

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Guía Multisectorial de Mercado:
DINAMARCA



Índice

I.	Resumen ejecutivo	3
II.	Información general	3
III.	Situación económica y de Coyuntura	3
3.1.	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	3
3.2.	Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	4
3.3.	Nivel de Competitividad	4
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios.....	4
4.1.	Intercambio Comercial de Dinamarca con el Mundo	4
4.2.	Intercambio Comercial Dinamarca - Perú	4
V.	Acceso al Mercado	5
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias	5
5.2.	Otros Impuestos Aplicados al Comercio	6
VI.	Oportunidades Comerciales	6
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	6
6.2.	Productos con Potencial Exportador.....	7
VII.	Tendencias del Consumidor	8
VIII.	Cultura de Negocios	8
IX.	Links de Interés.....	9
X.	Eventos Comerciales.....	9
XI.	Bibliografía	9

1. Resumen ejecutivo

El Reino de Dinamarca es un país rico, cuyo PIB per cápita figura entre los más altos del mundo y sus desigualdades sociales son pequeñas, sobre todo porque la tributación en ese país es la más alta del mundo.

En 2009, Dinamarca fue golpeada con fuerza por la crisis financiera debido a su alto grado de apertura al comercio internacional y financiamiento de su economía. Y es que como país que depende directamente de las exportaciones, ha sido afectada por la desaceleración económica de sus clientes, sobre todo en la Unión Europea.

En 1973 se unió a la Unión Europea, sin embargo, el país optó por no adherirse a algunos elementos del Tratado de Maastricht, incluida la Unión Económica y Monetaria Europea, la cooperación europea en materia de defensa y asuntos domésticos.

En ese sentido, se debe resaltar que gracias a la firma del acuerdo comercial entre Perú y la Unión Europea, a la cual pertenece Dinamarca, vigente desde marzo de 2013, tenemos acceso preferencial para gran parte de nuestros productos agrícolas y para la totalidad de productos industriales, teniendo así una clara ventaja comparativa frente a nuestros competidores para poder ofrecer nuestra oferta exportable, en especial la de productos no tradicionales.

2. Información general



Dinamarca tiene un territorio de 42 922 km², ubicada al Norte de Europa, bordeando el Mar Báltico y el Mar del Norte, en una península al norte de Alemania. También incluye varias islas importantes (Sjaelland, Fyn, y Bornholm).

Se estima que hay de 6 millones de habitantes, siendo Copenhague, la capital, el área metropolitana más poblada (1.2 millones de habitantes), le siguen Aarhus (261 mil), Odense (173 mil) y Aalborg (110 mil).

El danés es la lengua oficial, sin embargo el inglés es la segunda lengua más hablada, sobre todo por ejecutivos y funcionarios públicos.

El tipo de gobierno es una monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria, y cuenta con 5 regiones administrativas: Hovedstaden, Midtjylland, Nordjylland, Sjaelland, Syddanmark.

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro 1: Principales Variables Económicas

Indicadores Económicos	2013	2014	2015	2016	2017*
Crecimiento del PBI (%)	-0,2	1,3	1	1	1,4
PBI per cápita (US\$)	60 494	61 508	52 139	53 243	55 154
Tasa de inflación (%)	0,8	0,6	0,5	0,4	1,1
Tasa de desempleo (%)	7	6,5	6,2	6	5,8

Fuente: FMI. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ (*) Estimado

En 2016 se esperaba un crecimiento de la economía, sin embargo, esta se estancó en el mismo nivel que en 2015. Se espera una recuperación moderada para 2017 (1,4%) impulsada por el consumo e inversión, pero limitada por la baja productividad.

La tasa de desempleo es baja comparada con el promedio europeo. Así, el país está cerca del pleno empleo, pero podría tener escasez de empleados calificados debido al endurecimiento de su postura contra la inmigración.

La unidad monetaria en Dinamarca es la Corona Danesa (DKK). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD, y del Sol peruano (PEN) se indican en el siguiente cuadro¹:

1,00 USD	=	6,97586 DKK
Dólar Americano	↔	Corona Danesa
1,00 PEN	=	2,14839 DKK
Sol Peruano	↔	Corona Danesa

¹ Conversor de monedas: www.xe.com, al 31 de marzo de 2017.

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

El sector agrícola sólo contribuye 1,1% del PIB y emplea a 2,3% de la población. Sin embargo, Dinamarca es un exportador importante de productos agrícolas (cerca del 22% de sus envíos al exterior). Casi toda la tierra danesa se usa para la agricultura, siendo el sector ganadero el de mayor representación (alrededor del 90% del ingreso agrícola viene de la producción ganadera).

Dinamarca tiene recursos naturales limitados, lo que obstaculiza el desarrollo de la industria pesada. Sin embargo, el país tiene suficientes reservas de petróleo y gas para garantizar su independencia energética. Además, recientemente se autorizó la minería de uranio en el territorio danés de Groenlandia. Los sectores con mayor actividad son las industrias químicas, farmacéuticas y biotecnológica. La industria emplea a casi 20% de la población activa y contribuye 22,5% del PIB.

Finalmente, el sector de servicios aporta alrededor de tres cuartas partes del PIB y emplea al 78% de la población.

3.3. Nivel de Competitividad

A continuación se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 185 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Dinamarca y países similares.

Cuadro N° 2: Ranking de facilidad para hacer Negocios 2016

Criterios	Dinamarca	Perú	Noruega	Suecia	Finlandia
Facilidad de hacer negocios	3	54	6	9	13
Apertura de un negocio	24	103	21	15	28
Manejo permiso de construcción	6	51	43	25	40
Acceso a electricidad	14	62	12	6	18
Registro de propiedades	12	37	14	10	20
Obtención de crédito	32	16	75	75	44
Protección de los inversores	19	53	9	19	70
Pago de impuestos	7	105	26	28	13
Comercio transfronterizo	1	86	22	18	33
Cumplimiento de contratos	24	63	4	22	30

Fuente: Doing Business 2017. Banco Mundial

Elaboración PROMPERU

4. Comercio Exterior de Bienes

4.1. Intercambio Comercial de Dinamarca con el Mundo

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial Dinamarca – Mundo

Millones de US\$

Comercio Exterior	2012	2013	2014	2015	2016	Var % Prom.	Var% 16/15
Exportaciones	106,104	110,470	110,749	94,619	94,212	-2.9	-0.4
Importaciones	91,326	97,252	99,568	85,327	85,152	-1.7	-0.2
Balanza Comercial	14,779	13,218	11,181	9,291	9,060	-	-
Intercambio Comercial	197,430	207,721	210,317	179,946	179,364	-2.4	-0.3

Fuente: TRADEMAP, cifras preliminares

Elaboración PROMPERU

En el último año Dinamarca ha continuado, por segundo año consecutivo, decreciendo su intercambio comercial con el mundo, aunque su balanza comercial sigue siendo favorable. Los principales socios comerciales se encuentran en la Unión Europea (cerca de 64% del comercio danés), sobre todo Alemania, Suecia, Países Bajos, Noruega y Reino Unido.

4.2. Intercambio Comercial Dinamarca – Perú

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Dinamarca – Perú

Millones de US\$

Comercio Exterior	2012	2013	2014	2015	2016	Var % Prom.	Var% 16/15
Exportaciones	170	98	114	142	88	-15.1	-38.1
Importaciones	62	101	68	140	62	0.02	-56.1
Balanza Comercial	108	-3	46	2	27	-	1159.9
Intercambio Comercial	231	200	182	283	150	-10.3	-47.0

Fuente: SUNAT.

Elaboración PROMPERU

Por tercer año consecutivo la balanza comercial entre Perú y Dinamarca, ha sido favorable para nuestro país; no obstante, los envíos hacia este mercado, durante el último año se han visto afectados por una disminución en cuanto a la demanda de productos tradicionales, en especial el aceite de pescado (-US\$ 61 millones).

Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos

Millones de US\$

SECTOR	2015	2016	VAR. % 16/15
TRADICIONAL	110	49	-55.2%
PESQUERO	109	48	-55.9%
AGRÍCOLA	2	1	-6.5%
NO TRADICIONAL	32	39	21.3%
QUÍMICO	17	24	45.3%
AGROPECUARIO	10	9	-14.0%
TEXTIL	2	2	0.0%
MADERAS Y PAPELES	2	2	-8.8%
PESQUERO	1	1	134.8%
METAL-MECÁNICO	0	0	-4.2%
SIDERO-METALÚRGICO	0	0	47.3%
VARIOS (inc. joyería)	0	0	-58.8%
MINERÍA NO METÁLICA	0	0	-28.3%
PIELES Y CUEROS	0	0	-100.0%
TOTAL GENERAL	142	88	-38.1%

Fuente: SUNAT

Elaboración PROMPERU

En 2016, las exportaciones no tradicionales representaron 44% de los despachos realizados hacia este mercado, siendo el sector químico el de mayor representatividad, con productos como el carmín de cochinilla y las lacas colorantes.

Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales

Millones US\$

Partida	Descripción	2012	2013	2014	2015	2016	Var. Prom.	Var. 15/16	Part. 16
3203002100	Carmín de cochinilla	3	2	3	8	13	42.3%	60.5%	32%
3205000000	Lacas colorantes	9	5	9	8	12	5.4%	36.2%	30%
0814001000	Cortezas de limón	2	1	2	7	4	26.5%	-34.9%	12%
0307291000	Conchas de abanico	1	1	1	0	1	22.8%	227.8%	4%
2005600000	Espárragos en conserva	2	2	2	1	1	-4.2%	-13.5%	3%
4409292000	Madera moldurada	0	0	0	1	1	102.1%	-6.5%	3%
5109100000	Hilados de lana o pelo fino	0	1	1	1	1	20.1%	22.0%	2%
0806100000	Uvas frescas	1	0	0	0	1	-1.4%	2112.5%	2%
2001909000	Demás hortalizas y frutas en conserva	1	1	1	1	1	-15.1%	-3.1%	2%
1008509000	Quinua	0	0	0	0	0	-	198.8%	1%
	Resto	4	4	5	4	4	-3.8%	-9.8%	9%
Total Exportaciones No Tradicionales		23	17	26	32	39	14.0%	21.3%	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración PROMPERU

5. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

Como miembro de la UE, Dinamarca también aplica las mismas tasas de aranceles aduaneros sobre los productos importados. Para mayor información sobre aranceles de importación para productos específicos provenientes de Perú, se sugiere visitar el sitio web de EXPORT HELPDESK – Mi Exportación: http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

De otra parte, cabe mencionar que existen contingentes arancelarios, que pueden ser de dos tipos. Los primeros son los contingentes arancelarios preferenciales, que se acuerdan a través de convenios comerciales y acuerdos preferenciales entre la UE y determinados países. Esto significa que un volumen predeterminado de mercancías procedentes de un país específico puede importarse en la UE con un arancel más favorable. En segundo lugar están los contingentes arancelarios autónomos, que pueden abrirse para algunos sectores económicos con el fin de estimular la competencia dentro de la UE. Estos suelen concederse a materias primas, productos semielaborados o elementos cuya cantidad dentro de la UE es insuficiente.

Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Participación Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Perú
320300	Carmín de cochinilla	1	Alemania (14%), Italia (10%), EE.UU. (9%)	0%	0%
320500	Lacas colorantes	1	EE.UU. (35%), Reino Unido (18%), Suecia (4%)	0%	0%

081400	Cortezas de limón	14	Países Bajos (42%), Alemania (36%), Tailandia (12%)	1.6%	0%
030729	Conchas de abanico	5	Viet Nam (32%), Islas Feroe (21%), EE.UU. (18%)	20%	0%
200560	Espárragos en conserva	3	China (48%), Alemania (33%), Hong Kong (1%)	17.6%	0%
440929	Madera moldurada	13	Indonesia (18%), Brasil (18%), Suecia (14%)	0%	0%
510910	Hilados de lana o pelo fino	4	Turquía (26%), Noruega (20%), China (18%)	5%	0%
080610	Uvas frescas	17	Países Bajos (40%), España (15%), Alemania (14%)	-	0%
200190	Demás hortalizas y frutas en conserva	6	Alemania (23%), Turquía (14%), Grecia (13%)	5%	0%
100850	Quinua	5	Países Bajos (37%), Reino Unido (22%), Ecuador (19%)	US\$ 41.15/Ton	0%

Fuente: TRADEMAP, Market Acces Map

Elaboración PROMPERÚ

Medidas No Arancelarias

Al igual que con los aranceles de importación, Dinamarca aplica las normas comunitarias de la UE en su tratamiento comercial con terceros países.

- Requisitos sanitarios y fitosanitarios: la normativa en materia de seguridad alimentaria sirve para proteger la salud humana, animal, y el medio ambiente, así como los intereses de los consumidores. Para mayor información visite el siguiente link: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=ES
- Requisitos medioambientales: para proteger el medio ambiente, las mercancías importadas deben cumplir una serie de requisitos específicos como: productos químicos, sustancias que agotan la capa de ozono, gases fluorados de efecto invernadero, especies en peligro de extinción y residuos. Para mayor información sobre estas normas, puede revisar el siguiente link: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_RequisitosMedioambientales.html&docType=main&languageId=ES
- Requisitos técnicos: estos buscan proteger los derechos de los consumidores, y es que las mercancías importadas en la UE deben cumplir con los requisitos específicos. Los principales requisitos se refieren a seguridad de los productos, normalización técnica, envasado y etiquetado. Para mayor información sobre estas normas, puede revisar el siguiente link: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_RequisitosTecnicos.html&docType=main&languageId=ES
- Normas de comercialización: los productos importados en la UE (principalmente los alimentos), deben cumplir algunos requisitos relativos a la calidad. Para mayor información, puede revisar el siguiente link: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_NormasDeComercializacion.html&docType=main&languageId=ES
- Restricciones a la importación: Estas se dan en función del país de origen y del tipo de producto (agrícola, textil y siderúrgico). Para conocer más sobre este tema puede visitar el siguiente link: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_RestriccionesALaImportacion.html&docType=main&languageId=ES

5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

- Impuesto al Valor Agregado (IVA): las tasas aplicadas dependen de la tipología de los bienes:
 - Normal (25%): se aplica a todos los bienes o servicios.
 Se debe indicar que este impuesto no se aplica en otros territorios daneses como Groenlandia y las Islas Feroe.
- Impuestos Especiales: se imponen sobre bienes nocivos para la salud del consumidor o que contaminen el medio ambiente (alcohol, tabaco, hidrocarburos, etc.). Mayor información, ingrese a: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_ImpuestosEspeciales.html&docType=main&languageId=ES

6. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Los productos peruanos tienen de acceso preferencial a los aún 28 países miembros de la Unión Europea, de la cual Dinamarca forma parte, gracias al Acuerdo Comercial vigente desde marzo de 2013. Este concede aranceles preferenciales para el 99,3% para productos agrícolas y para el 100% de bienes industriales. Gracias a ello, productos como cacao, paltas, pisco, arándanos, quinua, cochinilla, etc., pueden ingresar al mercado europeo libres de arancel.

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado danés. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Dinamarca (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Sector Agropecuario

Cuadro N° 8: Potencial Exportador – Sector Agropecuario

Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Dinamarca 2016	Arancel Perú	Competidores Arancel
080390	Plátanos frescos o secos	Estrella	75	0%	Alemania (0%), Suecia (0%), Rep. Dominicana (0%)
080440	Paltas frescas o secos	Estrella	46	0%	Países Bajos (0%), España (0%), Reino Unido (0%)
080550	Limonos y limas frescas	Prometedor	27	0%	España (0%), Países Bajos (0%), Alemania (0%)
081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	Prometedor	21	0%	Países Bajos (0%), Polonia (0%), España (0%)
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	Prometedor	15	0%	Reino Unido (0%), Nicaragua (0%), Francia (0%)
200799	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas	Prometedor	12	0%	Italia (0%), Francia (0%), Reino Unido (0%)
070920	Espárragos frescos	Prometedor	10	0%	Países Bajos (0%), España (0%), Italia (0%)
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Prometedor	8	0%	Países Bajos (0%), España (0%), Alemania (0%)
070960	Frutos del género "Capsicum" o "Pimienta", frescos o refrigerados	Consolidado	47	0%	Países Bajos (0%), España (0%), Alemania (0%)
080520	Mandarinas, inc. las tangerinas y satsumas; clementinas, wilkings, frescos	Consolidado	23	0%	España (0%), Países Bajos (0%), Alemania (0%)

Fuente: Trademap/ Market Acces Map

Elaboración PROMPERÚ

La disminución de la población en el país fue un factor clave que tuvo como consecuencia la baja en cuanto al volumen total de ventas de alimentos frescos en 2016. Además, otros factores negativos afectaron negativamente el consumo de alimentos frescos, como el aumento de los hogares unifamiliares que siguió impulsando la demanda de comidas preparadas y alimentos envasados en lugar de cocinar alimentos frescos, así como y la menor voluntad de cocinar entre los consumidores más jóvenes.

Cuadro N° 9: Potencial Exportador – Sector Pesquero

Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Dinamarca 2016	Arancel Perú	Competidores Arancel
030616	Camarones y langostinos congelados	Consolidado	191	0%	Groenlandia (0%), Canadá (12%), Islas Feroe (0%)
030251	Bacalao fresco o refrigerado	Estrella	131	0%	Noruega (0%), Suecia (0%), Alemania (0%)
160414	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito	Consolidado	37	0%	Reino Unido (0%), Seychelles (0%), Colombia (0%)
030471	Filetes congelados de bacalao	Consolidado	33	0%	Groenlandia (0%), Alemania (0%), China (7.5%)
030254	Merluza fresca o refrigerada	Prometedor	6	0%	Reino Unido (0%), Alemania (0%), Noruega (0%)
030487	Filetes congelados de atún, listados o bonitos de vientre rayado	Prometedor	4	0%	Bélgica (0%), Viet Nam (14.5%), Reino Unido (0%)

Fuente: Trademap/ Market Acces Map

Elaboración PROMPERÚ

El mercado español de pescados y mariscos registró una disminución del volumen total de 2% en 2016, siendo los productos frescos los que han tenido las mayores depresiones, es que los consumidores jóvenes y aquellas personas que viven solas consumen mucha menor cantidad de este tipo de productos.

Sector Confecciones
Cuadro N° 10: Potencial Exportador – Sector Confecciones
Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Dinamarca 2016	Arancel Perú	Competidores Arancel
611030	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y similares de punto, de fibras ..	Estrella	255	0%	China (12%), Bangladesh (0%), Turquía (0%)
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras, de fibras sintéticas o artificiales para mujeres o niñas	Estrella	169	0%	China (12%), India (9.6%), Turquía (0%)
610990	T-shirts y camisetas de punto, de otras materias textiles	Estrella	153	0%	China (12%), Turquía (0%), Alemania (0%)
620293	Anoraks, cazadoras y similares de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas	Estrella	148	0%	China (12%), Alemania (0%), Suecia (0%)
620193	Anoraks, cazadoras y similares de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños	Estrella	121	0%	China (12%), Alemania (0%), Países Bajos (0%)
620463	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos de fibras ...	Estrella	70	0%	China (12%), Viet Nam (9.6%), Turquía (%)
610443	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Estrella	56	0%	China (12%), Turquía (0%), Reino Unido (0%)
620469	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos, para mujeres o niñas ...	Estrella	56	0%	China (12%), India (9.6%), Bangladesh (0%)
610510	Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños	Estrella	51	0%	Bangladesh (0%), Suecia (0%), Alemania (0%)
620433	Chaquetas de fibras sintéticas, para mujeres o niñas, de punto ...	Estrella	46	0%	China (12%), Suecia (0%), India (9.6%)

Fuente: Trademap/ Market Acces Map

Elaboración PROMPERU

Los tres principales minoristas de ropa y calzado - Inditex, Primark y H&M - representan una parte importante del valor de ventas al por menor a pesar de que la industria está muy fragmentada. Siguen ganando participación y están consolidando su liderazgo en todas las categorías en las que compiten. Además, proporcionan una amplia gama de ropa a precios asequibles, que va en línea con las tendencias actuales.

7. Tendencias del Consumidor

El consumidor medio danés cuenta con un alto poder adquisitivo. Dinamarca tiene un PIB muy elevado y poca población. Al igual que otros países escandinavos, cuenta con infraestructuras modernas y una mano de obra altamente cualificada. A pesar de los altos impuestos, los daneses disfrutan de la mejor calidad de vida del mundo. Además son unos de los consumidores más exigentes del continente europeo.

Los daneses son consumidores pioneros de productos tecnológicos, pero al mismo tiempo son muy conservadores en sus compras, por lo que prefieren realizarlas en negocios que lleven mucho tiempo instalados en el país, desconfiando en algunos casos de empresas que para ellos puedan parecer que solo quieren obtener rápidos beneficios.

8. Cultura de Negocios

Siempre se debe pedir cita, preferible no hacerlo entre mediados de junio a mediados de agosto, puesto que en ese periodo muchos daneses están de vacaciones. Confirme las citas por escrito e intente ser puntual. En caso de que vaya a retrasarse más de cinco minutos avise inmediatamente por teléfono.

La correspondencia inicial deberá enviarse directamente a la empresa y no a una persona. Las presentaciones a través de terceros no son necesarias.

Los hombres de negocios daneses pueden parecer muy formales al principio, pero es muy probable que enseguida se muestren más informales. En general, las relaciones de negocios se mantienen separadas de las personales y se conservan mediante tarjetas de felicitación, regalos y comidas de negocios. Los regalos de empresa no son muy habituales en Dinamarca, pero pueden hacerse sin problemas.

La charla inicial no debe extenderse mucho, pues en una reunión de negocios los daneses prefieren entrar en materia cuanto antes. La comunicación es directa y las presentaciones deben estar bien organizadas y documentadas. Sírvese de hechos, cifras y gráficos para exponer sus argumentos y conclusiones.

9. Links de Interés

Entidad	Enlace
Ministerio de Relaciones Exteriores de Dinamarca	http://um.dk/en
Instituto Nacional de Estadística Danés	http://www.dst.dk/en/Statistik
Ministerio de Industria, Negocios y Asuntos Financieros	http://em.dk/english
Ministerio de Medio Ambiente y Alimentación	http://en.mfv.dk/
Ministerio Asuntos Económicos y del Interior	www.mineco.gob.es
Confederación Danesa de Empresas	www.danskerhverv.dk/Sider/Forside.aspx

10. Eventos Comerciales

Nombre del Evento	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
CIFF- Copenhagen International Fashion Fair	Confecciones – Joyería	Copenhague	Agosto 2018 Febrero 2018	http://ciff.dk/
REVOLVER	Confecciones	Copenhague	Agosto 2017	http://revolver.dk/

11. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Euromonitor International
- Doing Business
- CIA, The World Factbook
- Santander Trade
- Portal de Ferias - AUMA