

Ropa de baño en Dinamarca

A. CIFRAS CLAVE

En términos generales, con una extensión territorial de 42.952 km² y una población de 5.932.654 habitantes en 2023, Dinamarca es uno de los lugares más propicios para los negocios, el cuarto del mundo según el índice *Doing Business* del Banco Mundial. Su economía estable, elevados ingresos per cápita y una marcada apertura internacional hacen de Dinamarca un mercado atractivo para empresas que buscan expandirse globalmente. Además, su posición geográfica estratégica ofrece la única conexión terrestre del continente europeo con los demás países nórdicos, como Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia, lo que añade valor a su perfil como destino comercial.

Por lo que al sector de la moda se refiere, el mercado danés es maduro y altamente competitivo. Dinamarca es un país preocupado por la moda y el diseño, lo que se aprecia en la gran cantidad de tiendas de ropa, de decoración y de complementos, entre otras, que hay. En líneas generales, el país refleja la dirección que toma el mercado de la ropa de baño y, además, que este presenta un desempeño más favorable dentro del sector de las prendas de vestir.

Indicadores	2020	2021	2022	2023	2024
Población	5.822.763	5.840.045	5.873.420	5.932.654	5.961.249
Hombres	2.896.918	2.904.857	2.922.915	2.948.999	2.963.691
Mujeres	2.925.845	2.935.188	2.950.505	2.983.655	2.997.558
PIB per cápita (euros)	53.410	58.590	64.450	62.990	-
Ventas de prendas de vestir (euros)	2.630.228.188	2.818.617.450	2.902.657.718	2.994.067.114	-
Ventas de ropa de baño (euros)	23.140.940	25.597.315	27.060.403	28.510.067	-

Fuente: Elaboración propia a partir de Danmark Statistiks, International Monetary Fund y Euromonitor.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

Este documento ofrece una visión panorámica del sector de la **ropa de baño en Dinamarca**. Los códigos arancelarios que se tendrán en cuenta para el estudio serán los siguientes:

MODA DE BAÑO	
<i>MASCULINA</i>	
61123110	Trajes de baño para hombres o niños, de fibras sintéticas, de punto, con un contenido mayor o igual al 5 % en peso de hilo de caucho
61123190	Trajes de baño de fibras sintéticas, de punto, para hombres o niños (excluidos con un contenido mayor o igual a 5 % en peso de hilo de caucho)
61123910	Trajes de baño de materia textil, de punto, para hombres o niños, con un contenido mayor o igual al 5 % en peso de hilo de caucho (excluido de fibras sintéticas)
61123990	Trajes de baño de materia textil, para hombres o niños, de punto (excluido de fibras sintéticas y con un contenido de hilo de caucho mayor o igual al 5 % en peso)
62111100	Trajes de baño para hombres o niños (excluidos los de punto)
<i>FEMENINA</i>	
61124110	Trajes de baño para mujeres o niñas, de fibras sintéticas, de punto, con un contenido mayor o igual al 5 % en peso de hilo de caucho
61124190	Trajes de baño de fibras sintéticas, de punto, para mujeres o niñas (excluidos con un contenido mayor o igual a 5 % en peso de hilo de caucho)
61124910	Trajes de baño de materia textil, de punto, para mujeres o niñas, con un contenido mayor o igual al 5 % en peso de hilo de caucho (excluido de fibras sintéticas)
61124990	Trajes de baño de materia textil, para mujeres o niñas, de punto (excluido de fibras sintéticas y con un contenido de hilo de caucho mayor o igual al 5 % en peso)
62111200	Trajes de baño para mujeres o niñas (excluidos los de punto)

Fuente: Elaboración propia a partir de Danmark Statistiks.

B.2. Tamaño del mercado

El segmento de la ropa de baño en Dinamarca registró en 2023 ventas por valor de 212 millones de DKK (28 MEUR). En términos de volumen, las ventas totales ascendieron a 1.230.300 unidades en el año 2023.

Si analizamos la evolución de 2018 a 2023, se observa que las ventas reales, sin tener en cuenta la inflación, han disminuido un 12,04 %. Esto, como se aprecia en la tabla siguiente, sugiere que el aparente aumento de las ventas se debe principalmente al incremento de la inflación, y no, por tanto, al aumento del número de unidades vendidas.

VENTAS DE ROPA DE BAÑO

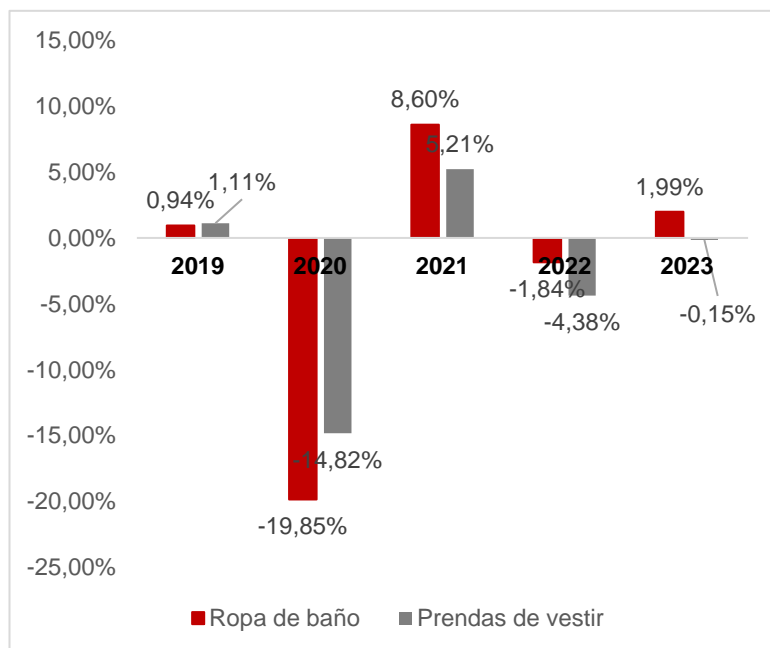
En EUR

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Evolución 18-23
VENTAS	28.268.456	28.751.678	23.140.940	25.597.315	27.060.403	28.510.067	0,85 %
IPC	100,00	100,76	101,18	103,06	110,99	114,66	
VENTAS REALES	28.268.456	28.535.342	22.870.602	24.838.022	24.381.194	24.865.481	-12,04 %

Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor y Danmark Statistiks.

No obstante, al analizar la dinámica de este segmento en comparación con el **conjunto de prendas de vestir**, como se aprecia en el gráfico siguiente, el segmento de ropa de baño es el que muestra el mayor crecimiento. De hecho, mientras que en 2023 las ventas generales de prendas de vestir experimentaron una disminución del **0,15 %** en términos reales, el segmento de ropa de baño registró un crecimiento positivo del **1,99 %**.

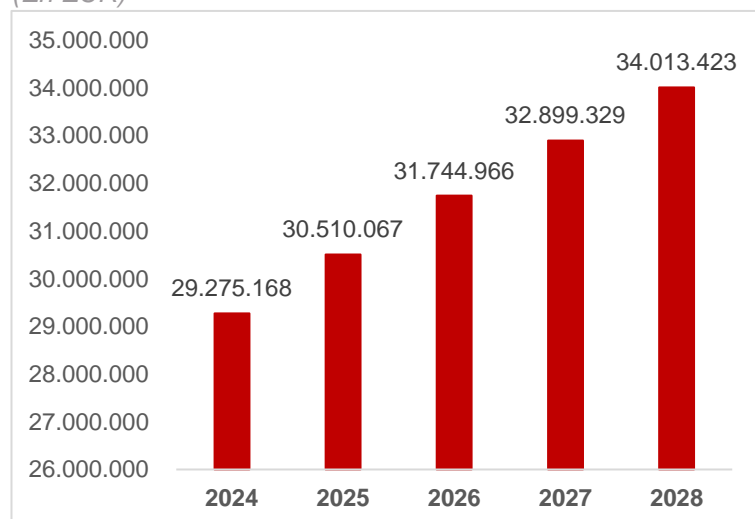
EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE ROPA DE BAÑO Y PRENDAS DE VESTIR



Analizando **por género**, las tendencias de compra para hombres y mujeres, se observa que, tanto en el sector de las prendas masculinas como en las femeninas hubo una caída real entre 2022 y 2023, de **-0,22 %** y **-0,12 %**, respectivamente. Sin embargo, en cuanto a la ropa de baño, se registró un crecimiento positivo del **2,93 %** para los hombres y del **1,57 %** para las mujeres.

Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor

VENTAS DE ROPA DE BAÑO (En EUR)



Basándose en las proyecciones y análisis realizados, se estima que el segmento de la ropa de baño experimentará, además, una recuperación significativa entre 2024 y 2025, retornando a los niveles de desempeño previos a la pandemia. Además, las estimaciones apuntan a que esta tendencia positiva se mantendrá en ascenso. De acuerdo con el último estudio publicado por Euromonitor, cuyos resultados se ilustran en el gráfico adjunto, se prevé que las ventas nominales continuarán aumentando durante el periodo 2024-2028, alcanzando un total de **34.013.423** euros en ingresos en este último año.

Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor.

Por último, para analizar cómo se comporta este segmento en función de la situación económica del país, se ha comparado el desempeño de la industria de la ropa de baño en términos reales con el **crecimiento del PIB danés**. Así pues, se observa que el sector sigue un patrón similar al del PIB, pero con fluctuaciones más pronunciadas.

Durante la pandemia de COVID-19, tanto la economía danesa como las ventas de ropa de baño experimentaron una fuerte caída, lo cual era esperable dadas las circunstancias excepcionales. Sin embargo, desde 2022, el sector ha experimentado un crecimiento que se debe principalmente a la reapertura del país, y que se ha impulsado por la reactivación de los viajes a destinos cálidos y playas locales.

Por lo tanto, a partir del análisis realizado, cabe destacar dos aspectos fundamentales de este segmento específico. En primer lugar, se evidencia una correlación entre la situación económica nacional y el comportamiento del mercado de ropa de baño. Esta dinámica resulta comprensible, ya que, en períodos de bonanza económica, la población danesa tiende a destinar recursos para viajar a destinos de climas más cálidos y tropicales. En segundo lugar, los datos revelan que este nicho en particular exhibe un desempeño notablemente favorable en comparación con otros subsectores de la ropa de vestir. Esta tendencia positiva lo posiciona como uno de los segmentos más prometedores y resilientes del mercado de prendas de vestir en general.

B.3. Principales actores

En lo que a la estructura productiva del sector se refiere, se observa que está fragmentada y se caracteriza por un número muy alto de empresas. Según datos de Euromonitor de 2023, las marcas más destacadas en el mercado danés, organizadas por su cuota de participación en el mercado y por género, son las siguientes:

RANKING DE MARCAS DE ROPA DE BAÑO DE HOMBRE

MARCA	GRUPO	% CUOTA MERCADO 2023
Hugo Boss	Hugo Boss Nordic ApS	18,7
Calvin Klein	Calvin Klein Inc.	10,5
Gant	Gant Denmark A/S	7,6
Björn Borg	Björn Borg AB	7,5
H&M	H&M Hennes & Mauritz A/S	7,3
JBS	JBS Undertøjet A/S	7,3
Speedo	Speedo International Ltd.	6,2
Jack&Jones	Bestseller A/S	4,5

RANKING DE MARCAS DE ROPA DE BAÑO DE MUJER

MARCA	GRUPO	%CUOTA MERCADO 2023
Pieces	Bestseller A/S	13,2
H&M	H&M Hennes & Mauritz A/S	11,9
Triumph	Triumph International Textil A/S	10,4
Hunkemöller	Hunkemöller Danmark A/S	9,6
Change	Change of Scandinavia A/S	9,1
Speedo	Speedo International Ltd.	5,6
Femilet	Femilet A/S	5,1

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La moda española, en particular la industria del calzado, ha gozado tradicionalmente de buena acogida en Dinamarca. Sin embargo, en la actualidad, la etiqueta *Made in Spain* ejerce una influencia menor en las decisiones de compra de los consumidores daneses. Este fenómeno se atribuye principalmente a la intensa competencia que afrontan los productos españoles en el mercado, donde se encuentran en desventaja en términos de proximidad geográfica y cultural con los escandinavos. Además, el posicionamiento y la diferenciación de otras naciones mediterráneas como Italia y Francia han ganado terreno. No obstante, marcas reconocidas como **Mango** o **Inditex** han contribuido significativamente a fortalecer la reputación de la moda española y a establecer sólidas relaciones comerciales con la población danesa.

Cabe destacar que la popularidad de España como destino turístico entre los daneses también influye positivamente en la percepción de su moda, incluida la ropa de baño. De hecho, según el *Plan Anual Operativo*, elaborado por Turespaña, España sigue siendo el destino de preferencia de los viajes de los daneses y el producto más demandado sigue siendo el sol y playa durante los meses de julio y agosto. Los principales destinos en España, teniendo en cuenta el importe de gasto realizado, son las Islas Canarias, Andalucía y las Islas Baleares

A pesar de estos factores positivos, la presencia de marcas españolas de baño en el mercado danés sigue siendo limitada en comparación con las marcas locales o internacionales más consolidadas en el país. Las grandes cadenas españolas disfrutan de una mayor visibilidad que las marcas más pequeñas. Además, es importante mencionar que el sector de la moda en Dinamarca se caracteriza por su enfoque en la sostenibilidad y la ética. Los consumidores daneses son cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de la industria textil, lo que ha llevado a un creciente interés por marcas que promueven prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente. En este sentido, las marcas españolas que se adapten a estas tendencias y comuniquen efectivamente su compromiso con la sostenibilidad podrían tener una ventaja competitiva en el mercado danés.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Existen varias oportunidades en el mercado danés para las marcas españolas de ropa de baño:

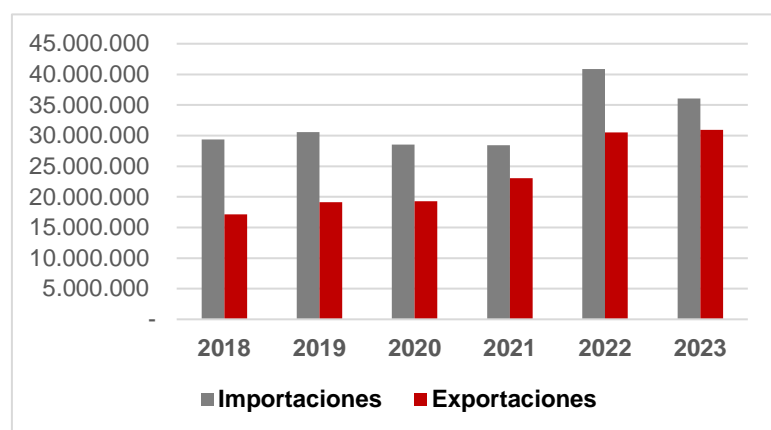
- 1. Comercio electrónico:** el auge del comercio electrónico transfronterizo facilita que las marcas españolas puedan vender directamente a consumidores daneses a través de sus propios sitios web o *marketplaces*. Esto les permite superar algunas barreras de entrada del mercado físico¹.
- 2. Asociaciones con *retailers* daneses:** establecer asociaciones con cadenas de tiendas, *boutiques* o distribuidores locales daneses puede ayudar a las marcas españolas a ganar presencia en el mercado físico. Los *retailers* daneses conocen bien las preferencias locales.
- 3. Enfoque en sostenibilidad:** destacar las credenciales sostenibles y éticas de producción puede ser una ventaja para las marcas españolas, dado el creciente interés de los consumidores daneses por la moda responsable. Aspectos como materiales reciclados, procesos de bajo impacto, etc.
- 4. Campañas de *marketing* enfocadas:** inversión en campañas de *marketing* adaptadas culturalmente al público danés, resaltando los valores y estilos de vida que la moda de baño española puede representar. Las redes sociales son un canal clave.

¹ Se recomienda consultar el estudio ICEX de comercio electrónico en Dinamarca: <https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercado/detalle-documentos.informe-e-pa-%C3%ADs-dinamarca-2023.doc036202311>

5. Exhibiciones y ferias: la participación en ferias de moda, exhibiciones y eventos en Dinamarca puede generar visibilidad y contactos con posibles socios comerciales locales.

En general, si bien hay retos, el compromiso con diseños atractivos, la sostenibilidad, el *marketing* inteligente y la adaptación a las preferencias danesas pueden abrir puertas para que la ropa de baño española encuentre oportunidades en este exigente mercado.

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DANESAS DE ROPA DE BAÑO
(en EUR)



El análisis de los datos presentados en el gráfico adjunto revela además una tendencia ascendente en las importaciones de ropa de baño en los últimos años, si bien es cierto que el ejercicio 2023 ha estado marcado por una ligera disminución fruto de la aparición de producción local.

Fuente: Elaboración propia a partir de Danmark Statistiks.

No obstante, la tendencia al alza de las importaciones es particularmente relevante debido a la posición estratégica que ocupa Dinamarca como **país de reexportación** en la región escandinava, lo que presenta una oportunidad atractiva para las empresas exportadoras. Establecer una presencia sólida en el mercado danés no sólo brinda acceso al mercado local, sino que también abre las puertas a la expansión hacia otros mercados escandinavos, aprovechando las redes de distribución existentes y las afinidades culturales compartidas.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

A pesar de que Dinamarca es uno de los países europeos que más compras *online* realiza, los consumidores daneses todavía prefieren los canales de compra *offline* tradicionales. Por lo tanto, los fabricantes o exportadores suelen establecer contacto con mayoristas, distribuidores o agentes locales para facilitar la penetración de sus productos en el mercado danés. Sin embargo, a diferencia de otros mercados europeos, en Dinamarca existen pocos distribuidores importantes. Esta situación otorga un mayor poder de negociación a los distribuidores en comparación con los fabricantes. En consecuencia, algunas empresas optan por dirigirse directamente al cliente final, evitando intermediarios, mediante la apertura de tiendas propias en el país o el establecimiento de webs de comercio electrónico. Este último canal de distribución ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años en Dinamarca. De hecho, según últimos estudios de Euromonitor, en los próximos años se espera que se dupliquen las cifras de **venta de productos online**, lo que supondría una oportunidad para las empresas españolas.

Cabe destacar que el consumidor danés es cauteloso y prefiere marcas que le aporten seguridad y confianza. Por lo tanto, es crucial implementar sólida campaña de *marketing* para darse a conocer en el mercado danés. Las estrategias de *marketing* deben adaptarse a las preferencias y tendencias locales, resaltando los valores y el estilo de vida que la marca representa. Además, el mercado danés se caracteriza por una creciente conciencia sobre la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. Por lo tanto, las marcas españolas que deseen ingresar en

este mercado deben considerar la incorporación de políticas y acciones que reflejen su compromiso con la sostenibilidad, como el uso de materiales reciclados, procesos de producción respetuosos con el medio ambiente y prácticas laborales éticas.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Dinamarca, como miembro de la Unión Europea, no impone barreras comerciales significativas, como aranceles o cuotas, a la importación de productos procedentes de España. Sin embargo, es importante tener en cuenta ciertas regulaciones y requisitos comunes que se aplican al intercambio de bienes entre los Estados miembros de la UE.

En primer lugar, las empresas españolas deben cumplir las normas relativas a la **restitución del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)** en las transacciones comerciales dentro de la Unión Europea. Esto implica seguir los procedimientos establecidos para la correcta aplicación y liquidación del IVA en los productos exportados a Dinamarca. Además, es fundamental cumplir los **requisitos de etiquetado** establecidos por la legislación europea. Las etiquetas de los productos deben incluir información clara y precisa sobre el contenido, la composición, las instrucciones de uso y cualquier otra información relevante para los consumidores daneses.

Otro aspecto importante es que, aunque se trata de un mercado común, las **tallas** de los artículos de moda de baño pueden variar incluso dentro de la Unión Europea. De hecho, el tallaje de los productos es un aspecto importante que tener en consideración debido a la mayor estatura media de la población danesa.

E.3. Ferias

Las principales ferias internacionales de moda en Dinamarca son las siguientes:

- **CIFF** – Copenhagen International Fashion Fair (<https://ciff.dk/>)². La feria CIFF se ha consolidado como la feria profesional de moda más vanguardista e internacional de la región nórdica, y la segunda feria más relevante del panorama europeo después de Pitti Florencia. Año tras año, atrae a nuevas marcas de diseño y a compradores internacionales, consolidándose como un referente de tendencias. La feria tiene carácter bianual, celebrándose en febrero y agosto para presentar las colecciones de otoño/invierno y primavera/verano, respectivamente.
- **CIFF Kids** – Copenhagen International Fashion Fair Kids (<https://ciff.dk/fair/ciff-kids>). Es muy similar a la feria CIFF pero para moda infantil. Se celebra en las mismas fechas que la CIFF.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Servicio Nacional de Aduanas: www.aduana.cl
- Centro de Comercio Internacional: <https://m.macmap.org/es/>
- Statistics Denmark: <https://www.dst.dk/en>
- Access2Markets: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/home>
- Dansk Mode and Textile: <https://www.dmogt.dk/english>
- Nordic Fashion Association: <http://nordicfashionassociation.com/>
- Wear Denmark: <https://www.weardenmark.com/en/>
- Danish Fashion Institute (DAFI): <https://danishfashioninstitute.dk/>

² Se recomienda consultar el informe ICEX de la feria CIFF 2024: <https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercado/detalle-documentos.informe-de-feria--ciff-copenhagen-international-fashion-fair--ciff-kids-autumn-winter-24-25--copenhague-2024.doc036202403>

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Copenhague** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Dinamarca**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Dinamarca, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Vesterbrogade 10, 1º piso
Copenhague 1620 - Dinamarca
Teléfono: +45 33 31 22 10
Correo electrónico: copenhague@comercio.mineco.es
<http://Dinamarca.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas

AUTORA
Lucía Pastor Villa

Oficina Económica y Comercial
de España en Copenhague
Copenhague@comercio.mineco.es
Fecha: 15/03/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR DINAMARCA



ICEX España
Exportación
e Inversiones