

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, farmacia, peluquería y estética profesional, *online pure player*, venta directa
- ⇒ Evolución del mercado por **segmentos de producto:** cuidado de la piel, cabello, aseo e higiene, perfumes y fragancias, cosmética de color
- ⇒ **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
- ⇒ **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, 2021	Repunte del valor del mercado en 2021	
➤ Número de puntos de venta	9.000	<p>Las ventas minoristas de productos de perfumería y cosmética mostraron un crecimiento en 2021, tras la caída registrada en el año anterior. Así, el mercado se situó en 8.212 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 7,4%, frente al descenso del 9,6% de 2020. No obstante, a pesar de la buena evolución, la cifra de 2021 es todavía inferior a la registrada en 2019.</p> <p>Las grandes superficies y cadena de supermercados constituyen el principal canal de venta, concentrando el 33% de los ingresos en 2021, con un aumento del 3,8%. A continuación se sitúa el comercio especializado, que tras la fuerte caída en 2020, en 2021 sus ventas crecieron un 15,7%.</p> <p>Sobresale el fuerte impulso de las ventas del canal de empresas especializadas en Internet (<i>online pure player</i>), que reunió el 5% del total del mercado, con un crecimiento del 19,2% respecto a 2020.</p> <p>El número de puntos especializados en la venta minorista de perfumería y cosmética ha registrado una tendencia a la baja en los últimos años, con el cierre de pequeñas perfumerías tradicionales, viéndose especialmente reducido desde 2020. En este contexto, los cinco primeros operadores del sector reunieron en 2021 una cuota conjunta de mercado del 35%, porcentaje que se situó en el 44% al considerar a los diez primeros.</p>
➤ Mercado (mill. euros)	8.212	
– Grandes superficies y supermercados	2.740	
– Comercio especializado	2.616	
– Farmacia	1.697	
– Peluquería y estética profesional	524	
– Online pure player	416	
– Venta directa	219	
➤ Crecimiento del mercado (% var. 2021/2020)	+7,4	
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	34,8	

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La duodécima edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Perfumería y Cosmética” cuenta con una extensión de 139 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2021.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del mercado en Europa, 2008-2021.

Tabla 3. Evolución del mercado en la Unión Europea por países, 2019-2021.

Tabla 4. Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad, 2021.

Tabla 5. Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad y países, 2021.

Tabla 6. Gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética en los países de Europa, 2021.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 7. Evolución del número de hipermercados y de supermercados y autoservicios, 1996-2020.

Tabla 8. Distribución geográfica de los hipermercados, 2020.

Tabla 9. Grado de concentración de la oferta, 2021.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 10. Fuerzas competitivas relevantes, 2022.

Tabla 11. Cuotas de mercado de las principales empresas del sector de perfumería y cosmética, 2019-2020.

Tabla 12. Factores clave de éxito, 2022.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 13. Evolución del mercado, 2017-2021.

Tabla 14. Evolución del mercado por canales, 2019-2021.

Tabla 15. Evolución del mercado por segmentos de producto, 2019-2021.

Tabla 16. Evolución del mercado *offline* y *online*, 2019-2021.

1.5. La demanda

Tabla 17. Evolución del consumo final de los hogares, 2005-2021. Previsión 2022-2024.

Tabla 18. Evolución del gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética, 2017-2021.

Tabla 19. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable media por centro en España, 2008-2021.

Tabla 20. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2021.

Tabla 21. Evolución del número de visitantes a los centros comerciales, 2008-2021.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 22. Estructura media de costes y del balance, 2020. Tendencia 2021.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 23. Principales operaciones corporativas de algunas de las principales empresas, 2020-julio 2022.

Tabla 24. Composición de los grupos analizados, 2021.

Tabla 25. Titularidad del capital de las principales empresas, 2021.

Tabla 26. Tipo de operador y asociación a grupos de compra de las principales empresas, julio 2022.

Tabla 27. Plantilla de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 28. Plantilla de algunas de las principales empresas, 2020-2021.

Tabla 29. Número y localización de los almacenes de algunas de las principales empresas, 2021.

2.2. Diversificación

Tabla 30. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2020-2021.

Tabla 31. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2021.

Tabla 32. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas por comunidades autónomas, 2021.

Tabla 33. Facturación en el sector de algunas de las principales empresas derivada de las ventas por internet, 2020.

Tabla 34. Evolución de la facturación de los principales grupos de compra, 2020-2021. Número de asociados, número de establecimientos y superficie, 2021.

2.3. Marketing mix

Tabla 35. Nombres comerciales de los puntos de venta de las principales empresas, julio 2022.

Tabla 36. Condiciones de franquicia de algunas de las principales empresas, julio 2022.

Tabla 37. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2021.

Tabla 38. Principales acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2021-julio 2022.

Tabla 39. Evolución del número de puntos de venta en España de las principales empresas, 2020-julio 2022.

Tabla 40. Variación de puntos de venta de las principales empresas, 2021/2020 y julio 2022/dic.2021.

Tabla 41. Localización de las aperturas/cierres de puntos de venta en España llevadas a cabo por algunas de las principales empresas, 2021.

Tabla 42. Localización de las aperturas/cierres de puntos de venta en España llevadas a cabo por algunas de las principales empresas, enero-julio 2022.

Tabla 43. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por comunidades autónomas, julio 2022.

Tabla 44. Localización de los puntos de venta en España de las principales empresas por provincias, julio 2022.

Tabla 45. Evolución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación, 2020-julio 2022.

Tabla 46. Superficie media de los puntos de venta en España de las principales empresas en el segmento de comercio especializado, julio 2022.

Tabla 47. Número y localización de los puntos de venta en el extranjero de algunas de las principales empresas, julio 2022.

2.4. Cuotas y resultados

Tabla 48. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 49. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 50. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 51. Número total de puntos de venta en España de las principales empresas, julio 2022.

Tabla 52. Número de puntos de venta de las principales empresas en Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía y País Vasco, julio 2022.

Tabla 53. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2019-2020.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 54. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 55. Previsión de evolución del mercado, 2022-2023.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 56. Proyectos de algunas de las principales empresas, julio 2022.

Tabla 57. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2022-2023.

4. Perfiles de los principales competidores