

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

Guía de Mercado

Dinamarca



prom.
perú

Contenido

Resumen Ejecutivo

1. Información General

2. Situación económica y de coyuntura

2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

2.3. Nivel de Competitividad

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1. Intercambio Comercial de Dinamarca con el Mundo

3.2. Intercambio Comercial de Dinamarca con el Perú

4. Acceso al Mercado

4.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

4.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

4.3. Distribución y Transporte de Mercaderías

5. Oportunidades Comerciales

5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

5.2. Productos con Potencial Exportador

6. Tendencias del Consumidor

7. Cultura de Negocios

8. Contactos de Interés

9. Eventos Comerciales

10. Bibliografía

Resumen ejecutivo

Dinamarca, por su ubicación y estructura económica, se especializa en temas logísticos y comerciales. Muestra un alto nivel de apertura comercial y excelente desempeño en áreas de comercio exterior. El valor total de las exportaciones danesas se situó en US\$ 97,569 millones, monto 3,8 % superior al año anterior. En 2009, las exportaciones cerraron en US\$ 93,964 millones. Las importaciones se situaron en US\$ 84,738 millones durante el 2010. Dicho monto representó un aumento de 2,6% con respecto al 2009. Ni las exportaciones, ni las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en 2008.

Los productos importados de mayor crecimiento fueron: la mantequilla – manteca (156 millones / 188.5% de crecimiento), materiales colorantes (61 millones / 123.6% de crecimiento), conservas de caballa (13 millones / 654% crecimiento), café descafeinado sin tostar (13 millones / 186.3% crecimiento), ropa deportiva de algodón (5 millones / 56% de crecimiento), las demás aleaciones de cobre (3 millones / 4,827.8% crecimiento), entre otros productos.

En 2010, las exportaciones de bienes aumentaron, en un 9% como resultado de la recuperación de los mercados tradicionales. Durante el mismo período, los seis principales destinos de las exportaciones danesas fueron: Alemania (17.1%), Suecia (13.4%), Reino Unido (7.8%), Estados Unidos (6%), Noruega (5.9%) y Holanda (4.7%). Los dos principales mercados de destino representaron casi la tercera parte del total exportado.

En lo referido a tendencias del consumidor, se exige que los productos tengan una alta calidad, precios favorables y que tanto los productos como los embalajes utilizados respeten el medio ambiente.

La particular distribución del territorio danés condiciona la composición de la infraestructura de transporte. La existencia de varias islas aumenta las distancias a pesar que dicho país cuente con solamente 43.000 km².

En Dinamarca hay 113 puertos marinos. Una cuarta parte de ellos despachan más de 1.000.000 toneladas de productos anualmente y suponen el 90% del total de productos transportados por mar. Los puertos de Fredericia y Aarhus, en términos de gestión de mercancías, son los más importantes ya que por ellos pasan el 14% y 11% respectivamente de todas las mercancías que llegan o salen del país por vía marítima.

Para los países importadores interesados en ingresar al mercado de danés, mercancías que procedan de fuera de la UE, necesitan registrarse ante las autoridades fiscales y aduaneras o ante la Agencia Danesa de Comercio y Empresas (Erhvervs- og Selskabsstyrelsen). Dinamarca no requiere de licencias de importación, con excepción de productos como bebidas alcohólicas, armas, ciertas drogas y químicos, y ciertos productos alimenticios. Una vez canceladas las obligaciones respectivas, los bienes podrán circular libremente por toda la unión europea.

El monto total de las exportaciones peruanas hacia Dinamarca, se situó en US\$ 85.9 millones, monto 31.4% superior al año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 58.1 millones durante 2010. Dicho monto representó un aumento de 41.7% con respecto al 2009.

En el rubro no tradicional, los principales productos exportados a Dinamarca pertenecen al sector textil, químico, y agropecuario. Principalmente destacan las lacas y colorantes (21 millones / 420 % crecimiento), carmín de cochinilla (10 millones / 924.3 % de crecimiento), corteza de limón (3 millones / 40.6% de crecimiento) y los espárragos (2 millones / 41.8 % de crecimiento). Estos cuatro productos representan casi el 90% del total exportado.



1. Información general

El reino de Dinamarca está situado en el norte de Europa y está rodeado por el Mar del Norte y el Mar Báltico. El territorio se compone de una península, que representa el 68,8% del país (Jutlandia), y 407 islas. Las más importantes por su tamaño son: Selandia (Sjælland), Fionia (Fyn), Vendsyssel-Thy, Lolland, Bornholm, Falster, Langeland y Møn. La península se une al sur con Alemania por medio de un istmo de 68km.

Groenlandia y las Islas Feroe también forman parte del Reino de Dinamarca aunque mantienen una autonomía administrativa. La primera es la isla más grande del mundo y está ubicada al noreste de América. Solo 56,000 personas habitan la isla y la mayoría son esquimales (etnia inuit). Las Islas

Feroe se componen de 18 islas y albergan aproximadamente 47,000 personas en total.

La población estimada actual es de aproximadamente 5.6 millones de personas con una densidad demográfica de 129 habitantes por km². En cuanto a la distribución de la población por edad se observa que el 17.6% son menores de 14 años, el 65.3% se encuentra entre 15 y 64 años y el 17.1% tiene más de 65 años. Posee un área de 43,094 km², similar a la del departamento de Junín. La superficie danesa es aproximadamente 30 veces menor que la peruana y en términos de la población representa la quinta parte.

El 87% de la población es urbana. El 56% de los habitantes viven en núcleos de más de 10.000 habitantes. Copenhague (más de medio millón de habitantes), la capital, alberga a las instituciones más importantes como el gobierno central y el palacio de Amalienborg en donde vive la realeza. Además, es el centro económico y cultural del país. Otras ciudades importantes son Århus (310.956 habitantes), Aalborg (199.188 habitantes) y Odense (190.245 habitantes).

Con respecto al uso de la superficie, el 66,3% se destina a la agricultura, el 15,6% se compone de bosques y zonas naturales, el 9,8% representa las zonas urbanas e infraestructuras y el 6,8% restante son zonas húmedas. Cabe destacar que la altura media de Dinamarca es de solo 31 metros por encima del nivel del mar.

La edad mediana es de 41 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0.251 %. En promedio, la distribución entre hombres y mujeres es casi la misma. La esperanza de vida es de 78 años. Además, el 95% de la población profesa el luteranismo, el 3% profesa el cristianismo y el 2% restante, el Islam.

Las principales etnias del país son la escandinava, inuit, feroesa, alemana, turca, iraní y somalí. El número de extranjeros es de aproximadamente 5,8% de la población total y el 34% de ellos procede de países europeos.

El idioma oficial es el danés y el segundo idioma de mayor importancia es el inglés. Sin embargo, existe una pequeña minoría que habla alemán y en Groenlandia se habla el dialecto inuit. El principal grupo étnico es de origen escandinavo. Le sigue en importancia el inuit, alemán, turco, iraní y somalí.

2. Situación económica y de coyuntura

El mercado danés depende del comercio exterior y de la importación de materias primas. Es un exportador neto de alimento y maquinaria. Sin embargo, la crisis económica mundial afectó principalmente el empleo. El consumo privado y la producción industrial también se han reducido significativamente. Se estima un déficit de US\$ 11.11 billones en 2010 y se estima que para el año 2011 representará el 4.7% del PBI (actualmente representa el 3.6%).

Dichas cifras superan el límite de 3% impuesto por la Unión Económica y Monetaria Europea. Se están implementando medidas contractivas para disminuir el déficit para el año 2013. Debido a la última crisis financiera, en el gobierno danés se debate la posibilidad de reformular el sistema fiscal a fin de mantener los altos estándares de vida de la población.

2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

La tasa de crecimiento del PBI ha sido negativa en los últimos años aunque se espera revertir la tendencia en 2011. El nivel de desempleo se intensificó con la crisis y alcanzó al 4.2% en 2010. De acuerdo a las estimaciones del FMI, este sería 0.7% en 2011. La caída de las exportaciones y disminución de la demanda interna tuvieron gran peso en la reducción del PBI. El PIB per cápita de Dinamarca fue de 42.300 € en 2010, ubicándose en el segundo puesto dentro del grupo de la UE, tan solo detrás de Luxemburgo. El PIB per cápita, en términos de paridad de poder de compra y sobre base 100 para la UE-27, es de 121 para Dinamarca.

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

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010
PBI (variación %)	3.4	1.7	-0.9	-4.7	1
PBI Per cápita (US\$)	50,554	57,044	62,238	56,263.4	56,790
Desempleo (variación %)	3.9	2.8	1.9	3.6	4.2
Inflación (variación %)	1.8	2.3	2.4	1.5	2.6

Fuentes: World Economic Outlook, FMI

- **Tipo de cambio**

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

Mid-market rates: 2011-04-25 15:05 UTC

$$\begin{array}{l}
 \mathbf{1.00\ USD = 5.11973\ DKK} \\
 \underline{\text{US Dollar}} \quad \underline{\text{Danish Krone}} \\
 1\ \text{USD} = 5.11973\ \text{DKK} \quad 1\ \text{DKK} = 0.195323\ \text{USD}
 \end{array}$$

Mid-market rates: 2011-04-25 15:07 UTC

$$\begin{array}{l}
 \mathbf{1.00\ DKK = 0.551433\ PEN} \\
 \underline{\text{Danish Krone}} \quad \underline{\text{Peruvian Nuevo Sol}} \\
 1\ \text{DKK} = 0.551433\ \text{PEN} \quad 1\ \text{PEN} = 1.81346\ \text{DKK}
 \end{array}$$

¹ Para mayor información: www.xe.com

- **Inversión extranjera**

Dinamarca logró atraer aproximadamente 685 millones de euros en 2010 debido a que el gobierno promocionó la inversión en la región “Øresund”. Dicha zona está conformada por Copenhague y alrededores. Además, incluye el sur de Suecia, el más importante eje de desarrollo del país y uno de los principales motores económicos de Escandinavia.

Debido a su posición geográfica, el país se ha consolidado como uno de los centros logísticos más importantes en el norte de Europa. Además, se ha posicionado como punto de atracción para gran número de empresas internacionales. Los sectores relacionados con la industria médica, farmacéutica, biotecnológica y de tecnologías de la información suelen atraer un mayor flujo.

Las condiciones óptimas propias del país danés atraen las inversiones extranjeras debido principalmente al buen sistema de comunicaciones, excelente ubicación geográfica, inmejorables prácticas administrativas que reducen enormemente los trámites burocráticos, población altamente cualificada, etc.

Por esta razón no existe un sistema de apoyo directo o subvenciones gestionadas a nivel estatal o local para el establecimiento de empresas extranjeras, práctica que por otra parte no es muy común en Dinamarca. El único apoyo que existe es el relacionado a las regulaciones a nivel comunitario y, por tanto, válidas para el conjunto de la UE.

Las empresas que opten por instalarse en Dinamarca podrán, además de acceder a un mercado de trabajo altamente cualificado, obtener financiación específica en forma de préstamos en el capital a través de fondos de inversión pública (Vækstfonden -literalmente fondos de crecimiento). Estos fondos están previstos sobre todo para las fases iniciales de proyectos direccionados a los sectores de biofarmacia, biotecnología, equipamiento médico, diagnóstico y biotecnología aplicada al campo de la agricultura.

Existe una eficiente incubadora de inversión que tiene como objetivo el de apoyar financiera y administrativamente a las empresas de sectores de alta tecnología, durante el inicio del proyecto. Se trata de una opción muy atractiva para que aquellas empresas que no cuentan con los suficientes recursos y que tengan ideas atractivas puedan convertir en realidad un determinado proyecto.

Países como Suecia, Alemania, Gran Bretaña, etc. tienen una gran presencia inversora en el mercado danés.

2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

- **Agrícola**

Existe una importante industria de transformación alimentaria. La producción es variada y más de la mitad del área sembrada se destina a la producción de cereales como por ejemplo la cebada y el trigo. Con respecto a la producción animal, la carne de cerdo es la que tiene mayor importancia. Por ello, Dinamarca es el mayor exportador de carne de cerdo en el mundo. Le sigue en importancia la leche. Cabe mencionar que la empresa Arla Foods, de origen danés, es el octavo en el mundo en términos de ventas.

Las tierras destinadas a la agricultura y ganadería se han reducido en los últimos años. El 54% tiene menos de 30 hectáreas. Sin embargo, la tendencia es la especialización entre ambas.

- **Industria**

La industria danesa se caracteriza por ser ligera y de transformación debido a que no cuenta con materias primas (excepto el petróleo). Cabe resaltar que el 19% del empleo se concentra en el sector “Minería, manufacturas y energía” y “Construcción”. Además, la mayor concentración

industrial se encuentra en Jutlandia central. La composición de sectores se presenta a continuación:

- El sector de la alimentación, tabaco y bebidas representa el 25% del total de la producción industrial.
- La industria de la maquinaria (19%)
- Industria química y del refinado (9%)
- La industria de las materias primas (8%).
- El sector “Minería, manufacturas y energía”, y “Construcción” (22%)

Los sectores manufacturas químicas (92%), incluyendo la industria farmacéutica, y la industria de la electrónica (81%) destinan la mayor parte de su producción al exterior. Sin embargo, la industria textil y el cuero, así como la industria del papel, se encuentran en declive en Dinamarca.

El sector construcción representa aproximadamente un 4,2% del producto total. En 2010 las licencias otorgadas fueron de 10.948, número que no superó los niveles de pre-crisis.

• Servicios

El sector de los servicios experimentó un mayor crecimiento en los últimos años. Los sectores “Comercio, transporte y comunicaciones”, “Actividades financieras” y “Sector público” representaron en conjunto aproximadamente el 77% del PIB en 2010 y el 76,4% del total del empleo. El sector público es el mayor empleador del país (31,5% del total del empleo), seguido por el sector de la hostelería y la restauración (19,12%).

2.3 Nivel de Competitividad

En el Cuadro N° 2 se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business* (Facilidad de hacer negocios entre 183 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Dinamarca y demás economías similares. El Perú se encuentra en la posición 36° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Dinamarca se encuentra en la posición 6°. Perú subió 10 posiciones con respecto a 2010 principalmente por la mejora en apertura de negocios (subió 49 posiciones) y comercio transfronterizo (subió 27 posiciones).

Por otro lado, Dinamarca mantuvo su posición con respecto a 2010 debido principalmente a una mejora significativa en el tema de registro de propiedad (subió 17 posiciones). También se registró aumentos en comercio transfronterizo (subió dos posiciones) y cierre de empresa (subió dos posiciones).

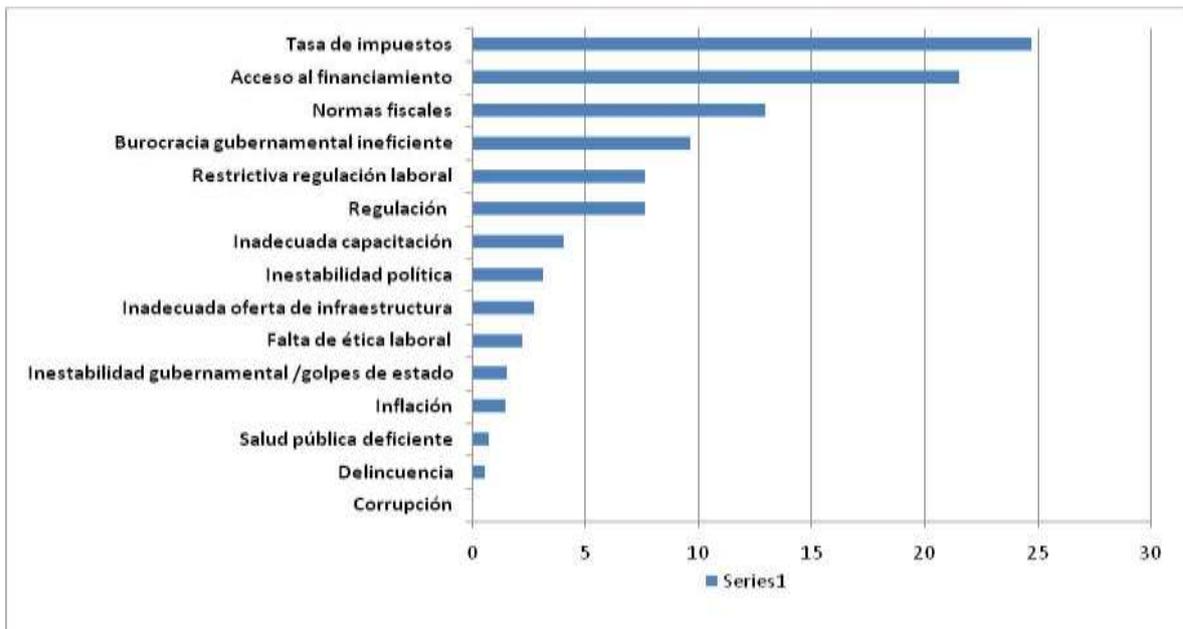
Cuadro 2: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2011

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

Fuente: Doing Business 2010. Banco Mundial

En el gráfico N° 1, podemos observar que los dos principales problemas para hacer negocios en Dinamarca son los impuestos y el acceso al financiamiento, lo cual dificultaría en cierta forma la situación de algunas empresas interesadas en ingresar en este mercado, sin que esto signifique una prohibición para el desarrollo de negocios. Las normas fiscales se ubican en el tercer lugar.

Gráfico 1: Factores problema para hacer negocios

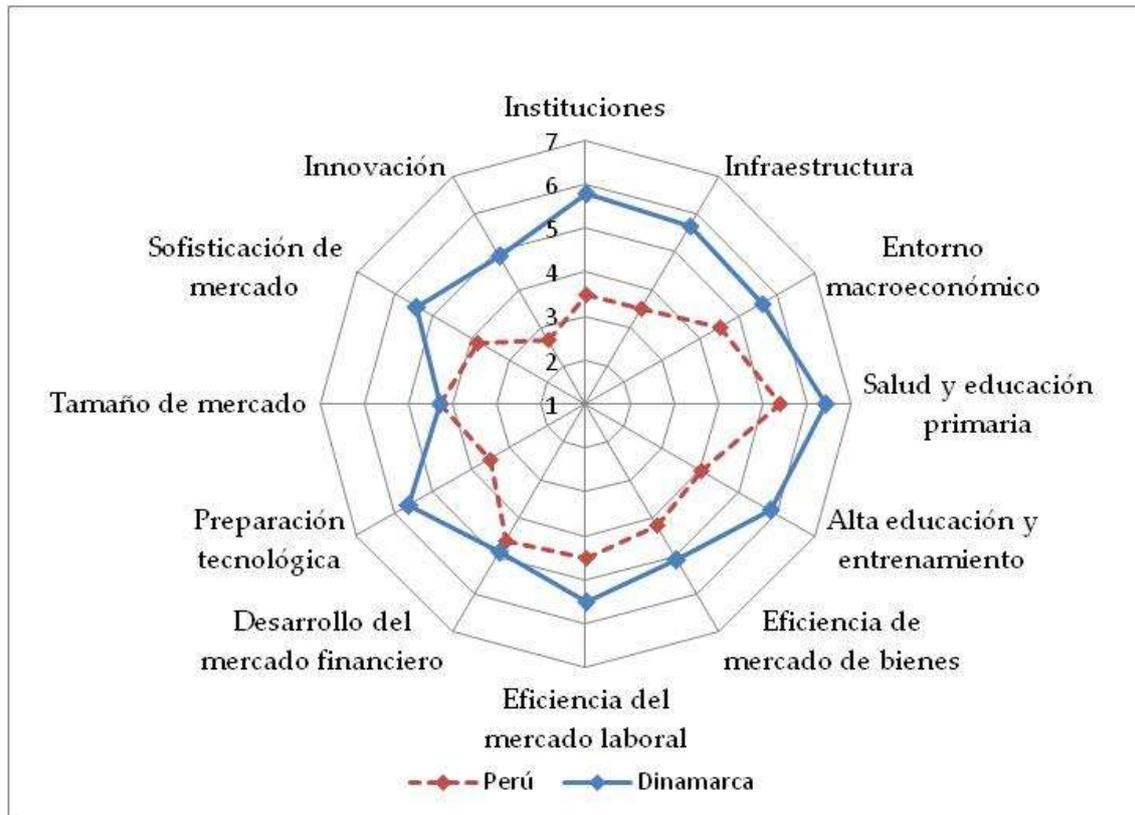


Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2010-2011
 Elaboración: PROMPERU

En el ranking general de entre 133 países analizados, Dinamarca ocupa el puesto 7 y Perú, el puesto 73. En términos de competitividad Dinamarca y Perú obtuvieron 5.9 y 4.11 puntos respectivamente. Sin embargo cabe destacar que ambos países no se encuentran en el mismo nivel de desarrollo.

Dinamarca se encuentra en el tercer estado de desarrollo mientras que Perú se ubica en el segundo estado, según el último reporte de competitividad global 2010-2011 (World Economic Forum). Ello implica que tanto la estrategia como las políticas a utilizar serán diferentes ya que se deben cumplir etapas y procesos.

Gráfico 2: Índice de Competitividad Global



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

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

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1 Intercambio Comercial de Dinamarca con el Mundo

El monto total de las exportaciones danesas, se situó en US\$ 97,569 millones, monto 3,8 % superior al año anterior. En 2009, las exportaciones de Dinamarca cerraron en US\$ 93,964 millones.

Las importaciones se situaron en US\$ 84,738 millones durante el 2010. Dicho monto representó un aumento de 2,6% con respecto al 2009. Ni las exportaciones, ni las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en 2008.

En 2010, la balanza comercial de Dinamarca tuvo un saldo positivo de US\$ 12,831 millones. Se observa que la diferencia entre exportaciones e importaciones aumentó ligeramente con respecto a los niveles pre crisis.

El intercambio comercial de Dinamarca con el mundo sumó US\$ 182, 307 millones en 2010, lo que representó un aumento de 3.3% con respecto al año previo pero no se llegó a superar los niveles de pre crisis financiera. Se observa una ligera tendencia creciente al igual que las exportaciones.

Cuadro 3: Intercambio Comercial de Dinamarca
En millones de US\$

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % Prom. 2010 - 2006	Var% 2010 - 2009
Exportaciones	92,636	103,323	117,097	93,964	97,569	1.3	3.8
Importaciones	85,580	98,126	109,437	82,561	84,738	-0.2	2.6
Balanza Comercial	7,056	5,197	7,660	11,403	12,831	——	——
Intercambio Comercial	178,216	201,450	226,534	176,526	182,307	0.6	3.3

Fuente: World Trade Atlas - CIA

En el 2010, los seis principales destinos de las exportaciones de Dinamarca fueron Alemania (17.1%), Suecia (13.4%), Reino Unido (7.8%), Estados Unidos (6%), Noruega (5.9%) y Holanda (4.7%). Los dos principales mercados de destino representaron casi la tercera parte del total exportado.

Como se observa en el cuadro 4, las exportaciones en general disminuyeron, entre 2008 y 2009, debido a la crisis internacional. Además, los montos de las exportaciones que se registraron en 2010 no superaron a los montos pre crisis (2008), con excepción de Estados Unidos. Cabe destacar que, de los principales países que se muestran en el cuadro 4, solo tres países mostraron una variación superior al 10% en el período 2009-2010: Suecia (11.46%), Estados Unidos (16.32%) y China (21.53%).

Cuadro 4: Principales destinos de las exportaciones de Dinamarca
(Millones de US\$)

Países destino	2006	2007	2008	2009	2010	Var % 2009/2010
Alemania	15,472	16,872	19,861	15,697	16,649	6.06
Suecia	12,756	14,970	16,589	11,705	13,046	11.46
Reino Unido	7,466	7,532	9,180	7,480	7,587	1.44
Estados Unidos	5,027	5,522	5,744	5,021	5,840	16.32
Noruega	4,929	5,730	6,621	5,523	5,754	4.18
Holanda	4,880	4,743	5,417	4,365	4,579	4.91
Francia	4,137	4,586	5,155	3,980	4,269	7.26
Italia	2,925	3,142	3,466	2,722	2,864	5.23
España	2,686	2,917	3,078	2,490	2,402	-3.53
Finlandia	2,676	2,770	2,846	2,138	2,350	9.92
Polonia	1,735	2,202	2,631	2,175	2,345	7.85
China	1,089	1,675	2,038	1,929	2,345	21.53
Otros países	26,857	30,664	34,472	28,740	27,538	-4.18
Total	92,636	103,323	117,097	93,964	97,569	3.84

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: PROMPERU

Los cinco principales países proveedores son Alemania (20.6%), Suecia (13.4%), China (7.2%), Holanda (7.1%) y Reino Unido (6%). Al igual que en el cuadro anterior, se observa una disminución general del monto importado de todos los países que comercian con Dinamarca. Los países de los cuales se limitó el comercio durante la crisis fueron Noruega (-16.59%), Estados Unidos (-4.64%) y Francia (-0.34%).

**Cuadro 5: Principales proveedores de Dinamarca
(Millones de US\$)**

Proveedores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % 2009/2010
Alemania	18,263	21,056	22,905	17,312	17,465	0.89
Suecia	12,067	14,081	15,173	10,787	11,320	4.94
China	4,283	5,322	6,257	5,181	6,122	18.15
Holanda	5,374	6,555	7,404	5,757	6,051	5.1
Reino Unido	4,880	4,969	5,523	4,542	5,049	11.17
Noruega	5,531	6,007	6,949	5,783	4,823	-16.59
Italia	3,343	4,043	4,256	2,838	2,865	0.96
Bélgica	2,849	3,448	3,766	2,835	2,850	0.55
Francia	3,752	3,981	4,032	2,839	2,830	-0.34
Estados Unidos	2,480	3,156	3,329	2,670	2,546	-4.64
Polonia	1,952	2,366	2,968	2,101	2,512	19.6
Finlandia	1,905	2,145	2,503	1,409	1,457	3.46
Otros países	18,901	20,997	24,372	18,507	18,846	1.83
Total	85,580	98,126	109,437	82,561	84,738	2.64

Fuente: TRADE MAP
Elaboración: PROMPERU

Entre los productos importados por Dinamarca, que tuvieron un crecimiento significativo durante 2010, están la mantequilla – manteca (156 millones / 188.5% de crecimiento), materiales colorantes (61 millones / 123.6% de crecimiento), conservas de caballa (13 millones / 654% crecimiento), café descafeinado sin tostar (13 millones / 186.3% crecimiento), ropa deportiva de algodón (5 millones / 56% de crecimiento), las demás aleaciones de cobre (3 millones / 4827.8% crecimiento), entre otros productos.

Cuadro 6: Dinamarca Estadísticas de Importación Desde El Mundo Millones US\$					
Partida	Descripción	2009	2010	Part %	Var %
271019	Los demás aceites medios y pesados (gasolina)	2,030.91	2,888.96	3.41	42.25
300490	Los demás medicamentos para uso humano	1,941.28	1,875.99	2.21	-3.36
270900	Aceites Crudos De Petróleo O De Mineral Bituminoso	1,641.63	1,601.31	1.89	-2.46
030212	Salmones Del Pacífico (Oncorhynchus Nerka, Oncorhy	677.22	777.26	0.92	14.77
030429	Filete de pescado congelado	332.74	344.80	0.41	3.62
030613	Camarones, Langostinos Y Demás Decápodos Natantia	175.22	174.31	0.21	-0.52
040510	Mantequilla (Manteca)	53.90	155.53	0.18	188.53
320300	Materias Colorantes De Origen Vegetal O Animal, In	27.13	60.65	0.07	123.60
200410	Patatas (Papas)	49.75	45.17	0.05	-9.20
940330	Muebles De Madera De Los Tipos Utilizados En Ofici	34.71	32.97	0.04	-5.01
200490	Las Demás Hortalizas Y Las Mezclas De Hortalizas	8.48	12.70	0.01	49.72

090112	Descafeinado	4.43	12.70	0.01	186.34
160415	Caballas	1.66	12.52	0.01	654.03
611211	De Algodón	3.10	4.84	0.01	56.00
620431	De Lana O Pelo Fino	4.88	4.83	0.01	-1.13
071010	Patatas (Papas)	4.60	4.79	0.01	4.20
442010	Estatuillas Y Demás Objetos De Adorno, De Madera	4.02	4.79	0.01	18.99
740990	De Las Demás Aleaciones De Cobre	0.06	3.02	0	4827.83
LOS DEMAS PRODUCTOS		75,565.56	76,721.56	90.54	1.53
TOTAL GENERAL		82,561.30	84,738.71	100	2.72

Fuente: World Trade Atlas

Elaboración: Promperú

3.2 Intercambio Comercial de Dinamarca con Perú

El monto total de las exportaciones peruanas, se situó en US\$ 85.9 millones, monto 31.4% superior al año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 58.1 millones durante el 2010. Dicho monto representó un aumento de 41.7% con respecto al 2009. Cabe destacar que la crisis internacional parece haber afectado de manera regular el comercio entre ambos países.

Las exportaciones se vieron afectadas primero debido a una disminución temprana de la demanda y cayeron en US\$ 18.3 millones durante el año 2008. En el caso de las importaciones, la variación fue de US\$ 5.6 millones durante 2009. Sin embargo, en 2010 las importaciones superaron los niveles de pre crisis y en las exportaciones casi se igualaron a dichos niveles.

La balanza comercial de Perú con Dinamarca ha tenido un quiebre desde el año 2008. Se registró un máximo de US\$ 52.2 millones en 2007 y un mínimo de US\$21.5 millones en 2008. Sin embargo, la balanza comercial fue superavitaria para nuestro país en los últimos cinco años debido al fuerte crecimiento de las exportaciones de productos tradicionales (aceite de pescado y café) y no tradicionales (lacas colorantes, carmín de cochinilla, cortezas de limón y espárragos).

El intercambio comercial entre ambos países sumó US\$ 144 millones en 2010. Dicho monto representó un aumento de 35.4% con respecto al año previo. Se observa una tendencia creciente a pesar de la disminución que se registró en el año 2008.

Cuadro 7: Balanza Comercial Perú con Dinamarca
Valores en millones de US\$

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % Prom.	Var%
						2010 - 2006	2010 - 2009
Exportaciones	77.3	86.3	68.1	65.4	85.9	2.7	31.4
Importaciones	25.7	34.1	46.6	41	58.1	22.6	41.7
Balanza Comercial	51.6	52.2	21.5	24.4	27.8	—	—
Intercambio Comercial	103	121	115	106.3	144	8.7	35.4

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT

Las exportaciones tradicionales representan el 51.7% del total exportado. Dicho sector alcanzó los US\$ 44,438.8 mil en 2010, lo que significó una variación de -14.6%. La mayor parte de las

exportaciones peruanas a Dinamarca se concentra en el sector pesquero (46.7% del total). La harina (US\$ 1,558 mil) y aceite de pescado (US\$ 38,541mil) son los de mayor valor exportado y representan aproximadamente el 1.8% y 44.9% del total respectivamente. Sin embargo, el café registró una mayor variación en 2010 (27.9%).

El sector agrícola le sigue en importancia. Se observa que en 2010 las exportaciones de café aumentaron en 27.9% (US\$ 4,340.5 mil). Por otro lado, las exportaciones no tradicionales representan el 48.3% del total exportado (US\$ 41,443 mil) y la variación con respecto al año 2009 fue de 211.2%. Los principales sectores del rubro no tradicional fueron: Químico (US\$ 31,748.50 miles), Agropecuario (US\$ 6,732.50 miles) y Textil (US\$ 2,238.96 miles). El sector químico representa aproximadamente el 37% del total exportado durante el 2010.

Cuadro 8: Exportaciones por sectores económicos
Valores en miles de US\$

Sector	2009	2010	Var %
Total Tradicional	52,041.22	44,438.83	-14.6
Mineros	0.01	0	-100
Hierro	0.01	0	-100
Pesquero	48,644.84	40,098.36	-17.6
Harina de pescado	0	1,557.56	-----
Aceite de pescado	48,644.84	38,540.79	-20.8
Petróleo y Gas Natural	0	0	0
Agrícolas	3,396.37	4,340.47	27.8
Café	3,394.34	4,340.47	27.9
Agro Resto	2.03	0	-----
Total No Tradicional	13,315.11	41,442.77	211.2
Agropecuario	5,079.87	6,732.50	32.5
Textil	2,086.18	2,238.96	7.3
Pesquero	344.64	351.64	2
Químico	5,055.59	31,748.50	528
Metal-mecánico	610.64	310.44	-49.2
Sídero-metalúrgico	1.96	2.95	50.3
Minería no metálica	0.06	0.76	1161.7
Artesanías	75.15	17.71	-----
Maderas y papeles	16.68	3.19	-80.9
Pieles y cueros	39.13	19.71	-49.6
Varios (incluido joyería)	5.22	16.42	214.7
Total	65,356.33	85,881.60	31.4

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

En el rubro no tradicional, los principales productos exportados a Dinamarca pertenecen al sector textil, químico, y agropecuario. Principalmente destacan lacas y colorantes (21 millones / 420 % crecimiento), carmín de cochinilla (10 millones / 924.3 % de crecimiento), corteza de limón (3 millones / 40.6% de crecimiento), espárragos (2 millones / 41.8 % de crecimiento) estos cuatro productos representan casi el 90% del total exportado al país danés.

Cuadro 9: Principales productos de exportación no tradicional a Dinamarca
Millones de US\$

Nro.	Partida	Descripción	2009	2010	Var %	Arancel %
1	3205000000	Lacas colorantes	4.03	20.95	420.4	0
2	3203002100	Carmín de cochinilla	1.01	10.30	924.3	0
3	0814001000	Cortezas de limón	2.45	3.44	40.6	0
4	2005600000	Espárragos preparados o conservados, sin congelar	1.61	2.29	41.8	0
5	6301209000	Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)	0.71	0.63	-11.4	0
6	5109100000	Hilados de lana o pelo fino	0.43	0.61	43.5	0
7	2817001000	Óxido de cinc	0.00	0.48	-----	0
8	5109900000	Los demás hilados de lana o pelo fino	0.33	0.40	19.9	0
9	2001909000	Demás hortalizas, frutas y demás partes comestibles de plantas, preparado o conservado en vinagre	0.28	0.29	3.2	0
10	0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	0.33	0.29	-14	0
11	0307211000	Concha de abanico	0.03	0.20	549.5	0
12	7325100000	Demás manufacturas moldeadas, de fundición no maleable, de hierro o acero	0.13	0.16	27.8	0
13	2103909000	Demás preparaciones para salsas, y demás salsas preparadas	0.03	0.14	311.1	0
14	6115940000	Demás artículos de calcetería, de lana o pelo fino	0.10	0.09	-11.4	0
15	8474900000	Partes de máquinas	0.46	0.09	-81.6	0
LOS DEMÁS PRODUCTOS			1.39	1.11	-20.5	
TOTAL GENERAL			13.32	41.44	211.2	

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

En el cuadro N° 10 se observa que las exportaciones totales de las grandes empresas han mantenido una tendencia creciente a pesar de la crisis del 2009. La variación entre 2008 y 2009 fue de aproximadamente US\$ 1 millón, y la de entre 2009 y 2010 fue de US\$ 13 millones. El monto exportado de las empresas medianas en 2010 superó los niveles de pre crisis al aumentar en 25.25%. Caso contrario se observa en los montos exportados de la pequeña y micro empresa en donde se registró una disminución de 15.1% y 8.8% respectivamente en el último año.

Cabe mencionar que si bien el número de empresas exportadoras se ha reducido en dos con diferencia al año 2009, el valor de las exportaciones se incrementó en un 31.42 % generándose exportaciones totales por US\$ 85.88 millones.

Cuadro 10: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras

Tamaño de Empresa	Número de Empresas 2010	Exportaciones Millones de US\$ 2008	Exportaciones Millones de US\$ 2009	Exportaciones Millones de US\$ 2010	Var % 2010/2009
Grande	1	14.05	15.59	28.09	80.16
Mediana	13	43.79	38.31	47.99	25.25
Pequeña	20	9.12	10.19	8.65	-15.1
Micro	56	1.11	1.26	1.15	-8.79
TOTAL	90	68.07	65.35	85.88	31.42

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

4. Acceso al Mercado

Para los países importadores interesados en ingresar al mercado de danés, mercancías que procedan de fuera de la UE, necesitan registrarse ante las autoridades fiscales y aduaneras o ante la Agencia Danesa de Comercio y Empresas (Erhvervs- og Selskabsstyrelsen).

Cuando cualquier producto procedente de un estado no miembro entra en Dinamarca, el importador debe completar un impreso simplificado en el que figuran los detalles de la mercancía con respecto a la naturaleza, origen y cantidad. Si el importador está registrado ante las autoridades aduaneras, las mercancías serán despachadas a consumo, generándose entonces la factura por los derechos de aduana. El importe total de dichos derechos se ha de pagar de inmediato si se quiere que la mercancía sea despachada.

4.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

- **Medidas Arancelarias**

A continuación, en el cuadro N° 11 se detallan los diez principales productos peruanos, no tradicionales, exportados a Dinamarca, la participación porcentual de los principales competidores, incluyendo la participación del Perú de contar con un porcentaje considerable, el arancel aplicado por Dinamarca a todo el mundo y la preferencia para el Perú².

Cuadro 11: Arancel y participación de las exportaciones no tradicionales a Dinamarca

Nro.	Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Posición de Perú	Principales
					como proveedor	competidores
1	3205000000	Lacas colorantes	6.5	0	1	Perú (52,6%), Suecia (18%), Bélgica (8,6%)
2	3203002100	Carmín de cochinilla	0	0	1	Perú (48,5%), Alemania (11%), Estados Unidos (6,5%)
3	814001000	Cortezas de limón	1.6	0	-----	Alemania (88,9%), Holanda (7%), Italia (2,3%)
4	2005600000	Espárragos preparados o conservados, sin congelar	17.6	0	2	China (41%), Perú (35,7%), Alemania

² Helpdesk

						(12,6%)
5	6301209000	Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)	12	0	2	Lituania (40%), Perú (17%), Alemania (12,6%)
6	5109100000	Hilados de lana o pelo fino	3	0	2	Turquía (40,7%), Perú (30,8%), China (7,8%)
7	2817001000	Óxido de cinc	0	0	4	Alemania (53,4%), Holanda (29,3%), Estados Unidos (6,9%)
8	5109900000	Los demás hilados de lana o pelo fino	0	0	4	Noruega (51,9%), Italia (18,1%), Turquía (16,5%)
9	2001909000	Demás hortalizas, frutas y demás partes comestibles de plantas, preparado o conservado en vinagre	16	0	10	Turquía (27,9%), Alemania (17,9%), Grecia (16,7%)
10	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	0.28	0	6	Italia (25,8%), España (25,3%), Holanda (20,3%)

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

En el cuadro N° 12 se muestra los diez principales productos peruanos no tradicionales, del sector confecciones, exportados a Dinamarca, la participación porcentual de los principales competidores, el arancel aplicado para el resto del mundo y la preferencia aplicada para el Perú.

Cuadro 12: Arancel y participación de la exportación de confecciones a Dinamarca

Nro.	Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Posición de Perú	Principales
					como proveedor	competidores
1	6301209000	Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)	11.2	11.2	2	Lituania (37%), Perú (15,8%), Alemania (13,7%)
2	6115940000	Demás calcetines y artículos de calcetería, de lana o pelo fino	10.7	0	43	Lituania (21%), Alemania (12,3%), Suecia (11,5%)
3	6214200000	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y similares, de lana o pelo fino	5.9	0	5	India (51,6%), Reino Unido (13,4%), Italia (10,4%)
4	6105100052	Camisas de algodón para hombre, de distintos colores, a rayas	10.7	0	17	Bangladesh (28,7%), Francia (13,3%), Turquía (12%)
5	620520000	Camisas para hombres o niños, de algodón	10.7	0	33	China (33,8%), India (18,4%), Portugal (5%)
6	6105100051	Camisas de algodón para hombre, de un solo color	10.7	0	17	Bangladesh (28,7%), Francia (13,3%), Turquía (12%)

7	6106100090	Las demás camisas y blusas de algodón, para mujeres o niñas	10.7	0	20	Turquía (56%), China (12,6%), Bangladesh (6,2%)
8	6109100032	T-shirt de algodón para hombre o mujer, de distintos colores, a rayas	10.7	10.7	52	Bangladesh (23,2%), Turquía (21,4%), China (13,8%)
9	6104420000	Vestidos de algodón para mujeres o niñas	10.7	0	35	China (31,6%), Turquía (23,4%), Bangladesh (12,8%)
10	6114200000	Las demás prendas de vestir de punto de algodón	10.7	0	27	Turquía (22,2%), China (21,1%), Austria (6,9%)

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

- **Medidas No Arancelarias**

En general, Dinamarca no requiere de licencias de importación, con excepción de productos como bebidas alcohólicas, armas, ciertas drogas y químicos, y ciertos productos alimenticios. Una vez canceladas las obligaciones respectivas, los bienes podrán circular libremente por toda la unión europea.

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

http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/databases/taric/index_en.htm

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

Para mayor información sobre etiquetado y la reglamentación respectiva puede revisar los siguientes links:

DANAK.- La Agencia Nacional de de Empresas (bajo el Ministerio de Economía y Negocios) es la encargada de otorgar la acreditación a las compañías danesas.

www.danak.org

DANISH STANDARDS.- Entidad Nacional de Estandarización Danesa es una de los organismos responsables en otorgar certificaciones en general.

www.en.ds.dk

La regulación general sobre etiquetado, cubre a la mayoría de productos del sector alimento. Sin embargo, algunos productos mantienen una regulación específica como por ejemplo los productos pesqueros, mermeladas, chocolate, suplementos alimenticios y los jugos de futa.

Todos los productos del sector alimentos que se venden en Dinamarca deben estar marcados con un código de identificación o fecha de producción independientemente si el producto está envasado o pre-empaquetado. Generalmente, los alimentos no empaquetados, con destino al consumidor final deben ser etiquetados de acuerdo con las reglas generales que priorizan las ventas "retail" o servicio de catering.

- Nombre y Dirección
- Designación de Producto
- Peso Neto
- Durabilidad

Los preservantes deben ser declarados en los ingredientes y listados por función, seguido por un nombre específico o número (E-NUMBER), que está definido en la regulación de respetiva de preservantes. Los “sabores” deben ser declarados simplemente como “aromas” y es posible adicionar las palabras “natural o artificial” en concordancia con la reglamentación acerca de la definición de “sabores”.

Los nutrientes deber ser agregados con el permiso respectivo de las autoridades. El uso de dichos nutrientes es muy limitado. La adición de nutrientes debe ser declarada en la lista de ingredientes y en la información nutricional.

La información referente a detalles y descripción se encuentra en el siguiente reporte: Food and Agricultural Import Regulations and Standards (FAIRS), que está disponible en:

http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20and%20Agricultura%20Import%20Regulations%20and%20Standards%20-%20Narrative_Copenhagen_Denmark_12-20-2010.pdf

Dicho reporte se actualiza anualmente e incluye secciones sobre legislación sobre el tratamiento de alimentos, requisitos de etiquetado, regulación sobre el uso de preservantes, pesticidas y otros contaminantes, derechos de propiedad, leyes de marca registrada y procedimiento de importación.

4.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio

Los impuestos indirectos representan progresivamente una mayor parte de los ingresos del Estado, y son también utilizados por el Gobierno como una herramienta de regulación del consumo, sobre todo las tasas verdes o medioambientales. También se aplican impuestos especiales a insumos que afectan a licores (vinos, cerveza), refrescos, tabaco y alimentos (azúcar, chocolate, helados, café, frutas secas, grasas, etc.).

La última reforma fiscal se ha traducido en un incremento de varios impuestos sobre productos con impacto sobre la salud. De esta manera se ha elevado, en 2010, el impuesto sobre el tabaco. Las tasas sobre helados, chocolate y dulces se elevaron en un 25%³. También se incrementaron las tasas sobre grasas en aceites y ciertos productos lácteos. Cabe destacar que los instrumentos de defensa del consumidor son muy poderosos en Dinamarca.

Un país con el nivel de desarrollo de Dinamarca y socio comunitario no suele presentar otros problemas a la exportación que la propia dificultad, al ser un mercado muy exigente combinado con una alta sensibilidad al precio. En todo caso, las empresas extranjeras interesadas en ingresar a Dinamarca deberán prestar atención a regulaciones específicas para ciertos productos (en especial, los agroalimentarios), que pueden superar a lo que exige la Unión Europea.

4.3 Distribución y Transporte de Mercaderías

- **Distribución de mercancías**

Dinamarca es un país pequeño y bastante homogéneo. No existen grandes diferencias por zonas en lo que se refiere a los canales de distribución. Sin embargo, el método de distribución en Dinamarca si varía por tipo de producto. Aquellos bienes de alta tecnología se distribuyen a través de empresas subsidiarias que suman aproximadamente 350.

³ICEX: www.icex.es

Los bienes de consumo se venden a través de agencias de distribución e importación. Sin embargo, dichos productos están siendo importados directamente por las grandes tiendas por departamento.

El sector retail de alimentos en Dinamarca está dominado por dos grandes cadenas de distribución: COOP y Supermercado Dansk. Ambos cuentan con aproximadamente el 50% del mercado. Cuentan con divisiones de importación y servicios delivery. A ellos se suman alrededor de 30 importadores independientes de productos alimenticios.

- **Transporte de mercancías**

La infraestructura de transporte en Dinamarca está muy desarrollada. Las distancias aumentan por la presencia de varias islas. En los últimos 10 años las autopistas aumentaron en 29% y las autovías en un 17%. El más largo operador de tren es el Danske Statsbaner (Danish State Railways). En Jutland opera Arriva y los demás operadores proporcionan servicios locales.

Dinamarca cuenta con 113 puertos⁴. Una cuarta parte de ellos despachan más de 1.000.000 toneladas de productos anualmente y suponen el 90% del total de productos transportados por mar. Los puertos de Fredericia y Aarhus, en términos de gestión de mercancías, son los más importantes ya que por ellos pasan el 14% y 11% respectivamente de todas las mercancías que llegan o salen del país por vía marítima. Además, 74 puertos operan en el transporte de pasajeros, de los cuales el 50% transportan el 90% de los pasajeros transportados por mar. Atendiendo al número de pasajeros, los mayores puertos son Helsingør y Rødby Færgehavn.

La mayoría de los vuelos del extranjero a Dinamarca aterrizan en el aeropuerto de Copenhague. Algunos vuelos internacionales, la mayoría procedentes de países escandinavos y del RU, aterrizan en aeropuertos regionales como los de Århus, Aalborg, Esbjerg y Billund.

5. Oportunidades Comerciales

5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Dinamarca es miembro de la Unión Europea. Perú se ampara en las preferencias obtenidas en el SGP de la Unión Europea, el que constituye un esquema de preferencias arancelarias concedidas unilateralmente a los productos originarios de los países que más lo necesitan. Dependiendo del régimen al cual tiene derecho el país beneficiario, éste puede gozar ya sea de un acceso libre ó de una reducción de derechos de aduana para prácticamente el total de sus exportaciones.

Para mayor detalle se puede revisar la página del Ministerio de Comercio Exterior⁵ y Turismo sobre este tema: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=132>

5.2 Productos con Potencial Exportador

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

⁴<http://marinetraffic.com>

⁵ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú

Los sectores que han sido considerados con oportunidades por esta metodología fueron agrícola, confecciones, pesca y pecuario. En los siguientes cuadros se detallan productos potenciales en el mercado danés en los sectores mencionados.

Cuadro N° 13: Productos potenciales en la Dinamarca: Sector Confecciones

Partida	Descripción	Clasificación
610910	T-shirts de algodón	Prometedor
611020	Suéter de algodón	Estrella
610990	T-shirts sintético	Prometedor
610610	Polos shirt para dama de algodón	Prometedor
610711	Ropa interior para hombres de algodón	Estrella
610462	Pantalones de algodón	Estrella
610620	Polo shirt de fibra sintética	Prometedor
611011	Suéter de lana	Prometedor
611120	Prenda de algodón para bebe	Estrella
610443	Vestidos de punto de fibra sintética	Estrella
610821	Ropa interior para damas de algodón	Prometedor
610442	Vestidos de algodón	Estrella
610510	Polo shirt de algodón	Estrella

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

Cuadro N° 14: Productos potenciales en Dinamarca: Sector Agrícola

Partida	Descripción	Clasificación
70960	Pimiento del genero capsicum	Prometedor
70310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	Prometedor
70920	Espárragos frescos o refrigerados	Prometedor
70320	Ajos frescos o refrigerados	Estrella
70910	Alcachofas frescas o refrigeradas	Estancado
80300	Banano fresco	Prometedor
80610	Uva fresca	Estrella
80510	Naranja fresca	Estrella
80520	Mandarina, clementina fresco	Estrella
80440	Paltas (aguacates)	Estrella
90111	Café sin tostar, sin descafeinar.	Estrella
90420	Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón).	Estrella

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

Cuadro Nº 15: Productos potenciales en Dinamarca: Sector Pesca

Partida	Descripción	Clasificación
30269	Pescado fresco o refrigerado en trozos	Estrella
30530	Filetes de pescado, seco, salado	Estrella
30374	Caballa congelada	Estrella
30520	Huevas de pescado, secos, ahumados, salados	Estrella
30510	Harina de pescado apta para la alimentación humana.	Estrella
30749	Pota congelada, seca, salada	Estancado
30376	Anguila congelada	Estrella
30378	Merluza congelada	Estrella
30563	Anchoa saladas sin secar ni ahumar o en salmuera.	Estrella

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

6. Tendencias del Consumidor

El consumidor danés exige que los productos tengan una alta calidad, precios favorables y que tanto los productos como los embalajes utilizados respeten el medio ambiente.

El consumidor europeo⁶ en general presenta un alto grado de selección y evaluación de los productos naturales. Son consumidores bien informados que demandan cada vez más productos “Premium”. Priorizan las certificaciones, comercio justo, el tratamiento responsable y sostenible de los productos. Por ello se ha incrementado la demanda de productos orgánicos ya que se ha interiorizado que una alimentación de alta calidad es la mejor medida contra las enfermedades.

Cuadro Nº 16: Consumo por sectores

Sectores	%
Alimentación y bebidas	11.10%
Licores y tabaco	3.20%
Vestimenta	4.80%
Servicios básicos	25.90%
Equipo y mantenimiento de casa	5.80%
Salud	2.60%
Transporte	13.70%
Comunicación	2.10%
Recreación y cultura	11.60%
Educación	0.70%
Restaurantes y hoteles	5.60%
Otros bienes y servicios	12.70%

Fuente: Naciones Unidas

⁶Tendencias del consumidor europeo - PROCHILE

7. Cultura de Negocios

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

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

Los daneses tienen una manera muy peculiar de comportarse, muy serios en su trabajo y con mucho humor e ironía en su vida social y privada. No se consideran demasiado europeos. La sociedad danesa es una sociedad muy igualitaria en la que las jerarquías tienden a ser planas.

Las barreras sociales entre directivos y empleados generan incomodidad y por eso se tratan de evitar. En las organizaciones se suele trabajar como un equipo y no existen muchas reglas estrictas. A pesar de ello, se respetan los roles y los diversos niveles de responsabilidad. Flexibilidad, tolerancia, ética laboral, justicia social y equidad entre hombres y mujeres forman la base del estilo cultural, laboral y social en Dinamarca.

En los negocios idioma inglés es altamente utilizado aunque el idioma oficial es el danés. Con respecto al sentido del humor, es similar al de los anglosajones aunque raramente usan la ironía y el sarcasmo.

Valoran la profesionalidad de sus presentaciones, la seguridad en su exposición y el material que les entrega es estudiada de forma minuciosa. Se recomienda preparar todo el material impreso que pueda para entregar a las personas que asistan a la reunión. Las tarjetas de visita se dan después de las presentaciones iniciales.

A continuación se detallan algunos consejos adicionales:

- Los comentarios suelen ser directos y breves. Se espera un comportamiento similar.
- Detallistas en cada tema de negociación, en especial en lo concerniente a cifras.
- Extrema formalidad en el brindis. El anfitrión dicta la pausa.
- Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 3 o 4 semanas de anticipación.
- Es recomendable que ambas partes manden una posible agenda de trabajo incluyendo información acerca de la empresa en general.
- Se debe pronunciar correctamente los nombres daneses. Si hay dudas al respecto, consulte antes de la reunión.
- Antes de un brindis o de beber con su contraparte espere a que alguien diga 'Skål' (se pronuncia "skole" en inglés y que significa "salud").
- Es preferible evitar obsequiar regalos caros ya que pueden causar cierta incomodidad y vergüenza. Se recomienda regalar artesanías.
- No se sorprenda si observa comportamientos (gestos y expresiones) sutiles que contrasten con el estilo directo de expresión.
- No denote agresividad en la negociación ni en el estilo de comunicación. La contraparte sospechará de dicho comportamiento y perderá la confianza.
- Por último, no interrumpa en la conversación. Se suele hablar una vez que la contraparte termine su presentación o tema.

8. Contactos de Interés

- Ministerio de Comercio Exterior de Dinamarca: <http://www.um.dk/en>
- Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/>
- Información de inversión en Dinamarca: www.investindenmark.dk
- Página web oficial de Dinamarca: www.denmark.dk
- Doing Business: <http://espanol.doingbusiness.org>
- Datamonitor: <http://www.datamonitor.com>
- Business Monitor: <http://www.businessmonitor.com/>
- Instituto Danés de Estadística: www.dst.dk
- Federación de Industrias Danesas: <http://www.di.dk>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo <http://www.mincetur.gob.pe>

9. Eventos Comerciales

Cuadro 17: Calendario de Eventos 2011

	<p align="center">Copenhagen International Fashion Fair</p> <p>Fecha: 04.08.2011 - 07.08.2011 Organizador: Bella Center A/S Sector: Confecciones Página web: www.ciff.dk</p>
	<p align="center">Formland: Trade Fair for Skandinavian Design, Table Top, Giftware, Handicraft & applied Art</p> <p>Fecha: 18.08.2011 - 21.08.2011 Organizador: MCH, Messecenter Herning Kongresscenter Sector: artesanías y artículos de regalo Página web: www.formland.com</p>
	<p align="center">Scandinavian Shoe & Bag Fair (CIFF)</p> <p>Fecha: 11.09.2011 - 12.09.2011 Organizador: Scandinavian Shoe Centre A/S Sector: Cuero y calzado Página web: http://www.shoe-centre.dk/</p>

Fuente: www.auma.de

10. Bibliografía

BANCO CENTRAL DE DINAMARCA

<http://www.nationalbanken.dk/>

BUSINESS MONITOR

www.businessmonitor.com

DATAMONITOR

www.datamonitor.com

DOING BUSINESS

www.doingbusiness.org

EUROMONITOR

www.euromonitor.com

FEDERACION DE INSDUSTRIAS DANESAS

<http://www.di.dk>

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI)

www.imf.org

HUMAN DEVELOPMENT REPORT 2010

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

INSTITUTO DANES DE ESTADISTICA

www.dst.dk

INVERSION EN DINAMARCA

www.investindenmark.dk

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DEL PERÚ

www.rree.gob.pe

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR DE DINAMARCA

<http://www.um.dk/en>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

www.mincetur.gob.pe

MINISTERIO DE ECONOMIA

<http://www.oem.dk/english>

NACIONES UNIDAS

www.un.org/es

PAGINA WEB OFICIAL DE DINAMARCA

www.denmark.dk

SUNAT

www.sunat.gob.pe

THE FEDERATION OF INTERNATIONAL TRADE ASSOCIATIONS (FITA)

www.fita.org

WEF (WWW.WEFORUM.ORG)

www.weforum.org

WORLD TRADE ATLAS

<http://www.gtis.com/GTA/>