

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2012

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\$ 111,895 millones, monto 14.9 % superior al año anterior. En 2010, las exportaciones cerraron en US\$ 97,399 millones. Las importaciones se situaron en US\$ 95,666 millones durante el 2011. Dicho monto representó un aumento de 12.7% con respecto al 2010. Ni las exportaciones, ni las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en 2008.

Los productos importados de mayor crecimiento fueron: demás aceites pesados (gasolina) (US\$ 4,835 millones), materias de partes no especificadas (US\$ 2,768 millones), aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos (US\$ 2,312 millones), demás medicamentos preparados (US\$ 1,940 millones) entre otros productos.

En 2011, las exportaciones de bienes aumentaron en un 14.9% como resultado de la recuperación de los mercados tradicionales. Durante el mismo período, los seis principales destinos de las exportaciones danesas fueron: Alemania (16.1%), Suecia (12.6%), Reino Unido (9.4%), Noruega (6.1%), Estados Unidos (5.9%) y Países Bajos (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\$ 125.8 millones, monto 46.4% superior al año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 48.3 millones durante 2011. Dicho monto representó una disminución de 16.9% con respecto al 2010.

En el rubro no tradicional, los principales productos exportados a Dinamarca pertenecen al sector textil, químico, y agropecuario. Principalmente destacan lacas y colorantes (24 millones / 16.2 % crecimiento), carmín de cochinilla (8.4 millones / 18.2% de disminución), corteza de limón (2.7 millones / 21.0% de disminución), espárragos (2.2 millones / 4.5 % de disminución)



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

Dinamarca se está viendo también afectada por la debilidad de la economía mundial pero, a pesar de ello, su economía parece sólida. El crecimiento previsto del PIB para 2012 es de 1,1% mientras que para 2013 es de 1,5%. Las previsiones del déficit público son mejores que las calculadas en diciembre de 2010, así para 2012 se estima que será de un 3,8% y para 2013 de un 1,7%.

Las autoridades danesas continúan preocupadas con la coyuntura internacional, el sector inmobiliario y los problemas de financiación con los que se están encontrando las empresas. En un intento de mejorar esta última circunstancia, el Gobierno acordó recientemente un nuevo paquete de estímulo –Paquete Bancario 5- cuyos principales elementos incluyen el incrementar los fondos públicos destinados a capital-riesgo, a la financiación de las actividades exportadoras y a las actividades agrícolas. Además, dentro de las medidas previstas se incluye la absorción por parte del Estado de la cartera inmobiliaria del Banco FIH, -propiedad de los mayores fondos de pensiones del país- con el fin de devolver a esta institución financiera su antiguo estatus de banca comercial exclusivamente

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 afecto principalmente el empleo. El consumo privado y la producción industrial también se han reducido significativamente.

2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

La tasa de crecimiento del PBI fue negativo en el periodo 2008-2009, sin embargo a partir del 2010 se ha ido revirtiendo esta tendencia. El nivel de desempleo se intensificó con la crisis y alcanzó al 7.5% en 2010, pero se redujo a 6.1% en 2011. La caída de las exportaciones y disminución de la demanda interna tuvieron gran peso en la reducción del PBI.

El PBI per cápita de Dinamarca fue de US\$ 59,709 en 2011, mostrando una tendencia positiva con respecto al 2010. La inflación se ha mantenido en niveles estables a lo largo de los últimos cinco años. Cabe resaltar, que en 2009 se registró el menor nivel de inflación con 1.4%.

Cuadro 1: Dinamarca
Evolución de los indicadores macroeconómicos
2007 – 2011

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011
PBI (variación %)	1.6	-0.8	-5.8	1.3	0.8
PBI Per cápita (US\$)	57,171	62,800	56,449	56,369	59,709
Desempleo (variación %)	3.8	3.4	6.1	7.5	6.1
Inflación (variación %)	2.4	2.5	1.4	2.9	2.5

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.

¹ Para mayor información: www.xe.com

Mid-market rates: 2012-11-20 14:21 UTC

1.00 USD = 5.82820 DKK
<u>US Dollar</u> <u>Danish Krone</u>
1 USD = 5.82820 DKK 1 DKK = 0.171580 USD

Mid-market rates: 2012-11-20 14:19 UTC

1.00 DKK = 0.445746 PEN
<u>Danish Krone</u> <u>Peruvian Nuevo Sol</u>
1 DKK = 0.44576 PEN 1 PEN = 2.24363 DKK

- **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 (Væsktfonden -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 danesa, 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 185 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Dinamarca y demás economías similares. El Perú se encuentra en la posición 43° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Dinamarca se encuentra en la posición 5°. Perú cayó 7 posiciones con respecto a 2011. Esto se debe, principalmente, a la caída en apertura de negocios (cayo 6 posiciones) y obtención de crédito (bajo 8 posiciones).

Por otro lado, Dinamarca mejoró su posición (subió una posición) con respecto a 2011 debido principalmente a una mejora significativa en el tema de registro de propiedad (subió 24 posiciones). También se registró aumentos en manejo de permiso de construcción (subió dos posiciones) y comercio transfronterizo (subió una posición).

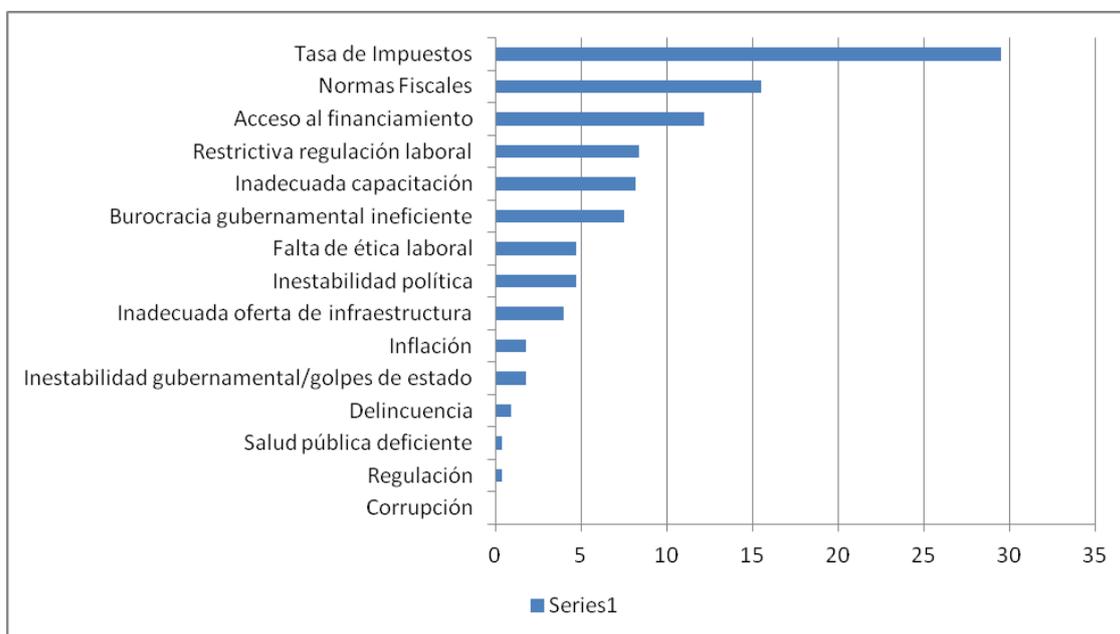
Cuadro 2: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2012

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

Fuente: Doing Business 2012. Banco Mundial

En el gráfico N° 1, podemos observar que los dos principales problemas para hacer negocios en Dinamarca son los impuestos y las normas fiscales, 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. El acceso al financiamiento se ubica en el tercer lugar.

Gráfico 1: Factores problema para hacer negocios



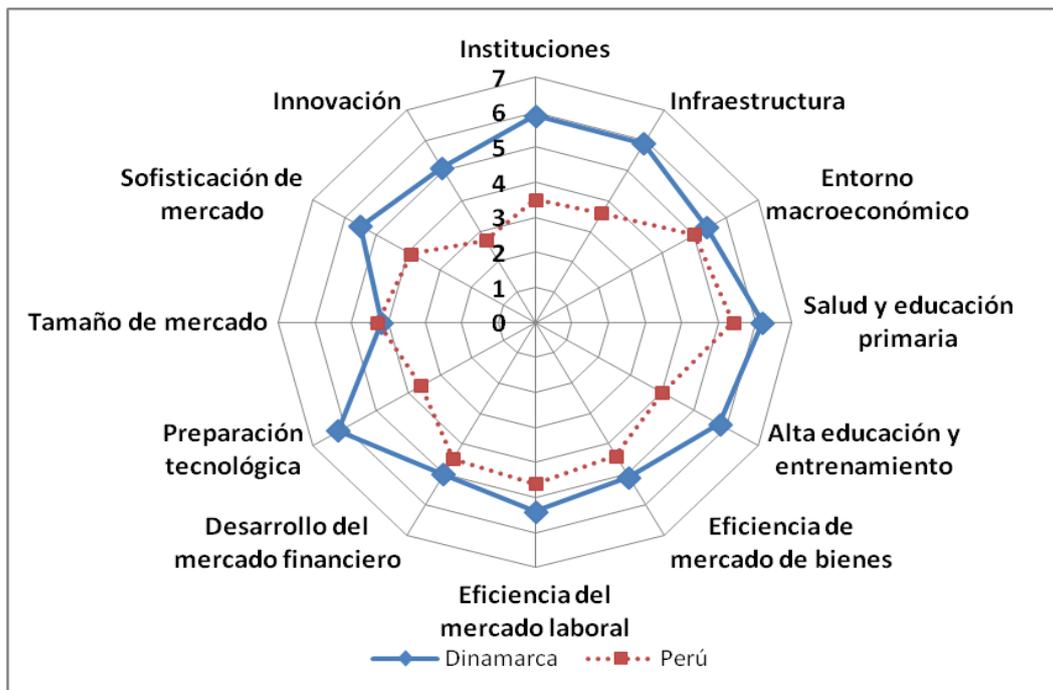
Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2011-2012

Elaboración: PROMPERU

En el ranking general de entre 142 países analizados, Dinamarca ocupa el puesto 8 y Perú, el puesto 67. En términos de competitividad Dinamarca y Perú obtuvieron 5.4 y 4.2 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 2011-2012 (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 2011-2012
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\$ 111,895 millones, monto 14,9 % superior al año anterior. En 2010, las exportaciones de Dinamarca cerraron en US\$ 97,399 millones.

Las importaciones se situaron en US\$ 95,666 millones durante el 2011. Dicho monto representó un aumento de 12.7% con respecto al 2010. Ni las exportaciones, ni las importaciones alcanzaron los niveles que se registraron en el periodo de pre crisis financiera.

En 2011, la balanza comercial de Dinamarca tuvo un saldo positivo de US\$ 16,229 millones. Se observa que la diferencia entre exportaciones e importaciones aumentó con respecto a los niveles pre crisis.

El intercambio comercial de Dinamarca con el mundo sumó US\$ 207,560 millones en 2011, lo que representó un aumento de 13.9% con respecto al año previo pero no se llegó a superar los niveles de pre crisis financiera.

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

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	103,323	117,097	94,044	97,399	111,895	2.0	14.9
Importaciones	98,126	109,437	83,041	84,883	95,666	-0.6	12.7
Balanza Comercial	5,197	7,660	11,003	12,516	16,229	-	-
Intercambio Comercial	201,450	226,534	177,084	182,281	207,560	0.7	13.9

Fuente: World Trade Atlas - CIA

En el 2011, los seis principales destinos de las exportaciones de Dinamarca fueron Alemania (16.1%), Suecia (12.6%), Reino Unido (9.4%), Noruega (6.1%), Estados Unidos (5.9%) y Países Bajos (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, en el periodo 2008- 2009, debido a la crisis internacional. Así también, los montos registrados en el 2011 no superaron a los montos pre crisis (2008), con excepción Reino Unido, Noruega, Estados Unidos, Polonia y China.

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

Países destino	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2010/2011
Alemania	16,872	19,861	15,565	16,335	18,065	10.59
Suecia	14,970	16,589	11,722	13,012	14,128	8.58
Reino Unido	7,532	9,180	7,657	7,763	10,487	35.09
Noruega	5730	6,621	5,531	5,757	6,770	17.58
Estados Unidos	5522	5,744	5,069	5,841	6,561	12.32
Países Bajos	4743	5,417	4,379	4,595	5,226	13.73
Francia	4586	5,155	4,029	4,216	4,530	7.45
Italia	3142	3,466	2,657	2,851	3,186	11.75
Polonia	2202	2,631	2,138	2,346	2,926	24.76
China	1675	2,038	1,929	2,343	2,788	19.00
España	2917	3,078	2,449	2,436	2,625	7.78
Finlandia	2770	2,846	2,095	2,356	2,583	9.58
Otros países	30,664	34,472	28,825	27,548	32,021	16.24
Total	103,323	117,097	94,044	97,399	111,897	14.88

Fuente: GLOBAL TRADE ATLAS
Elaboración: PROMPERU

Los cinco principales países proveedores son Alemania (20.4%), Suecia (13.3%), Países Bajos (7.0%), China (6.8%) y Reino Unido (6.2%). En 2011, los principales países proveedores mostraron una tendencia positiva, destacando Noruega (22.6% crecimiento), Polonia (19.3%), Reino Unido (17.2%) e Italia (15.3%).

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

Proveedores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2010/2011
Alemania	21,056	22,905	17,387	17,581	19,534	11.11
Suecia	14,081	15,173	10,794	11,297	12,754	12.89
Países Bajos	6,555	7,404	5,814	6,057	6,741	11.30
China	5,322	6,257	5,141	6,157	6,489	5.39
Reino Unido	4,969	5,523	4,725	5,100	5,977	17.18
Noruega	6,007	6,949	5,784	4,822	5,910	22.55
Italia	4,043	4,256	2,822	2,871	3,311	15.33
Francia	3,981	4,032	2,844	2,825	3,151	11.53
Bélgica	3,448	3,766	2,858	2,840	3,044	7.19
Polonia	2,366	2,968	2,206	2,462	2,936	19.25
Estados Unidos	3,156	3,329	2,672	2,547	2,612	2.58
Finlandia	2,145	2,503	1,361	1,447	1,629	12.57
Otros países	20,997	24,372	18,631	18,876	21,577	14.31
Total	98,126	109,437	83,041	84,883	95,666	12.70

Fuente: GLOBAL TRADE ATLAS
Elaboración: PROMPERU

Entre los productos importados por Dinamarca, que tuvieron un crecimiento significativo durante 2011, están los demás aceites pesados (gasolina) (US\$ 4,835 millones), materias de partes no especificadas (US\$ 2,768 millones), aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos (US\$ 2,312 millones), demás medicamentos preparados (US\$ 1,940 millones) entre otros productos.

**Cuadro 6: Dinamarca Estadísticas de Importación desde el Mundo
(Millones de US\$)**

Partida	Descripción	2010	2011	Part %	Var %
271019	Los demás aceites medios y pesados (gasolina)	3,526	4,835	4.9	37.1
999999	Materia de partes no especificadas	1,348	2,768	2.8	105.4
270900	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	1,604	2,312	2.4	44.2
300490	Demás medicamentos preparados	1,749	1,940	2.0	10.9
870332	Vehículos y automóviles para transporte de personas	1,084	1,457	1.5	34.4
851712	Teléfonos, incluidos celulares	809	1,109	1.1	37.2
847130	Máquinas automáticas para procesamiento de datos	904	1,090	1.1	20.6
870323	Vehículos automóvil para transporte de personas, cilindrada superior a 1500	831	920	0.9	10.8
230400	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya	659	762	0.8	15.7
271600	Energía eléctrica	547	705	0.7	29.0
271011	Alcohol de aviación	501	673	0.7	34.3

847330	Partes y accesorios de máquinas de la partida 8471	501	571	0.6	14.0
220421	Demás vinos	516	552	0.6	7.0
730890	Fierro de construcción estructurado	486	546	0.6	12.3
870322	Vehículo automóvil para transporte de personas, cilindrada superior a 1000c	419	537	0.5	28.0
020130	Carne de bovino deshuesada, fresca o refrigerada	394	472	0.5	19.6
LOS DEMAS PRODUCTOS		68,645	76,582	78.3	11.6
TOTAL GENERAL		84,522	97,831	100.0	15.7

Fuente: Trade Map
Elaboración: Promperú

3.2 Intercambio Comercial de Dinamarca con Perú

El monto total de las exportaciones peruanas, se situó en US\$ 125.8 millones en 2011, monto 46.4% superior al año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 48.3 millones durante el 2011. Dicho monto representó un descenso de 16.9% con respecto al 2010.

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\$ 174.1 millones en 2011. Dicho monto representó un aumento de 20.9 % 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	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2007-2011	Var% 2011-2010
Exportaciones	86.3	68.1	65.4	85.9	125.8	9.9	46.4
Importaciones	34.1	46.6	41	58.1	48.3	9.1	-16.9
Balanza Comercial	52.2	21.5	24.4	27.8	77.5	—	—
Intercambio Comercial	121	115	106.3	144	174.1	9.5	20.9

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT

Las exportaciones tradicionales representan el 66.1% del total exportado. Dicho sector alcanzó los US\$ 83.1 millones en 2011, lo que significó un aumento de 87.2%. La mayor parte de las exportaciones peruanas a Dinamarca se concentra en el sector pesquero (61.9% del total). La harina (US\$ 1.6 millones) y aceite de pescado (US\$ 76.3 millones) son los de mayor valor exportado y representan aproximadamente el 1.3% y 60.7% del total respectivamente.

El sector agrícola le sigue en importancia. Se observa que en 2011 las exportaciones de café aumentaron en 20.9% (US\$ 5.2 millones). Por otro lado, las exportaciones no tradicionales representan el 33.9% del total exportado (US\$ 42.8 millones) y la variación con respecto al año 2010 fue de 3.4%. Los principales sectores del rubro no tradicional fueron: Químico (US\$ 33 millones), Agropecuario (US\$ 6.8 millones) y Textil (US\$ 2.6 millones). El sector químico representa aproximadamente el 26.3% del total exportado durante el 2011.

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

Sector	2010	2011	Var %
Total Tradicional	44.4	83.1	87.2
Mineros	0	0	-
Hierro	0	0	-
Pesquero	40.1	77.9	94.3
Harina de pescado	1.6	1.6	0
Aceite de pescado	38.5	76.3	98.2
Petróleo y Gas Natural	0	0	-
Agrícolas	4.3	5.2	20.9
Café	4.3	5.2	20.9
Agro Resto	0	0	-
Total No Tradicional	41.4	42.8	3.4
Agropecuario	6.7	6.8	1.5
Textil	2.2	2.6	18.2
Pesquero	0.4	0.07	-82.5
Químico	31.7	33.0	4.1
Metal-mecánico	0.3	0.2	-33.3
Sidero-metalúrgico	0	0	-
Minería no metálica	0	0	-
Artesanías	0.02	0.03	50.0
Maderas y papeles	0	0.07	-
Pieles y cueros	0.02	0	-100.0
Varios (incluido joyería)	0.02	0	-100.0
Total	85.9	125.8	

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 (24 millones / 16.2 % crecimiento), carmín de cochinilla (8.4 millones / 18.2% de disminución), corteza de limón (2.7 millones / 21.0% de disminución), espárragos (2.2 millones / 4.5 % de disminución).

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

Nro.	Partida	Descripción	2009	2010	2011	Var. %
1	3205000000	Lacas colorantes	4.03	20.95	24.33	16.2
2	3203002100	Carmín de cochinilla	1.01	10.30	8.43	-18.2
3	0814001000	Cortezas de limón	2.45	3.44	2.72	-21.0
4	2005600000	Espárragos preparados o conservados, sin congelar	1.61	2.29	2.19	-4.5
5	6301209000	Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)	0.71	0.63	0.96	53.7
6	2001909000	Demás hortalizas, frutas y demás partículas comestibles	0.28	0.29	0.78	169.5
7	5109100000	Hilados de lana o pelo fino	0.43	0.61	0.57	-7.4
8	0806100000	Uvas frescas	0.03	0.04	0.41	820.2
9	5109900000	Demás hilados de lana o pelo fino	0.33	0.40	0.34	-15.1
10	0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	0.33	0.29	0.21	-28.2
11	2817001000	Óxido de cinc	0.00	0.48	0.18	-63.6
12	0811109000	Fresas (frutillas) sin adición de azúcar u otro edulcorante	0.00	0.00	0.15	-
13	2103909000	Demás preparaciones para salsas y demás salsas	0.03	0.14	0.14	3.4
14	8474900000	Partes de máquinas	0.46	0.09	0.12	46.7
15	6214200000	Chales, pañuelos, bufandas, mantillas de lana o pelo fino	0.16	0.08	0.10	31.3
LOS DEMÁS PRODUCTOS			1.46	1.43	1.15	-19.7
TOTAL GENERAL			13.32	41.44	42.76	3.2

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 2009 y 2010 fue de aproximadamente US\$ 13 millones, y la de entre 2010 y 2011 fue de US\$ 34 millones. El monto exportado de las empresas medianas en 2011 superó los niveles de pre crisis al aumentar en 14.2%. Caso contrario se observa en los montos exportados de la pequeña y micro empresa en donde se registró una disminución de 12.1% y 15.7% respectivamente en el último año.

Cabe mencionar que si bien el número de empresas exportadoras se ha reducido en ocho con diferencia al año 2010, el valor de las exportaciones se incrementó en un 46.5 % generándose exportaciones totales por US\$ 125.8 millones.

Cuadro 10: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras

Tamaño de Empresa	Número de Empresas 2011	Exportaciones Millones de US\$ 2009	Exportaciones Millones de US\$ 2010	Exportaciones Millones de US\$ 2011	Var % 2011/2010
Grande	3	15.59	28.09	62.5	122.5
Mediana	16	38.31	47.99	54.8	14.2
Pequeña	26	10.19	8.65	7.6	-12.1
Micro	37	1.26	1.15	0.97	-15.7
TOTAL	82	65.35	85.88	125.8	46.5

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, el arancel aplicado por Dinamarca a todo el mundo la preferencia para el Perú, así como los aplicados a los principales competidores.

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

Nro.	Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Posición de Perú como proveedor	Competidores (País-arancel que paga)
1	3205000000	Lacas colorantes	0 y 6.5	0	4	Países Bajos (0%), Bélgica (0%), Suecia (0%)
2	3203002100	Carmín de cochinilla	0 y 1.2	0	1	Alemania (0%), China (1.2%), Estados Unidos (1.2%)
3	0814001000	Cortezas de limón	0 y 1.6	0	-	Alemania (0%), Holanda (0%), Francia (0%)
4	2005600000	Espárragos preparados o conservados, sin congelar	0, 14.1 y 17.6	0	2	China (14.1%), Alemania (0%), España (0%)
5	6301209000	Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)	0, 9.6 y 12	0	2	Lituania (0%), Alemania (0%), India (9.6%)

6	2001909000	Demás hortalizas, frutas y demás partículas comestibles	0 y 3.7	3.7	7	Turquía (3.7%), Alemania (0%), Grecia (0%)
7	5109100000	Hilados de lana o pelo fino	0, 3.5 y 4.4	0	2	Turquía (0%), China (4.4%), Italia (0%)
8	0806100000	Uvas frescas	0, 6.7 y 9.4	0	12	Países Bajos (0%), Alemania (0%), España (0%)
9	5109900000	Demás hilados de lana o pelo fino	0 y 5	0	4	Noruega (0%), Turquía (0%), Italia (0%)
10	0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	0, 6.7 y 10.2	0	-	España (0%), Países Bajos (0%), Italia (0%)

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 como proveedor	Principales 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%². 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.

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.

²ICEX: www.icex.es

- **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 puertos³. 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 Exterior⁴ 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.

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.

³<http://marinetraffic.com>

⁴ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú

Cuadro Nº 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 Nº 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 europeo⁵ 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

⁵Tendencias 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: 31.01.2013 - 03.02.2013 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: 09.08.2012 - 12.08.2012 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: 31.01.2013 - 03.02.2013 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/>