

Perfumería y Cosmética (Mercado Ibérico)

(Octubre 2020 – 12ª edición)

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes de **España y Portugal**, profundiza en la **evolución reciente** y las **tendencias** del sector, los **factores clave de éxito** del negocio, las **previsiones** a corto y medio plazo, las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de las **76 principales empresas** que operan en el sector (**50 empresas españolas y 26 portuguesas**).

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ Evolución del **mercado** y el **comercio exterior** en España, Portugal y el conjunto del mercado ibérico
- ⇒ Evolución del **mercado por segmentos**: cuidado de la piel, aseo, cuidado del cabello, perfumes y fragancias, y cosmética decorativa (mercado español, mercado portugués y conjunto del mercado ibérico)
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes y **factores clave** de éxito
- ⇒ **Estructura de la oferta** en España y Portugal
- ⇒ **Facturación total** y por **venta** de productos de **perfumería y cosmética** de las principales empresas
- ⇒ **Distribución de la facturación** de algunas de las principales empresas por **segmentos** y **canales** de venta
- ⇒ Cartera de **productos y marcas** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas en **España, Portugal** y el conjunto del **mercado ibérico**
- ⇒ **Resultado antes de impuestos** y su participación sobre los ingresos de las principales empresas
- ⇒ **Oportunidades y amenazas** a las que se enfrenta el sector
- ⇒ **Previsiones de evolución del mercado** en España, Portugal y el conjunto del mercado ibérico

Empresas analizadas

Empresas españolas: A.C. Cosmetics, AC Marca Personal Care, Air Val, Angelini Beauty, Avon, Beautyge, Beiersdorf, Bella Aurora, Berioska, Chanel, Clarins, Colgate-Palmolive, Cosbar, Cosmewax, Coty Beauty, Cristian Lay, De Ruy Perfumes, Dermofarm, Estée Lauder, Farlabo, Future Cosmetics, Germaine de Capuccini, Grupo Boniquet Sparchim, Henkel, Instituto Español, Isdin, Johnson & Johnson, L'Oréal, Laboratorios Belloch, Laboratorios Lamarvi, Laboratorios Maverick, Laboratorios Saphir, LVMH, Mary Kay, Natura Bissé, Oriflame, Perfumes y Diseño, Pierre Fabre, Post Quam, Procter & Gamble, Puig, RNB, Sesderma, Shiseido, Sisley, Tahe, Unilever, Wecolors, Yodeyma, Yves Rocher

Empresas portuguesas: A.C. Cosmetics, Avon, Beautyge, Beiersdorf, Chanel, Clarins, Colgate-Palmolive, Cosbar, Coty Beauty, Dermofarm, Estée Lauder, Henkel, Isdin, Johnson & Johnson, L'Oréal, LVMH, Mary Kay, Oriflame, Perfumes y Diseño, Pierre Fabre, Procter & Gamble, Puig, Roudolph Arié, Sesderma, Unilever Fima, Yves Rocher

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2019		Se prevé una caída de las ventas de dos dígitos en 2020
✓ Número de empresas	716	Las ventas de perfumería y cosmética en el mercado ibérico mantuvieron en 2019 la tendencia de crecimiento de los ejercicios anteriores, si bien se apreció en este último año una ralentización del ritmo de incremento.
- España	582	
- Portugal	134	
✓ Mercado (mill. euros)	5.356	El volumen de negocio se elevó hasta los 5.356 millones de euros , un 2,6% más que en 2018. El mercado español creció un 2,6% , hasta los 4.471 millones de euros , mientras que en Portugal las ventas aumentaron un 2,8% , situándose en 885 millones .
- España	4.471	
- Portugal	885	
✓ Crecimiento del mercado (%)	+2,6	La estructura empresarial del sector presenta una notable concentración de la oferta . Las cinco mayores empresas alcanzaron en 2019 una cuota de mercado conjunta en España en torno al 38% , mientras que en Portugal la participación de las cinco primeras fue del 36% .
- España	+2,6	
- Portugal	+2,8	
✓ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas (%)	36,0	A corto y medio plazo las previsiones de evolución del negocio están condicionadas por los efectos de la pandemia de la COVID-19 , que ha provocado una brusca ruptura en la tendencia al alza de la facturación sectorial, estimándose para el cierre de 2020 una caída superior al 10%.
- España	37,5	
- Portugal	36,1	

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimosegunda edición del estudio **Sectores** de DBK “Perfumería y Cosmética (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 217 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector**Principales conclusiones**

Tabla 1. Datos de síntesis, 2019.

1. Estructura y evolución del sector**1.1. Contexto internacional**

Tabla 2. Evolución del mercado en la Unión Europea por países, 2017-2019.

Tabla 3. Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad, 2019.

Tabla 4. Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad y países, 2019.

Tabla 5. Gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética en los países de la Unión Europea, 2019.

Tabla 6. Número de empresas del sector de perfumería y cosmética en la Unión Europea por países, 2019.

Tabla 7. Exportaciones de productos de perfumería y cosmética en los países de la Unión Europea por destinos, 2019.

Tabla 8. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos de perfumería y cosmética a escala mundial por áreas de actividad, 2019.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 9. Número de empresas y volumen de empleo, 2019.

Tabla 10. Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 2019.

Tabla 11. Número de empresas por comunidades autónomas (España) y zonas geográficas (Portugal), 2019.

Tabla 12. Grado de concentración de la oferta, 2019.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 13. Fuerzas competitivas relevantes, 2019.

Tabla 14. Grado de concentración de la oferta en el mercado ibérico de distribución alimentaria, 2019.

Tabla 15. Factores clave de éxito, 2020.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 16. Evolución del mercado, 2007-2019.

Tabla 17. Evolución del mercado por segmentos, 2015-2019.

Tabla 18. Distribución del mercado por segmentos, 2019.

Tablas 19-20. Evolución de las exportaciones y las importaciones, 2006-2019.

Tabla 21. Evolución del comercio exterior por segmentos, 2016-2019.

Tablas 22-23. Distribución de las exportaciones españolas y portuguesas por país de destino, 2018-2019.

Tablas 24-25. Distribución de las importaciones españolas y portuguesas por país de origen, 2018-2019.

1.5. La demanda

Tabla 26. Evolución del consumo final de los hogares, 2005-2019. Previsión 2020-2022.

Tabla 27. Evolución del gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética, 2007-2019.

1.6. La distribución

Tabla 28. Evolución del mercado por canales de distribución en España, 2018-2019.

Tabla 29. Evolución del número de puntos de venta minorista de perfumería y cosmética en España, 2000-2019. Distribución por tipos, 2019.

Tabla 30. Nombre comercial y número de puntos de venta de las principales empresas de distribución minorista de perfumería y cosmética en España, julio 2020.

Tabla 31. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución minorista de perfumería y cosmética en España, 2019.

Tabla 32. Penetración de las categorías de productos comprados online, 2019.

Tabla 33. Evolución del número de hipermercados, 2004-2019.

Tabla 34. Distribución geográfica de los hipermercados, 2019.

Tabla 35. Evolución del número de supermercados y autoservicios, 2004-2019.

1.7. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 36. Estructura media de costes y del balance en el mercado español, 2018. Tendencia 2019.

Tabla 37. Estructura media de costes y del balance en el mercado portugués, 2019. Tendencia 2020.

2. Principales competidores**2.1. Accionistas y recursos**

Tabla 38. Composición de los grupos analizados, 2019.

Tabla 39. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2019-octubre 2020.

Tabla 40. Titularidad del capital de las principales empresas, 2019.

Tabla 41. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2016-2019.

Tabla 42. Plantas productivas de las principales empresas, octubre 2020.

Tabla 43. Oficinas y delegaciones en España y Portugal de las principales empresas, octubre 2020.

Tabla 44. Relaciones comerciales entre las principales empresas españolas y portuguesas, octubre 2020.

2.2. Diversificación

Tabla 45. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 46. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2019.

Tabla 47. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2019.

Tabla 48. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2019.

2.3. Marketing mix

Tabla 49. Principales marcas de las principales empresas, octubre 2020.

Tabla 50. Principales productos lanzados por algunas de las principales empresas españolas, 2019-octubre 2020.

Tabla 51. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2019.

Tabla 52. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2019.

Tabla 53. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por áreas de destino, 2019.

Tabla 54. Inversión en acciones de marketing de algunas de las principales empresas, 2019.

Tabla 55. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2019.

Tabla 56. Otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2019-octubre 2020.

Tabla 57. Inversión en investigación y desarrollo de algunas de las principales empresas españolas, 2019.

2.4. Cuotas y resultados

Tablas 58-59. Evolución de la facturación total y de la facturación en el sector de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 60. Cuotas de exportación en España de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 61. Cuotas de mercado en el mercado ibérico de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 62. Cuotas de mercado en España de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 63. Participación de algunas de las principales empresas en el mercado español de perfumes y fragancias, 2019.

Tabla 64. Cuotas de mercado en Portugal de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 65. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2017-2019.

3. Perspectivas**3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias**

Tabla 66. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2020.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 67. Previsión de evolución del mercado, 2020-2021.

Tabla 68. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2020-2022.

4. Perfiles de los principales competidores