

Perfumería y Cosmética (Mercado Ibérico)

(Octubre 2025 – 16ª edición)

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de información primaria procedente de las empresas líderes, 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 el sector en los próximos años
- ⇒ Los resultados de las **principales empresas** que operan en el mismo

Principales contenidos

- ⇒ 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

El estudio recoge el posicionamiento y resultados de las 60 principales empresas del sector (39 empresas españolas y 21 empresas portuguesas):

Empresas españolas: AC Marca, Aquarius Cosmetic, Beautyge, Beiersdorf, Berioska, Cantabria Labs, Chanel, Clarins, Colgate-Palmolive, Cosmetix Makeup, Coty Beauty, De Ruy Perfumes, Dermofarm, Estée Lauder, Europer, Farlabo, Grupo Boniquet Sparchim, Henkel, Instituto Español, Isdin, Kenvue, L'Oréal, Laboratorios Lamarvi, Laboratorios Maverick, Lacer, LVMH, Natura Bissé, Perfumes y Diseño, Perseida, Pierre Fabre, Procter & Gamble, Puig, Quimi Romar, RNB, Saphir, Sesderma, Shiseido, Unilever, Wella

Empresas portuguesas: Beautyge, Beiersdorf, Cantabria Labs, Chanel, Clarins, Colgate-Palmolive, Coty Beauty, Estée Lauder, Henkel, Higicol, Isdin, Kenvue, L'Oréal, LVMH, Perfumes y Diseño, Pierre Fabre, Procter & Gamble, Puig, Roudolph Arié, Unilever Fima, Wella

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimosexta edición del estudio Sectores de DBK “Perfumería y Cosmética (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 187 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2024.

1. Estructura y evolución del sector

1.1 Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del mercado en los principales países europeos, 2022-2024.

Tabla 3. Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad, 2024.

Tabla 4. Distribución del mercado en los principales países europeos por segmentos de actividad y países, 2024.

Tabla 5. Gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética en los principales países europeos, 2024.

Tabla 6. Número de empresas del sector de perfumería y cosmética en los principales países europeos, 2024.

Tabla 7. Exportaciones de productos de perfumería y cosmética en los países de la Unión Europea por destinos, 2024.

Tabla 8. Evolución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos de perfumería y cosmética a escala mundial, 2022-2024.

Tabla 9. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos de perfumería y cosmética a escala mundial por áreas de actividad, 2024.

Tabla 10. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos de perfumería y cosmética a escala mundial por áreas geográficas, 2024.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 11. Número de empresas y volumen de empleo, 2024.

Tabla 12. Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 2024.

Tabla 13. Número de empresas por comunidades autónomas (España) y zonas geográficas (Portugal), 2024.

Tabla 14. Grado de concentración de la oferta, 2024.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 15. Fuerzas competitivas relevantes, 2025.

Tabla 16. Grado de concentración de la oferta en el mercado ibérico de distribución alimentaria, 2024.

Tabla 17. Factores clave de éxito, 2025.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 18. Evolución del mercado, 2010-2024.

Tabla 19. Evolución del mercado por segmentos, 2022-2024.

Tabla 20. Distribución del mercado por segmentos, 2024.

Tabla 21. Evolución de las exportaciones, 2010-2024.

Tabla 22. Evolución de las importaciones, 2010-2024.

Tabla 23. Evolución del comercio exterior por segmentos, 2021-2024.

Tabla 24. Distribución de las exportaciones españolas por país de destino, 2023-2024.

Tabla 25. Distribución de las exportaciones portuguesas por país de destino, 2023-2024.

Tabla 26. Distribución de las importaciones españolas por país de origen, 2023-2024.

Tabla 27. Distribución de las importaciones portuguesas por país de origen, 2023-2024.

1.5. La demanda y la distribución

Tabla 28. Evolución del consumo final de los hogares, 2010-2024. Previsión 2025-2027.

Tabla 29. Evolución del gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética, 2022-2024.

Tabla 30. Evolución del mercado de distribución minorista de perfumería y cosmética en España por canales, 2022-2024.

Tabla 31. Evolución del mercado de distribución minorista de perfumería y cosmética en España offline y online, 2021-2024.

Tabla 32. Nombre comercial y número de puntos de venta de las principales empresas de distribución minorista de perfumería y cosmética en España, octubre 2024.

Tabla 33. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución minorista de perfumería y cosmética en España, 2023.

Tabla 34. Penetración de las categorías de producto compradas online, enero-junio 2025.

Tabla 35. Evolución del número de hipermercados, 2012-2024.

Tabla 36. Distribución geográfica de los hipermercados en el mercado ibérico, 2024.

Tabla 37. Evolución del número de supermercados y autoservicios, 2012-2024.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 38. Estructura media de costes y del balance en el mercado español, 2024. Tendencia 2025.

Tabla 39. Estructura media de costes y del balance en el mercado portugués, 2024. Tendencia 2025.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 40. Composición de los grupos analizados, 2024.

Tabla 41. Principales operaciones corporativas y otras actuaciones relevantes realizadas por algunas de las principales empresas, 2023-octubre 2025.

Tabla 42. Titularidad del capital de las principales empresas, 2024.

Tabla 43. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2021-2024.

Tabla 44. Plantas productivas de las principales empresas, octubre 2025.

Tabla 45. Oficinas y delegaciones en España y Portugal de las principales empresas, octubre 2025.

Tabla 46. Relaciones comerciales entre las principales empresas españolas y portuguesas, octubre 2025.

2.2. Diversificación

Tabla 47. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2023-2024.

Tabla 48. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2024.

Tabla 49. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2024.

Tabla 50. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2024.

2.3. Marketing mix

Tabla 51. Principales marcas de las principales empresas, octubre 2025.

Tabla 52. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2024.

Tabla 53. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2024.

Tabla 54. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por áreas de destino, 2024.

Tabla 55. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2024.

Tabla 56. Otras acciones de marketing y sociales desarrolladas por 5 de las principales empresas del mercado ibérico, 2024-septiembre de 2025.

Tabla 57. Inversión en investigación y desarrollo de algunas de las principales empresas españolas, 2024.

2.4. Cuotas y resultados

Tabla 58. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 59. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 60. Cuotas de exportación en España de las principales empresas, 2023-2024.

Tabla 61. Cuotas de mercado en el mercado ibérico de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 62. Cuotas de mercado en España de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 63. Cuotas de mercado en España de algunas de las principales empresas en el segmento de perfumes y fragancias, 2024.

Tabla 64. Cuotas de mercado en Portugal de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 65. Indicadores de rentabilidad de las principales empresas, 2022-2024.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 66. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2025.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 67. Previsión de evolución del mercado, 2025-2027.

Tabla 68. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2025-2027.

4. Perfiles de los principales competidores