mientras que las exportaciones han sido menores año tras año hasta el 2003, en que aumentaron enormemente, las importaciones han seguido una tendencia de constante crecimiento.

CUADRO 2: Saldo comercial del Jamón con hueso (02.10.11) en kilos.

	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	10.548	7.570	7.851	3.264	17.880
Importaciones	36.095	56.622	69.544	157.402	214.431
Saldo Comercial	-25.547	-49.052	-61.693	-154.138	-196.551

FUENTE: Centro de estadísticas de Noruega ([www.ssb.no](http://www.ssb.no))

Igual que antes, las exportaciones de jamón con hueso son bastante menores que las importaciones. Sin embargo para este producto la cantidad exportada se está reduciendo cada año, así que el déficit comercial de la partida es cada vez mayor.

CUADRO 3: Saldo comercial de Embutidos (16.01.00) en kilos.

	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	512.784	1.387.641	1.317.639	1.759.072	1.049.343
Importaciones	104.254	129.456	118.030	210.270	1.749.877
Saldo Comercial	408.530	1.258.185	1.199.609	1.548.802	700.534

FUENTE: Centro de estadísticas de Noruega ([www.ssb.no](http://www.ssb.no))

El caso de los embutidos es el contrario, el superávit es cada vez mayor.

**CUADRO 4:** Saldo comercial de otros preparados cárnicos (16.02.00) en kilos.

	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones	380.919	400.304	360.772	332.054	405.604
Importaciones	262.149	315.301	490.837	696.714	894.568
Saldo Comercial	118.770	85.003	-130.065	-364.660	-489.504

FUENTE: Centro de estadísticas de Noruega ([www.ssb.no](http://www.ssb.no))

En el caso de otros preparados cárnicos la diferencia entre importaciones y exportaciones es más pequeña que para las otras partidas. Hubo superávit en esta partida hasta el 2002 cuando las exportaciones comenzaron a decrecer.

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

Aunque no se dispone de datos sobre la producción local de jamón curado ni de otros productos cárnicos, sí se sabe que la producción noruega de carne aumenta cada año aproximadamente un 5% según datos del Instituto noruego para el estudio económico de productos agrícolas y ganaderos (NILF), dependiente del Ministerio de Agricultura.

El tipo de embutidos que producen en Noruega son: principalmente salami, del que se hay distintas variedades, también tienen algunos tipos de salchichones y peperoni, siendo éste producto es menos común.

Como ya se ha dicho, producen jamón curado (*spekeskinke*) que es muy parecido al español en apariencia aunque el corte es menos alargado y de menos calidad.

Otro producto noruego muy parecido al jamón, tanto en apariencia como en la forma de consumirlo, es el *fenalår*, paletas de cordero curadas.

Los productos locales inundan los supermercados dejando poco hueco para las importaciones.

## 3. IMPORTACIONES

En el sector cárnico noruego el volumen de las importaciones equivale, aproximadamente, al 10% de la producción local, es decir que el mercado noruego principalmente se autoabastece.

A continuación se presenta la evolución de las importaciones noruegas, ordenadas por volumen del año 2004, de las partidas arancelarias.

## EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA

**CUADRO 5:** Importaciones Noruegas de Jamón sin hueso ( 02.10.19 ) en Kg.

PAÍS	2000		2001		2002		2003		2004	
Suecia	5.898	9%	7.987	10%	7.840	9%	17.587	7%	140.014	44%
Dinamarca	40.722	59%	55.706	70%	49.267	56%	54.940	44%	89.342	28%
Italia	17.396	25%	14.506	18%	19.623	22%	39.533	32%	57.018	18%
<b>España</b>	<b>53</b>	<b>0%</b>	<b>451</b>	<b>1%</b>	<b>9.346</b>	<b>11%</b>	<b>17.587</b>	<b>14%</b>	<b>25.838</b>	<b>8%</b>
Finlandia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5.873	2%
Francia	2.344	3%	410	1%	918	1%	3.292	3%	1.809	1%
Holanda	408	1%	420	1%	649	1%	708	1%	465	0%
Alemania	518	1%	0	0%	57	0%	263	0%	0	0%
Reino unido	1.868	3%	0	0%	167	0%	63	0%	0	0%
Otros	0	0%	0	0%	0	0%	56	0%	0	0%
Japón	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>69.207</b>	<b>100%</b>	<b>79.480</b>	<b>100%</b>	<b>87.507</b>	<b>100%</b>	<b>125.298</b>	<b>100%</b>	<b>320.359</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Centro de Estadísticas de Noruega ([www.ssb.no](http://www.ssb.no))

Analizando los datos anteriores, observamos algunos aspectos importantes:

Primero el aumento continuado del volumen total de importaciones de jamón sin hueso que pasa de los 69.207 Kg. en 2000 a 320.359 Kg. en 2004, lo que supone un incremento de más del 360%.

Las importaciones procedentes de España siguen la misma tendencia con un incremento del 480% en los cinco años.

Hay una alta concentración de las importaciones. El 98% del total de las importaciones proviene de 4 países: Suecia que cuenta con el 44% de las importaciones, Dinamarca con el 28%, Italia con el 18% y España con el 8 %.

**CUADRO 6:** Importaciones Noruegas de Jamón con hueso (02.10.11) en Kg.

PAÍS	2000		2001		2002		2003		2004	
<b>España</b>	<b>5.313</b>	<b>15%</b>	<b>8.358</b>	<b>15%</b>	<b>14.516</b>	<b>21%</b>	<b>79.385</b>	<b>50%</b>	<b>154.994</b>	<b>72%</b>
Italia	19.999	55%	34.443	61%	44.967	65%	57.914	37%	37.500	17%
Dinamarca	8.140	23%	12.140	21%	8.408	12%	15.692	10%	12.593	6%
Suecia	672	2%	1.407	2%	1.232	2%	4.092	3%	7.878	4%
Francia	713	2%	274	0%	224	0%	319	0%	1.466	1%
Holanda	0	0%	0	0%	157	0%	0	0%	0	0%
Japón	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Reino Unido	678	2%	0	0%	40	0%	0	0%	0	0%
Alemania	580	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>36.095</b>	<b>100%</b>	<b>56.622</b>	<b>100%</b>	<b>69.544</b>	<b>100%</b>	<b>157.402</b>	<b>100%</b>	<b>214.431</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Centro de Estadísticas de Noruega ([www.ssb.no](http://www.ssb.no))

En cuanto a las importaciones de Jamón con hueso tenemos que remarcar:

Primero, que el producto español ha sido líder indiscutible en 2004. Un 72% de las importaciones totales proceden de España, con un incremento de más de un 2800 % desde el 2000. El resto de exportadores a pesar de haber aumentado la cantidad vendida a Noruega, en términos porcentuales sus ventas han ido reduciéndose.

Y en segundo lugar, al igual que para el jamón si hueso, las importaciones totales de jamón con hueso se incrementan año tras año.

También como antes, las importaciones de jamón con hueso proceden fundamentalmente de cuatro países, España, Italia, Dinamarca y Suecia.

## EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA

Noruega importa más transformados cárnicos del capítulo 16 que de jamón; sin embargo España exporta bastante menos de estos productos que de jamón. A continuación se presenta una evolutiva de las importaciones totales de embutidos.

**CUADRO 7:** Importaciones Noruegas de Embutidos (16.01.00) en Kg.

PAÍS	2000		2001		2002		2003		2004	
Dinamarca	52.014	50%	49.012	38%	46.115	39%	129.524	62%	834.631	79%
Italia	10.372	10%	12.074	9%	20.133	17%	25.682	12%	31.521	3%
Alemania	1.010	1%	2.166	2%	3.292	3%	14.079	7%	68.667	7%
Suecia	8.112	8%	54.838	42%	28.831	24%	13.154	6%	75.978	7%
<b>España</b>	<b>6.461</b>	<b>6%</b>	<b>8.290</b>	<b>6%</b>	<b>11.949</b>	<b>10%</b>	<b>18.419</b>	<b>9%</b>	<b>28.294</b>	<b>3%</b>
Francia	477	0%	3.076	2%	6.140	5%	8.109	4%	8.124	1%
Holanda	1.074	1%	0	0%	1.255	1%	0	0%	1.282	0%
Otros*	391	0%	0	0%	25	0%	1.135	1%	716	0%
Reino Unido	24.343	23%	0	0%	290	0%	168	0%	400	0%
Japón	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>104.254</b>	<b>100%</b>	<b>129.456</b>	<b>100%</b>	<b>118.030</b>	<b>100%</b>	<b>210.270</b>	<b>100%</b>	<b>1.049.343</b>	<b>100%</b>

\* Israel, Brasil, Bostwana, Croacia, Bélgica

FUENTE: Centro de Estadísticas de Noruega ([www.ssb.no](http://www.ssb.no))

El 79% de las importaciones totales provienen de Dinamarca, el 11% restante está bastante repartido entre Italia, Alemania, Suecia, España y Francia

Hay un continuo crecimiento tanto en el volumen total de las importaciones como del de España.

## EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA

CUADRO 8: Importaciones Noruegas de otros preparados cárnicos (16.02.00) en Kg.

PAÍS	2000		2001		2002		2003		2004	
Dinamarca	78.227	30%	166.762	53%	311.548	63%	355.927	51%	505.595	57%
Suecia	34.346	13%	55.340	18%	52.192	11%	134.374	19%	151.826	17%
Alemania	4.385	2%	6.689	2%	20.665	4%	10.504	2%	97.318	11%
Otros*	97.333	37%	62.825	20%	80.142	16%	62.540	9%	46.102	5%
<b>España</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>24</b>	<b>0%</b>	<b>3.489</b>	<b>1%</b>	<b>429</b>	<b>0%</b>	<b>37.678</b>	<b>4%</b>
Holanda	3.859	1%	7.573	2%	7.556	2%	2.038	0%	31.796	4%
Francia	13.149	5%	14.582	5%	13.361	3%	129.726	19%	20.205	2%
Italia	1.155	0%	1.421	0%	1.649	0%	727	0%	3.584	0%
Reino Unido	29.695	11%	85	0%	235	0%	449	0%	464	0%
<b>Total</b>	<b>262.149</b>	<b>100%</b>	<b>315.301</b>	<b>100%</b>	<b>490.837</b>	<b>100%</b>	<b>696.714</b>	<b>100%</b>	<b>894.568</b>	<b>100%</b>

\* Israel, Brasil, Bostwana, Croacia, Bélgica

FUENTE: Centro de Estadísticas de Noruega (www.ssb.no)

Como muestran los datos anteriores España incrementó en más de 37 mil kilos sus exportaciones de preparados cárnicos pertenecientes al capítulo 16.02 en 2005. De esta forma, el 4% del total de importaciones son de origen español.

También para estos productos el volumen de importaciones es mayor cada año importaciones.

### 4. COMPETIDORES

En los supermercados noruegos no se suele encontrar la sección de charcutería como ocurre en los españoles. Aquí el producto viene empaquetado, generalmente precortado y envasado al vacío o en atmósfera protegida y expuesto en un bandejero.

Una descripción de los lineales de un supermercado noruego sería la siguiente: alrededor del 90% de la oferta es de marcas noruegas y los productos que se ofrecen son, en su mayoría, distintas variedades de lo que nosotros llamaríamos salami.

El “jamón serrano” producido en Noruega se llama *spekeskinke* y tiene un corte distinto al nuestro aunque la apariencia es muy parecida. También tienen paletilla de cordero curada, *fenalår*, que aunque es un producto distinto en cierta manera es sustitutivo de nuestro jamón, ya que la forma de consumirlo es la misma.

La representación de productos italianos la pone la marca Tanzi, con una selección de productos de Parma. Cuenta con salamis, peperoni, salchichón (como el que se consume en España) y jamón curado. Esta marca no se encuentra en todos los supermercados.

En cuanto a marcas españolas, es fácil encontrar jamón serrano España, otras marcas aunque con menos presencia son Revilla, Casademont, La Prudencia, y El Rincón de Zafra.

Muchas veces son las pequeñas tiendas de conveniencia (normalmente regentadas por inmigrantes) las que ofrecen mayor variedad de productos de distintos países, así pues más productos españoles, en cierta forma son como tiendas gourmet.

Marcas noruegas que se pueden encontrar en el supermercado son:

*Grilstad*, posiblemente es la marca que, junto a *Gilde*, tiene más presencia en el mercado y mayor variedad de productos. La carne que utiliza es siempre proveniente de los países nórdicos.

*Gilde* es la marca bajo la que se comercializan los productos de la cooperativa de productores cárnico noruegos (*Norsk Kjøtt*). Por tanto sus productos son producidos 100% con materia prima de Noruega.

Otras marcas pero con menor presencia y variedad son: Slakter'n, Spis, Strada, Ringstad, Fatland, Stabburet, Finnsbråten (esta marca comercializa jamón curado de Parma) y Prior. Esta última es el equivalente a Gilde pero para productos del sector avícola. Bajo esta marca podemos encontrar embutidos de pollo y pavo así como otros productos que no estarían enmarcados en esta nota sectorial.

## IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Ya que los productos que se estudian en este trabajo no van dirigidos a un segmento determinado del mercado se da una visión de la sociedad noruega.

Noruega es un país con unos 4.5 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 muy baja.

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).

Tres son los momentos del día en que los noruegos comen fiambre. Primero para desayunar, luego a la hora del *lunch* a mediodía y para cenar. Aquí el *lunch* y la cena son tentempiés, complementarios a la comida principal que se hace a mitad de la tarde.

Suelen comer el fiambre sobre rebanadas de pan o en “bocadillos” y por ello lo prefieren comprar precortado en lonchas. No conocen la costumbre de tener un jamón entero en la cocina y cortarlo en casa.

El chorizo, salchichón y salami españoles son un complemento a los fiambres que ya tienen aquí y no son muy populares. Los embutidos que hacemos en España fritos (chorizos, longanizas, morcillas, etc. ) ni se comercializan, ni se conocen en Noruega.

El jamón español tiene un tratamiento distinto a los fiambre mencionados. Se considera un producto gourmet y se sirve como tapa o para picar en el centro de la mesa en ocasiones puntuales. Es popular porque los noruegos viajan mucho a España y lo conocen de allí. Sin embargo, tiene un difícil competidor que es el jamón de Parma italiano, que es un producto más popular y tiene más presencia en el mercado. Ya se ha comentado que también los noruegos tienen un jamón propio que es el *Spekeskinke*, aunque lo usan para cocinar o para servirlo en buffets fríos.

## **EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA**

---

Otro lugar de consumo de nuestros productos es en los restaurantes españoles. Hay unos 16 en toda Noruega , y 11 de ellos están en Oslo. Tienen bastante éxito; sin embargo el volumen de importaciones que mueven es simbólico.

## V • PRECIOS Y SU FORMACIÓN

A continuación presentamos una lista de productos que podemos encontrar en un supermercado y el precio medio de éstos.

Producto	Descripción	Nok/Kg.
Jamón Curado	Procedente de España	475.-
Parma Ham	Equivalente a nuestro jamón curado pero de origen italiano.	748.-
Spekeskinke	“Jamón curado” de origen noruego.	300.-
Fenalår	Pata de cordero curada.	408.-
Salami	De origen noruego.	200.-
Fårepølse	Tipo de salami con más especias.	155.-
Jægersalami	Tipo de salami.	169.-
Mørpølse	Tipo de salchichón fino, de color oscuro y con un sabor bastante fuerte.	200.-
Reinsdyrpølse	Salchichón de carne de reno.	450.-
Peperoni	Tipo de chorizo de origen italiano.	300.-

En febrero del 2005 1 euro equivalía a 8.3 Nok.

Para entender de dónde sale el precio de mercado de los productos españoles presentamos algunos de los costes que se incorporan al precio del producto desde que sale de España hasta que llega al lineal de la tienda.

Los costes abajo reseñados son por pallet (de aproximadamente 500kg.). Hay que entender que son unos datos orientativos pues pueden variar mucho según la cantidad exportada y la calidad del producto.

## EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA

---

- Transporte: representa el 5% del valor de la mercancía.
- Margen del importador: suele ser del 10% o 15%
- Margen del distribuidor: Las grandes cadenas de distribución se pueden quedar con un 10-15% del valor. Las pequeñas tiendas pueden llegar hasta duplicar ese porcentaje.
- El IVA, el arancel y otros impuestos especiales se tratarán en un apartado posterior de esta Nota Sectorial.

Las autoridades noruegas han impuesto desde hace mucho tiempo fuertes restricciones a la importación. Estas restricciones hacen que los productores noruegos obtengan mayores precios que los precios de mercado a nivel mundial, y que además la producción doméstica sea mayor que si no hubiera restricciones.

En Julio de 2001 el IVA de los productos alimenticios se redujo del 24% (tipo general para el resto de productos) al 12%, actualmente se encuentra al 11%, más bajo incluso que el tipo de Suecia y que el de España.

El nivel de precios de los productos alimentarios en Noruega es aproximadamente el doble más caro que en Suecia, que a pesar de ser un país vecino y con características muy parecidas pertenece a la Unión Europea. Que Noruega no pertenezca a la Unión Europea influye en aspectos como la fuerte política proteccionista de la producción local a base de subvenciones y altos aranceles.

## VI. 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 si existe ese mismo producto de fabricación nacional normalmente lo preferirán.

Los noruegos viajan mucho a España e incluso muchos tienen una segunda residencia allí y es por eso que conocen los productos españoles.

España es el primer exportador de vinos a Noruega en cantidad, aunque en valor el primer puesto es para Francia. Esto es debido al mayor precio de los productos franceses porque gozan de una imagen de calidad que nuestros productos no tienen.

España es el mayor exportador de frutas y verduras a Noruega. Los productos españoles tienen muy buena imagen aquí y es por eso que gozan de gran aceptación. No obstante, los noruegos por lo general preferirán productos locales. 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.

Ya se ha comentado anteriormente que los embutidos españoles no son percibidos como mejores que otros. De hecho no son muy populares ni fáciles de encontrar, simplemente son una mayor variedad de lo que se produce en Noruega. Distinto es el caso del jamón, que sí está considerado como un producto de calidad y que es consumido, principalmente, en ocasiones importantes.

## VII. 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, los costos de distribución en Noruega son 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.

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:

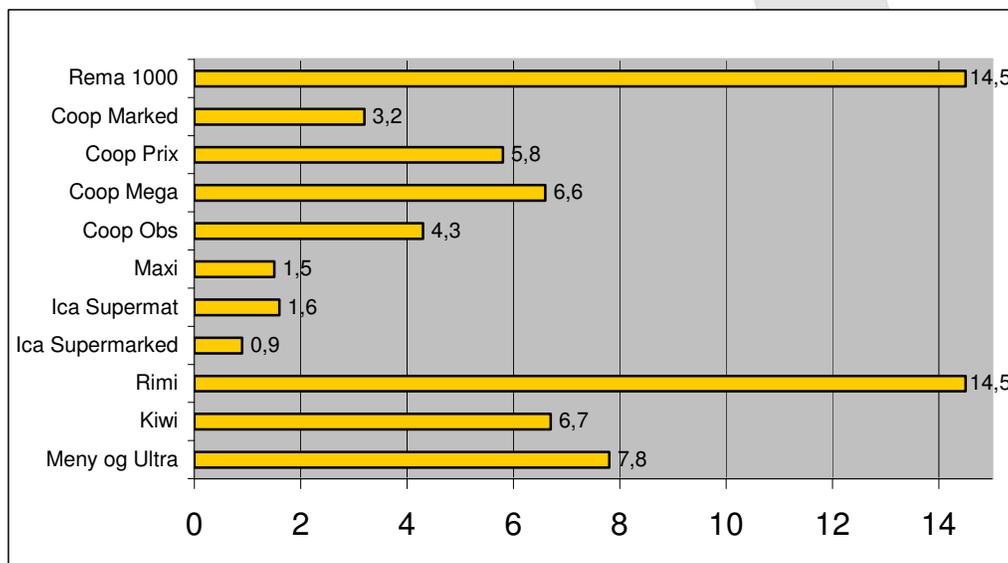
CUADRO 9: Distribuidores Noruegos y sus cadenas.

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

FUENTE: AC NIELSEN

En 2004 los 4 grandes grupos detentaban el 88.6% de la distribución alimentaria. Noruega presenta la mayor concentración en el sector de la distribución de Europa.

**FIGURA 1:** Cuota de Mercado de los principales supermercados en Noruega (%)



FUENTE: Handelsbladet Fk

**CUADRO 10 :** Cuota de Mercado y número de puntos de venta de los grupos de distribución

GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN	CUOTA DE MERCADO	PUNTOS DE VENTA
Norges Gruppen AS	32%	2.760
Ica Norge	19.5%	1.032
Coop Norge	19.9%	910
Reitan Handel	17.2%	887

FUENTE: Handelsbladet Fk

Como muestran el gráfico y el cuadro 10, los dos supermercados líderes del sector son Rema1000 y Rimi, con un 14.5% de la cuota del mercado cada uno. Sin embargo, el conjunto de tiendas pertenecientes al grupo *NorgesGruppen* suman el 32% del total de las ventas por encima de los otros tres grupos.

# VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Ya se ha comentado en varias ocasiones que Noruega es un país muy proteccionista, sobre todo con sus productos agrícolas y ganaderos, pero que con su participación como miembro de la Organización Mundial de Comercio, y del Espacio Económico Europeo, estas restricciones, paulatinamente, se van minorando.

Desde 1995, cuando se llegó al Acuerdo en Agricultura de la OMC, Noruega tuvo que cambiar sus restricciones cuantitativas a la importación por un sistema que se basa actualmente en aranceles. Esto hace que los productos importados sean más caros que los producidos en el país, y que no sean una fuerte competencia.

CUADRO 11: Tarifas Arancelarias Aplicadas

Posición Arancelaria	NOK/Kg	Posición Arancelaria	NOK/Kg.
02.10.1100	60.32	16.02.3900	72.76
02.10.1900	121.12	16.02.4100	120.83
16.01.0000	84.31	16.02.4200	101.54
16.02.1000	22.90	16.02.4910	25.62
16.02.2001	12.50	16.02.4990	96.34
16.02.2009	43.67	16.02.5001/5009	129.30
16.02.3101/3009	64.08	16.02.9000	93.76
16.02.3200	72.76	<b>FUENTE: Toll &amp; Avgiftsdirektoratet</b>	

Además de los aranceles generales arriba reseñados existen dos impuestos especiales aplicables a todos los productos encuadrados en esta nota de mercado. Por un lado está el impuesto *Forskningsavgift* (FA) destinado a la investigación de alimentos, que es

## EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA

aplicable a productos tanto nacionales como extranjeros; y por otro lado el Matproduksjonsavgift (NP) sin una finalidad concreta. Estos impuestos son un porcentaje sobre el valor CIF de la mercancía y tienen dos tipos distintos aplicables según el producto.

**CUADRO 12:** IMPUESTOS ESPECIALES APLICADOS

Posición Arancelaria	FA	NP
02.10.1100	0.35 %	1.29%
02.10.1900	0.35 %	0.80 %
16.01.0000	0.25%	0.80 %
16.02.0000	0.25%	0.80 %

FUENTE: Toll & Avgiftsdirektoratet

Independientemente de estos impuestos, también hay que aplicar el IVA, que para productos alimentarios está en el 11%.

Otro requisito para importar estos productos es 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.

En el caso del jamón con hueso (02.10.1100) y de los embutidos (16.01.0000) se han establecido unos cupos a la importación, de manera que una cantidad establecida se puede importar a un tipo arancelario más ventajoso que el general. Los cupos se reparten entre los importadores que en una subasta ofertan unas cantidades para obtener los derechos de importación. El *SLF Statens Landbruksforvaltning*, organismo dependiente del Ministerio Noruego de Agricultura, es el encargado de gestionar la subasta de los cupos.

A continuación se presenta una relación de los importadores que han obtenido cuotas para este año 2005 y los precios a los que importarán el kilo de jamón o embutido, en vez de pagar el arancel general.

**CUADRO 13:** Reparto de cupos a la importación de Jamón con hueso para 2005

Empresa	Nok / kilo	Volumen de cuota asignado
BM-Food Hansen & Sandborg AS	25.70	15.000
JTS Grossit Storhusholdning AS	25.60	10.000
Sea Bell AS	25.51	6.000
NOR-Frost AS	25.51	5.000
Snekvik Kjøttindustri AS	25.51	40.000

## EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA

Hetland AS	25.51	50.000
Importkompaniet AS	25.50	7.928
Matcompaniet	25.50	15.857
Frysekompaniet AS	25.50	15.857
Taga Produktimport AS	25.50	26.428
Konsulent Bureau Fick	25.50	7.928

FUENTE : SLF Statens Landbruksforvaltning

**CUADRO 14** : Reparto de cupos a la importación de Embutidos para 2005

Empresa	Nok / kilo	Volumen de cuota asignado
Arla Foods AS	31.50	20.000
Taga-Foods AS	31.20	5.000
JTS Grossist Storhusholding AS	31.20	5.000
Purchase & Meat Trading AS	31.20	10.000
Matcompaniet	31.20	10.000
Taga Produktimport AS	31.20	5.000
Elite Dagligvarer AS	31.20	7.000
Carl Evensens Eftf. AS	31.19	5.000
C&E Gastro Import AS	31.12	10.000
Sea Bell AS	31.11	8.000
BM-Food Hanssen & Sandborg AS	31.10	10.675
Norsk Kjøtthandel AS	31.10	48.523
Norsk Polar AS	31.10	2.426
Snekvik Kjøttindustri AS	31.10	2.426
Grilstad Fabrikker AS	31.10	48.523
J.O. Kyte AS	31.10	2.426

FUENTE : SLF Statens Landbruksforvaltning

# IX. ANEXOS

## 1. EMPRESAS

### Gilde Norge

Att: Knut Jacobsen  
Lørenveien 35  
0585 Oslo  
Tel: 22 09 25 00  
Fax: 22 15 24 57  
e-mail: [gilde@gilde.no](mailto:gilde@gilde.no)

### Finsbråten A/S

Att: Magne Finsbråten  
2080 Eidsvoll  
Tel: 63 92 34 20  
Fax: 63 96 46 11  
e-mail: [magnef@finsbraten.no](mailto:magnef@finsbraten.no)

### BM Food

Att: Kristian Nygaard  
Postboks 102  
1344 Haslum  
Tel: 67 59 10 80  
Fax: 67 53 36 36  
e-mail: [office@bm-food.no](mailto:office@bm-food.no)

### Jens J. Andersen

Att: Kai Oshjell  
Filipstadveien 5  
0250 Oslo  
Tel: 22 83 85 88  
Fax: 22 83 85 65  
e-mail: [mail@jensjandersen.no](mailto:mail@jensjandersen.no)

### NOR-Frost A/S

Postbox 476 Økern  
0512 Oslo  
Tel: 23 37 62 20  
Fax: 23 37 62 21  
e-mail: [eurexim@eurexim.no](mailto:eurexim@eurexim.no)

### Holst Foods A/S

Att: Lasse Heide  
Postbox 25 Leirdal  
1008 Oslo  
Tel: 23 17 58 80  
Mail: [lasse@pmgroup.no](mailto:lasse@pmgroup.no)

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

Sr. Image Masuri  
Sr. Terje Syvertsen/Kjetil Skar  
Smalvollveien 65  
0667 Oslo  
Tel: 22 90 88 00  
Fax: 22 90 88 99  
e-mail: [hakon.nissen.lie@smartclub.no](mailto:hakon.nissen.lie@smartclub.no)

### **Multi Food A/S**

Sr. Lasse Arnesen  
Produksjonsveien 24  
1618 Fredrikstad  
Tel: 69 32 99 44  
Fax: 69 32 93 66  
Mail: [lasse.arnesen@multifood.no](mailto:lasse.arnesen@multifood.no)

### **J.T.S. Grossist A/S**

Sr. Jan Tore Storsveen  
Postbox 9  
1550 Hølen  
Tel: 64 95 76 69 - 90663130  
Fax: 64 98 25 67  
Mail: [jan@jtsas.no](mailto:jan@jtsas.no)

### **Taga Foods AS**

Sr. Torbjørn Tanem  
Postbox 6178 Sluppen  
7435 Trondheim  
Tel: 73 94 94 00  
Fax: 73 94 94 01  
Mail: [taga@taga.no](mailto:taga@taga.no)

### **Vatan Import A/S**

Herslebsgate 6  
0561 Oslo  
Tel: 22 64 33 45  
Fax: 22 37 00 56  
e-mail: [vatan@vatan.no](mailto:vatan@vatan.no)

### **Juan Serrano**

Oscar Borgs vei, 15  
1472 Fjellhamar  
Tel: 95 19 44 44  
Fax: 95 65 42 05  
Web: [www.skinke.no](http://www.skinke.no)  
Mail: [Serrano@skinke.no](mailto:Serrano@skinke.no)

### **Mat Companiet A/S**

Egil Weem  
Kvalabergveien 21  
4016 Stavanger  
Tel: 51 85 92 91 - 90023461  
Fax: 51 88 40 91  
Mail: [egil@matcompaniet.no](mailto:egil@matcompaniet.no)

### **Carl Evensen Eftf. A/S**

Postbox 119 Alnabru  
0614 Oslo  
Tel: 23 21 05 00  
Fax: 23 21 05 10  
Mail: [liv@carlevensen.no](mailto:liv@carlevensen.no)

### **Sea Bell A/S**

Stålfjæra 18

0975 Oslo

Tel: 22 90 18 00

Fax: 22 90 18 01

Mail: [mfi@sea-bell.no](mailto:mfi@sea-bell.no)

### **Snekvik Kjøttindustri AS**

6687 VALSØYFJORD

Tel: 71 55 51 14

Fax: 71 55 54 01

Mail: [taga@taga.no](mailto:taga@taga.no)

### **Importkompaniet AS**

c/o Frysekomp. Hegdal Næringspark

3264 LARVIK

Tel: 33 14 16 80

Fax: 33 14 16 81

Mail: [eaj@frysekompaniet.no](mailto:eaj@frysekompaniet.no)

### **Taga Produktimport AS**

Postboks 6178 Sluppen

7435 TRONDHEIM

Tel: 73 94 94 00

Fax: 73 94 94 01

Mail: [taga@taga.no](mailto:taga@taga.no)

### **Norsk Polar A/S**

Postboks 164 Ulset

5873 BERGEN

Tel: 55 19 79 00

Fax: 55 19 79 10

Mail: [rivenes@norskpolar.no](mailto:rivenes@norskpolar.no)

### **Coop Norge**

Rolf Erik Lømo

Postbox 21 Haugenstua

0915 Oslo

Tel: 22 89 95 95

Fax: 22 89 93.68

Mail : [Rolf-erik.lomo@coop.no](mailto:Rolf-erik.lomo@coop.no)

### **Hetland AS**

Thomas Hefties gt. 46

0267 Oslo

Tel: 93 83 63 11

Mail: [bjornhetland@portalen.no](mailto:bjornhetland@portalen.no)

### **Frysekompaniet AS**

Hegdal Næringsprak

3261 LARVIK

Tel: 33 14 16 80

Fax: 33 14 16 81

Mail: [mf@frysekompaniet.no](mailto:mf@frysekompaniet.no)

### **Konsulent Bureau Fick**

Bergljotsvei 3 b

0575 OSLO

Tel: 22 57 05 32

Mail: [import@skandiafoods.no](mailto:import@skandiafoods.no)

### **Norsk Kjøtthandel A/S**

Ole Deviksvei 2

0666 OSLO

Tel: 22 07 86 90

Fax: 22 07 86 99

Mail: [joran@nkhandel.com](mailto:joran@nkhandel.com)

### **Arla Foods AS**

Postboks 49 Lindeberg Gård

1007 OSLO

Tel: 23 14 18 60

Fax: 22 30 42 95

Mail: [marit.lund@arlafoods.com](mailto:marit.lund@arlafoods.com)

### **Stranda Spekemat AS**

Ødegårdsvn. 89

6200 STRANDA

Tel: 70 26 96 70

Fax: 70 26 96 90

Mail: [stranda-as@stranda-as.no](mailto:stranda-as@stranda-as.no)

### **Asko Hannevik**

Postboks 143

5051 NESTTUN

Tel: 55 10 92 00

Fax: 55 10 92 40

Mail: [leif.reigstad@joh.no](mailto:leif.reigstad@joh.no)

### **NORSK KJØTTIMPORT GLOBAL A/S**

POSTBOKS 102

1305 HASLUM

Tel: 67 81 88 40

Fax: 67 53 36 36

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

### **Alf Bredrup A/S**

Øvermarka 8

2320 FURNES

Tel: 62 35 93 00

Fax: 62 35 87 72

Mail: [alf@alfbredrup.no](mailto:alf@alfbredrup.no)

### **Økologiske Dagligvarer AS**

Rektor Natvig-Pedersensv. 2

4021 STAVANGER

Tel: 51 87 29 50

Mail: [butikken@skansen-urtehage.no](mailto:butikken@skansen-urtehage.no)

### **Ala Carte Produkter A/S**

Kristian Augustgt.19

0164 OSLO

Tel: 22 11 42 80

Fax: 22 11 42 90

Mail: [alacarte@online.no](mailto:alacarte@online.no)

### **ASKO ROGALAND**

POSTBOKS 50

4064 STAVANGER

Tel: 51 63 68 00

Fax: 51 63 68 10

Mail: [thom.svennevig@joh.no](mailto:thom.svennevig@joh.no)

### **Grilstad Fabrikker AS**

Ranheimsv. 129

7488 TRONDHEIM

Tel: 73 82 39 00

Fax: 73 82 39 07

Mail: [torstein.ronning@grilstad.no](mailto:torstein.ronning@grilstad.no)

### **Purchase & Meat Trading A/S**

Postboks 25 – Leirdal

1008 OSLO

Tel: 23 12 66 50

Fax: 22 75 50 50

Mail: [henning@holst-foods.no](mailto:henning@holst-foods.no)

## EL MERCADO DE LOS EMBUTIDOS Y EL JAMÓN EN NORUEGA

---

### Elite Dagligvarer AS

Tollbugata 30  
3044 DRAMMEN  
Tel: 32 26 88 50

### J.O. Kyte AS

Postboks 3, Kokstad  
5863 BERGEN  
Tel: 55 99 05 05  
Fax: 55 99 07 01  
Mail: [tonjekyte@hotmail.com](mailto:tonjekyte@hotmail.com)

### Norsk Kjøttsamvirke BA

Postb.360 Økern  
0513 OSLO  
Tel: 22 09 21 00  
Fax: 22 22 14 67  
Mail: [hans-thorn.wittussen@gilde.no](mailto:hans-thorn.wittussen@gilde.no)

### Rieber & Søn ASA

Postboks 987  
5808 BERGEN  
Tel: 55 96 70 00  
Fax: 55 96 75 91  
Mail: [edward.sundt@toro.no](mailto:edward.sundt@toro.no)

### Purchase & Meat Holding AS

Postboks 25, Leirdal  
1008 OSLO  
Tel: 23 17 58 80  
Fax: 23 17 58 81  
Mail: [henning@holst-foods.no](mailto:henning@holst-foods.no)

### C & E Gastro Import A/S

Postboks 600 Skøyen  
0214 OSLO  
Tel: 24 11 97 00  
Fax: 22 55 02 96  
Mail: [jfk@gastroimport.no](mailto:jfk@gastroimport.no)

### Eksotisk Torg A/S

Christiesgt. 13  
5015 BERGEN  
Tel: 55 55 86 05  
Fax: 55 55 86 04  
Web: <http://www.eksotisktorg.com/>

### Mat distribusjon AS

Ryenstubben 7  
0679 OSLO  
Tel. 22 36 11 11  
Fax: 22 36 11 09  
Mail: [matdistr@online.no](mailto:matdistr@online.no)

### Purchase & Meat Group A/S

Postboks 25, Leirdal  
0671 OSLO  
Tel: 23 12 66 50  
Fax: 22 75 50 50  
Mail: [henning@holst-foods.no](mailto:henning@holst-foods.no)

### 2. FERIAS

No se celebra ninguna feria profesional del sector cárnico en Noruega, los dos acontecimientos que podrían ser de interés para los exportadores españoles son los siguientes:

#### NEF DAGENE

Feria de productos alimentarios para profesionales del sector HORECA.

Se celebra cada tres años en la feria de muestras de Osl, Norges Varemesse. La próxima edición se celebrará en 2006. [www.messe.no/nef](http://www.messe.no/nef)

#### GLAT MAT FESTIVAL

En el mes de julio en Stavanger se celebra una especie de feria en las calles donde los restaurantes exponen y dan a probar platos típicos de sus cocinas.

### 3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

- **HANDELSBLADET-FK**  
www. Handelsbladet.no
- **DAGLIVAREHANDELEN**  
www. Daglivarehandelen.no
- **FRITT KJØPMANSKAP**  
Postboks 2482 Solli  
0202 Oslo  
Telf: +47 22 41 00 14  
Fax: +47 22 33 32 23
- **VÅRT BLAD**  
Postboks 1173 Sentrum  
0107 Oslo  
Telf: +47 22 89 95 00  
Fax: +47 22 41 14 72
- **MATLYST**  
Postboks 1169 Sentrum  
0102 Oslo  
Telf: +47 21 30 10 00  
Fax: +47 21 30 12 16
- **GLAD I MAT**  
www.glaimat.no  
Postboks 6500 Rodeløkka  
0501 Oslo  
Telf: +47 23 05 52 34  
Fax: +47 22 15 90 50

### 4. ASOCIACIONES

- **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

- **DAGLIGVARELEVERANDØRENE FORENING**

Asociación de los distribuidores del sector alimenticio noruego.

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

- **NÆRINGSMIDDELINDUSTRIENS LANDFORENING**

Asociación de productores del sector alimenticio noruego.

Essendropsgt. 6

0368 Oslo

Tel: 23 08 87 00

Fax: 23 08 87 24

### 5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- Instituto Noruego de Estadísticas [www.ssb.no](http://www.ssb.no)
- Información país de la CIA [www.odci.gov/cia/publications/factbook](http://www.odci.gov/cia/publications/factbook)
- Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) [www.oecd.org](http://www.oecd.org)
- Portal del Instituto Español de Comercio Exterior [www.ICEX.es](http://www.ICEX.es)
- Portal Oficial de Comercio de Noruega [www.nortrade.com](http://www.nortrade.com)
- Instituto para la Investigación del Sector Agrícola y Ganadero noruego en la Economía. (Norwegian Agricultural Economics Research Institute) [www.nilf.no](http://www.nilf.no)
- Autoridad para el Control de los Alimentos [www.snt.no](http://www.snt.no)
- Federación de la Industria Cárnica noruega [www.kiff.no](http://www.kiff.no)
- Asociación de los transformadores cárnicos noruegos. [www.kjøttbransjen.no](http://www.kjøttbransjen.no)
- Asociación de los productores cárnicos noruegos. [www.gilde.no](http://www.gilde.no)
- Portal de los Aranceles Noruegos y otros Impuestos Especiales. [www.toll.no](http://www.toll.no)
- Organismo Estatal encargado de administrar las cuotas a la importación. [www.slf.dep.no](http://www.slf.dep.no)
  
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo  
Karl Johan Gate, 18 C  
0153 Oslo  
Telf: +47 23 31 06 80  
Fax: +47 23 31 06 86  
Mail : oslo@mcx.es