EL MERCADO DE MODA MUJER EN DINAMARCA

2025

Definición del sector

Productos	Ropa de Mujer	**Principales regiones**	Copenhague, Aarhus y Odense
Categorías	Ropa de calle, ropa de noche, ropa de baño ropa interior.	**Principales productos demandados**	Pantalones, camisetas y abrigos.

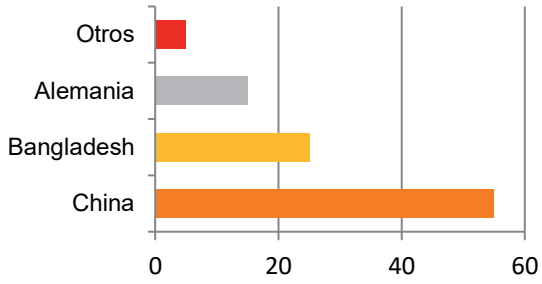
Comercio exterior

Importaciones y exportaciones (2018 - 2024)

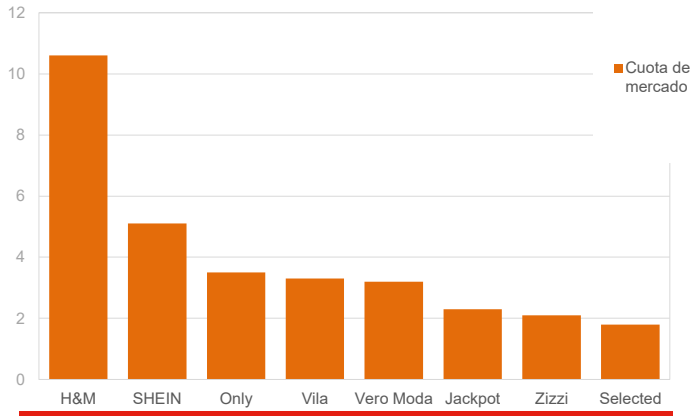
Datos en miles de euros

- Crecimiento del 31 % en importaciones (2020–2024): A pesar de una caída en 2023, las importaciones de moda femenina en Dinamarca han aumentado considerablemente.
- Proveedores principales: Asia lidera el mercado: China, Bangladesh, India y Turquía concentran la mayoría de las importaciones, seguidos por Alemania y Suecia en segmentos más técnicos o de valor añadido.
- Oportunidad para marcas sostenibles y locales: La alta dependencia de importaciones globales abre espacio para marcas que apuesten por trazabilidad, diseño responsable y producción ética o ganchillo como las categorías con mayor incremento en valor desde 2019.
- Prendas confeccionadas lideran las importaciones: El 83 % del total importado en 2024 corresponde a ropa no de punto, destacando trajes, conjuntos y pantalones (partida 62.04) con 827 millones de euros.

Principales países proveedores



Oferta



Precios

- Tipo de cambio estable pero relevante: Aunque Dinamarca no pertenece a la eurozona, mantiene un tipo de cambio fijo respecto al euro (7,46038 DKK/EUR, con una banda de fluctuación de ±2,25 %), lo que facilita la planificación financiera para exportadores desde España.
- Precios finales competitivos: No existen aranceles para las importaciones desde España, por lo que el Precio de Venta al Público incluye solo el coste de producción, transporte, márgenes comerciales y el IVA danés (25 %), favoreciendo la competitividad de las marcas españolas.
- Segmentación clara por precio y posicionamiento: H&M y SHEIN lideran el segmento económico en camisetas y pantalones, mientras que marcas como Selected, Zizzi y Jackpot se sitúan en las gamas media-alta y alta, especialmente en productos como abrigos.
- Diversidad de precios en abrigos: Es la categoría con mayor dispersión, con precios desde 319 DKK (SHEIN) hasta más de 1.600 DKK (Selected), reflejando una amplia variedad de propuestas en diseño, materiales y target, y una oportunidad clara para marcas *premium*.

Percepción de la moda femenina.

- Moda con propósito: Las mujeres danesas priorizan comodidad, precio y ajuste sobre las tendencias pasajeras, con una fuerte influencia de los valores escandinavos: funcionalidad, calidad y sostenibilidad.
- Consumo digital en alza: En 2023, el 63 % de los hombres compró ropa online, acortando la brecha con las mujeres y demostrando una creciente confianza en el comercio electrónico.
- Mercado sólido y en crecimiento: Se proyecta que la moda masculina en Dinamarca alcanzará los 1.764 millones de euros en 2025, con un consumo promedio de 10,3 prendas por persona y una mentalidad de compra consciente y práctica.

EL MERCADO DEL MODA MUJER EN DINAMARCA

2025

Percepción del producto español

- Buena reputación en cuanto a calidad, materiales y confección.
- Estética española vs. danesa: los diseños coloridos y expresivos contrastan con el estilo sobrio, neutro y minimalista danés.
- Preferencia por lo informal: el consumidor danés prioriza la comodidad y la funcionalidad en su vestimenta diaria.
- Fidelidad a marcas locales: fuerte apoyo al producto nacional por motivos culturales y de protección del mercado interno.
- El reto no es la calidad, sino la adaptación estética al gusto danés.

Canales de distribución

Canal 1 Tiendas físicas (65 % -70 %)	Los consumidores daneses siguen prefiriendo comprar en tiendas físicas, especialmente en tiendas especializadas (trajes, calzado *premium*) y grandes almacenes como Magasin du Nord, valorando la experiencia personalizada.
Canal 2 Venta *online* (30 % - 35 %)	El comercio electrónico gana fuerza, liderado por *marketplaces* como Zalando, Boozt, About You y ASOS. Se destaca por su comodidad, variedad de productos, y políticas de devolución amigables.
Canal 3 Omnicanalidad y tendencia digital	El crecimiento del *e-commerce* se apoya en redes sociales, realidad aumentada y personalización. Las compras móviles y la fidelización en plataformas como Zalando Plus impulsan un mercado cada vez más híbrido.

Perspectivas del sector

- Crecimiento sostenido del mercado: Se prevé un aumento del 1,8 % anual (CAGR), alcanzando los 2.307 millones de euros en 2029, impulsado por un consumo más consciente y estilos de vida centrados en el bienestar y la funcionalidad.
- Ropa exterior domina el mercado: Representa el 89 % del valor total en 2024, con los *jeans* y el segmento *athleisure* (*leggings*, tops) mostrando el mayor dinamismo por su combinación de estilo, calidad y confort.
- Segmentos estratégicos en alza: Ropa interior (+1,9 % anual) y ropa de baño (+1,6 %) crecen con fuerza gracias a la innovación en materiales sostenibles, versatilidad y su integración en rutinas de autocuidado y turismo.

Acceso al mercado

Sin aranceles, pero con alta fiscalidad: No hay aranceles ni licencias especiales para productos españoles, pero se aplica un IVA del 25 % y un impuesto de sociedades del 22 %, además de cumplir normativas medioambientales que pueden implicar costos extra.

Exigencias técnicas estrictas: El etiquetado debe ser duradero, claro y cumplir con normativas europeas (Reglamento 1007/2011 y REACH). Se recomienda usar danés o inglés en las etiquetas e incluir símbolos de cuidado normalizados.

Certificaciones valoradas: Aunque no obligatorias, etiquetas como Nordic Swan, GOTS, OEKO-TEX® y Fair Wear Foundation mejoran la percepción de marca y facilitan el acceso a *retailers* y *marketplaces*.

Oportunidades

- Sostenibilidad como estándar: Ya no es un valor diferencial, sino un requisito básico; el foco está en el precio, la funcionalidad y el estilo nórdico (líneas limpias, colores neutros, calidad y durabilidad).
- Consumidor exigente pero abierto: Valora el diseño depurado, la autenticidad de la marca y la claridad del mensaje. Acepta nuevas propuestas si se adaptan a su estilo de vida.
- Producto con alto potencial: Prendas versátiles, bien confeccionadas y con estética sobria tienen buena acogida; materiales de calidad y atención al detalle ayudan a justificar el precio.
- Clave del éxito: Visibilidad, adaptación al gusto local y construcción de confianza mediante canales digitales y puntos de venta estratégicos.

Información práctica

Ferias

CIFF
CIFF

MANDATORY
MANDATORY CPH | 5, 6 & 7th of August 2025 - Copenhagen

Más info

Accede aquí al estudio de mercado completo

Realización
Carlota López Bergaz

4 de julio de 2025
Copenhague

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Copenhague
http://copenhague.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
www.icex.es

JULIO, 2025 · NIPO 224250273