

Distribución de Perfumería y Cosmética

(Septiembre 2020 – 11ª 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 en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de **45 de las principales empresas** que operan en el sector.

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ **Evolución del mercado por tipo de operador:** grandes superficies y supermercados; comercio especializado; farmacias y parafarmacias/canal profesional; venta directa
- ⇒ Evolución del mercado por **segmentos de producto:** cuidado de la piel, cuidado del cabello, aseo, perfumes y fragancias, cosmética decorativa
- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ Número y localización de la **red de puntos de venta** de las **principales empresas**
- ⇒ **Aperturas y cierres** de puntos de venta en España de algunas de las principales empresas
- ⇒ **Facturación** total y por venta de perfumería y cosmética de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas, **totales** y **por tipo de operador**
- ⇒ **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

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2019

➤ Número de puntos de venta	9.000
➤ Mercado (mill. euros)	8.200
– Grandes superficies y supermercados	3.240
– Comercio especializado	3.000
– Farmacias y parafarmacias/canal profesional	1.56
– Venta directa	400
➤ Crecimiento del mercado (% var. 2019/2018)	+2,6
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	34,7

Descenso de las ventas en 2020 por el impacto de la COVID-19

Las **ventas minoristas** de productos de **perfumería y cosmética** registraron un crecimiento del **2,6% en 2019**, manteniendo la tendencia alcista de los ejercicios anteriores. Así, el valor del mercado se cifró en **8.200 millones de euros**.

Las **grandes superficies** y **cadena de supermercados** canalizan la mayor parte del mercado, concentrando el **39,5%** de la facturación total, con **3.240 millones de euros**, un **2% más** que en 2018. Por su parte, el **comercio especializado** acaparó el **36,6%**, tras crecer un **3,1%** y cifrarse en **3.000 millones de euros**.

El segmento de **cuidado de la piel** reunió el **32%** del negocio, seguido de **aseo (22%)**, **perfumes y fragancias (18%)** y **cuidado del cabello (18%)**.

El número total de **puntos especializados** en la venta minorista de perfumería y cosmética se situó en unos **9.000 en 2019**, continuando con la **trayectoria a la baja** de los años anteriores. En **2020** es previsible que se acentúe esta tendencia como consecuencia del **impacto de la pandemia de la COVID-19** en las ventas del sector. La **paralización temporal** de la actividad y el fuerte impacto de la crisis en la economía provocarán una **caída relevante del mercado** a cierre del año.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La undécima edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Perfumería y Cosmética” cuenta con una extensión de 145 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 Europa, 2006-2019.

Tabla 3. Evolución del mercado en la Unión Europea por países, 2017-2019.

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

Tabla 5. Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad y países, 2019.

Tabla 6. Gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética en los países de la Unión Europea, 2019.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 7. Evolución del número de puntos de venta minorista de perfumería y cosmética, 2000-2019.

Tabla 8. Distribución del número de puntos de venta minorista de perfumería y cosmética por tipos, 2019.

Tabla 9. Distribución geográfica de los puntos de venta minorista de perfumería y cosmética, 2019.

Tabla 10. Evolución del número de hipermercados y supermercados, 2001-2019.

Tabla 11. Distribución geográfica de los hipermercados, 2018.

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

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 13. Fuerzas competitivas relevantes, 2020.

Tabla 14. Cuotas de mercado de las principales empresas del sector de perfumería y cosmética, 2017-2018.

Tabla 15. Factores clave de éxito, 2020.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 16. Evolución del mercado, 2000-2019.

Tabla 17. Evolución del mercado por canales, 2018-2019.

Tabla 18. Evolución del mercado por segmentos de producto, 2019.

Tabla 19. Evolución del comercio electrónico de artículos de perfumería y cosmética, 2014-2019.

1.5. La demanda

Tabla 20. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2019. Previsión 2020-2021.

Tabla 21. Evolución del gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética, 2003-2019.

Tabla 22. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable media por centro, 2004-2019.

Tabla 23. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2019.

Tabla 24. Evolución del número de visitantes a los centros comerciales, 2004-2019.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 25. Estructura media de costes y del balance, 2018. Tendencia 2019.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 26. Principales operaciones corporativas de algunas de las principales empresas, 2019-julio 2020.

Tabla 27. Composición de los grupos analizados, 2019.

Tabla 28. Titularidad del capital de las principales empresas, 2019.

Tabla 29. Tipo de operador y asociación a grupos de compra de las principales empresas, julio 2020.

Tabla 30. Plantilla de las principales empresas, 2017-2018.

Tabla 31. Plantilla de algunas de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 32. Número y localización de los almacenes de algunas de las principales empresas, 2019.

2.2. Diversificación

Tabla 33. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 34. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2019.

Tabla 35. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas por comunidades autónomas, 2019.

Tabla 36. Facturación en el sector de algunas de las principales empresas derivada de las ventas por internet, 2019.

Tabla 37. Evolución de la facturación de los principales grupos de compra, 2018-2019. Número de asociados, número de establecimientos y superficie, 2019.

2.3. Marketing mix

Tabla 38. Nombres comerciales de los puntos de venta de las principales empresas, julio 2020.

Tabla 39. Condiciones de franquicia de algunas de las principales empresas, julio 2020.

Tabla 40. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2019.

Tabla 41. Principales acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2019-julio 2020.

Tabla 42. Evolución del número de puntos de venta en España de las principales empresas, 2018-julio 2020.

Tabla 43. Variación de puntos de venta de las principales empresas, 2019/2018 y julio 2020/dic.2019.

Tabla 44. Localización de las aperturas/cierres de puntos de venta en España llevadas a cabo por algunas de las principales empresas, 2019.

Tabla 45. Localización de las aperturas de puntos de venta en España llevadas a cabo por algunas de las principales empresas, enero-julio 2020.

Tabla 46. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por comunidades autónomas, julio 2020.

Tabla 47. Localización de los puntos de venta en España de las principales empresas por provincias, julio 2020.

Tabla 48. Evolución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación, 2018-julio 2020.

Tabla 49. Superficie media de los puntos de venta en España de algunas de las principales empresas de comercio especializado, julio 2020.

Tabla 50. Número y localización de los puntos de venta en el extranjero de algunas de las principales empresas, julio 2020.

2.4. Cuotas y resultados

Tabla 51. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 52. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 53. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 54. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de comercio especializado, 2018-2019.

Tabla 55. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de grandes superficies y supermercados, 2018-2019.

Tabla 56. Número total de puntos de venta en España de las principales empresas, julio 2020.

Tabla 57. Número de puntos de venta de las principales empresas en Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía y País Vasco, julio 2020.

Tabla 58. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2017-2018.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 59. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2020.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 60. Previsión de evolución del mercado, 2020-2021.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 61. Proyectos de algunas de las principales empresas, julio 2020.

Tabla 62. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2020-2021.

4. Perfiles de los principales competidores