

# EL MERCADO DE LA PERFUMERÍA Y CUIDADO DE LA PIEL, CAPILAR Y PERSONAL EN DINAMARCA

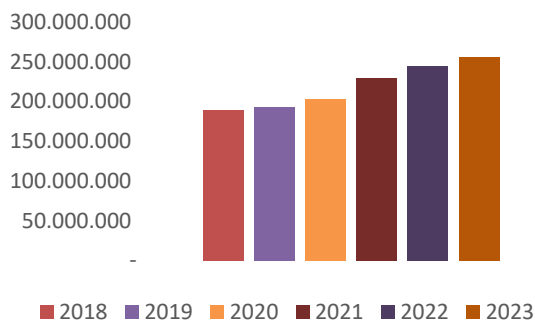
2024

## Definición del sector

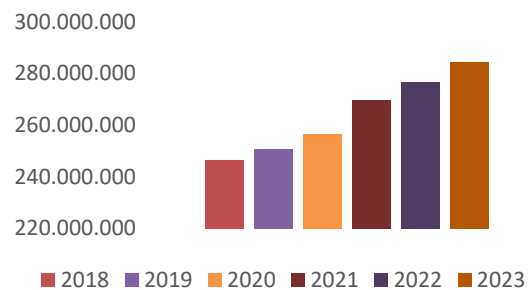
Productos	Perfumería y cuidado personal	Principales regiones	Dinamarca
Categorías	33.03 Perfumes y aguas de tocador 33.04.99 Cuidado de la piel	33.05 Preparaciones capilares 33.06 Cuidado bucal	33.07 Desodorantes 34.01 Jabón

## Oferta. Ventas

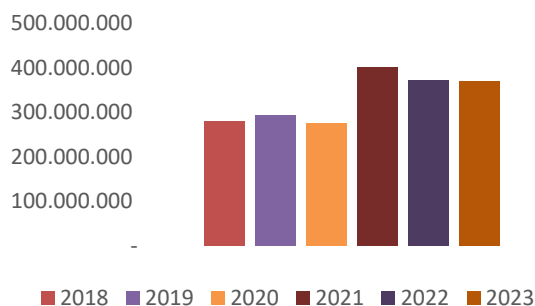
### Fragancias



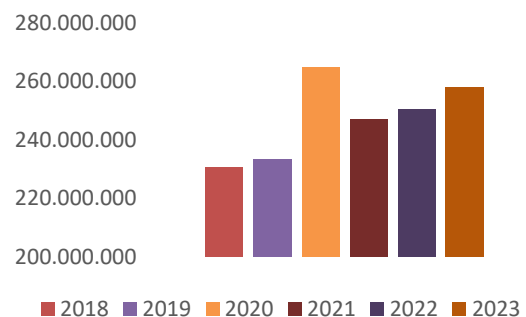
### Cuidado capilar



### Cuidado de la piel



### Cuidado personal



## Demanda

### Preferencias de los consumidores

- Sostenibilidad
- Origen orgánico y natural
- Diseño y estética minimalista
- Reputación y marca

### Por categoría de producto:

- Perfumes:** lealtad de marca, aunque se compra en tamaño de envase reducido para disminuir coste.
- Cuidado capilar:** compra online y marcas extranjeras.
- Cuidado de la piel:** eslogan "menos es más". Preferencia productos multifuncionales. Ganan peso las marcas de distribuidor.
- Cuidado personal:** los productos de higiene para baño y ducha son los favoritos entre las marcas de distribuidor. En cuanto a los desodorantes, los aerosoles son los más populares, aunque se espera que los formatos en roll-on pronto les igualen en ventas. En lo que respecta al cuidado bucal, destaca la pasta dental con propiedades terapéuticas.

## Precios

### Revisión de las marcas líderes en los canales de distribución más frecuentados. Resultados:

- Baño y ducha:** Coop ofrece los precios más económicos para tanto marcas de distribuidor como otras marcas. Palmolive también es asequible en Salling group y Sanex en Normal.
- Desodorantes:** La marca de distribuidor más económica está en Coop, mientras que otras marcas tienen mejores precios en Normal.
- Cuidado bucal:** El canal más económico es Normal.
- Cuidado de la piel:** Los precios más asequibles se encuentran en Normal y Salling Group.
- Cuidado capilar:** La marca de distribuidor más económica pertenece al grupo Salling.
- Perfumes:** Los precios más bajos se encuentran en Salling group.

# EL MERCADO DE LA PERFUMERÍA Y CUIDADO DE DE LA PIEL, CAPILAR Y PERSONAL EN DINAMARCA

## Percepción del producto español

¿Cuáles son los aspectos clave que los productos españoles podrían enfocar para destacar en el mercado danés?

- Ingredientes naturales, orgánicos y sostenibles
- Certificaciones como Nordic Swan Ecolabel
- Diseños de empaquetado minimalistas y ecológicos
- Etiquetado en danés y resaltar información específica que haga diferenciar al producto
- Marketing para resaltar la herencia mediterránea

## Acceso al mercado

### Barreras arancelarias y fiscales

- Los productos de perfumería y cuidado personal provenientes de España no están sujetos a aranceles ni impuestos específicos que graven el comercio.
- IS: 22 %
- IVA: 25 %

### Barreras no arancelarias

- Etiquetado: Reglamento (CE) N° 1223/2009.
- Certificados: sellos de calidad reconocidos que cumplan con las normativas locales e internacionales. Destaca: Nordic Swan Ecolabel.

### Otras barreras

- Dominio de las grandes marcas
- Distribución centralizada
- Preferencia por cosméticos orgánicos

## Perspectivas del sector

- **Perfumes:** demanda de envases de pequeñas cantidades y explorar nuevos productos. Disminución fidelidad de marca.
- **Cuidado capilar:** creciente demanda marcas de distribución
- **Cuidado de la piel:** productos naturales, veganos y sostenibles. Adaptación según preferencias de consumidor.
- **Cuidado personal:** los productos de higiene para baño y ducha tienden a la especialización en categorías nicho como la higiene íntima. Se estima que en lo que a los desodorantes se refiere, los Roll-Ons ganarán cuota de mercado. En cuidado bucal se optará por marcas distribuidor.

## Información práctica

Ferias	Publicaciones	Asociaciones
Beauty <a href="https://www.beauty2024.dk/">https://www.beauty2024.dk/</a>	Informe feria Beauty <a href="https://lc.cx/8htBKv">https://lc.cx/8htBKv</a>	DKF – Dansk Kosmetolog Forening <a href="mailto:info@dkfnet.dk">info@dkfnet.dk</a>

## Más info [Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización  
Lucía Pastor Villa

16 de julio de 2024  
Copenhague

Supervisión  
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Copenhague

<http://Dinamarca.oficinascomerciales.es>

Editado  
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

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.

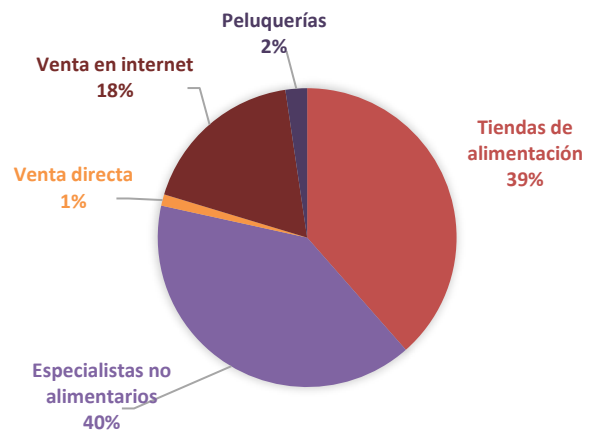
Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global  
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)  
[www.icex.es](http://www.icex.es)

JULIO, 2024 · NIPO 224240080

## Canales Distribución

Los principales canales de distribución cambian de acuerdo a la categoría del producto. En general, los daneses todavía prefieren las tiendas físicas sobre las compras en línea. A continuación, se detalla la identificación de los principales canales de distribución según las ventas:



## Oportunidades

¿Cuáles son las oportunidades que presenta el mercado danés?

- Productos ecológicos.
- Innovación y creación de nuevos productos según la demanda va cambiando.
- Competitividad de precios.
- Empresas multinacionales.