

Distribución de Perfumería y Cosmética

(Octubre 2024 – 13ª 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 por canales de distribución:** gran consumo, selectivo, farmacia, peluquería profesional, *online pure player*, venta directa y estética profesional
- ⇒ Evolución del mercado por **segmentos de producto:** cuidado de la piel, aseo e higiene, perfumes y fragancias, cuidado del cabello, cosmética de color
- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ Análisis del **riesgo comercial** del sector
- ⇒ **Fecha de constitución, accionistas** y número de **empleados** de las **principales empresas**
- ⇒ Número y localización de la **red de puntos de venta** (en España y en el extranjero) de las **principales empresas**
- ⇒ Distribución del número de **puntos de venta** en España de las principales empresas por **régimen de explotación**
- ⇒ **Facturación** total y por la venta minorista de perfumería y cosmética de las principales empresas
- ⇒ Número e importe global de los **contratos públicos adjudicados** a las principales empresas en los últimos años. **Detalle** de los más recientes
- ⇒ **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

Empresas analizadas

El estudio recoge el posicionamiento y resultados de 45 de las principales empresas del sector:

Alcampo, Arenal Perfumerías, Avon, Bomari, Carrefour, Clarel, Comercial Caus, Dalia Perfumerías, De la Uz, Douglas, Droguerías y Perfumerías Ana, El Corte Inglés, Equivalenza, Etnia Dreams, Fund Grube, Grupo Druni, Grupo E. Aromas, Grupo Eroski, Grupo Primor, Grupo Recio, Grupo San Remo, Hogarlín, Júlía España Perfums, Kiehl's, Kiko, L'Occitane, Lidl, Lush Cosmetics, Marvimundo, Mary Kay, Mercadona, Müller, Paco Perfumería, Perfumería Europa, Perfumería Sabina, Perfumes Club, Prieto, Rituals, Rossmann, Sephora, The Beauty Corner, The Body Shop, TinTin, World Duty Free, Yves Rocher

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimotercera edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Perfumería y Cosmética” cuenta con una extensión de 147 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2023.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del mercado en Europa, 2008-2023.

Tabla 3. Evolución del mercado en la Unión Europea por países, 2021-2023.

Tabla 4. Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad, 2023.

Tabla 5. Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad y países, 2023.

Tabla 6. Gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética en los países de Europa, 2023.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 7. Evolución del número de hipermercados y de supermercados y autoservicios, 1999-2023.

Tabla 8. Distribución geográfica de los hipermercados, 2023.

Tabla 9. Grado de concentración de la oferta, 2023.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 10. Fuerzas competitivas relevantes, 2024.

Tabla 11. Cuotas de mercado de las principales empresas del sector de perfumería y cosmética, 2021-2022.

Tabla 12. Factores clave de éxito, 2024.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 13. Evolución del mercado total, 2017-2023.

Tabla 14. Evolución del mercado por canales de distribución, 2022-2023.

Tabla 15. Evolución del mercado por segmentos de producto, 2021-2023.

Tabla 16. Evolución del mercado offline y online, 2021-2023.

1.5. La demanda

Tabla 17. Evolución del consumo final de los hogares, 2007-2023. Previsión 2024-2026.

Tabla 18. Evolución del gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética, 2017-2023.

Tabla 19. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2010-2023.

Tabla 20. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2023.

Tabla 21. Evolución del número de visitantes a los centros comerciales, 2008-2023.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 22. Estructura media de costes y del balance, 2023. Tendencia 2024.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 23. Principales operaciones corporativas y otros hechos relevantes de algunas de las principales empresas, 2022-octubre 2024.

Tabla 24. Composición de los grupos analizados, 2023.

Tabla 25. Titularidad del capital de las principales empresas, 2023.

Tabla 26. Tipo de operador y asociación a grupos de compra de las principales empresas, octubre 2024.

Tabla 27. Plantilla de las principales empresas, 2021-2022.

Tabla 28. Plantilla de algunas de las principales empresas, 2022-2023.

Tabla 29. Número y localización de los almacenes de algunas de las principales empresas, 2023.

2.2. Diversificación

Tabla 30. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2022-2023.

Tabla 31. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2023.

Tabla 32. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas por comunidades autónomas, 2023.

Tabla 33. Facturación en el sector de algunas de las principales empresas derivada de las ventas por internet, 2023.

Tabla 34. Evolución de la facturación de los principales grupos de compra, 2020-2021. Número de asociados, número de establecimientos y superficie, 2023.

2.3. Marketing mix

Tabla 35. Nombres comerciales de los puntos de venta de las principales empresas, octubre 2024.

Tabla 36. Condiciones de franquicia de algunas de las principales empresas, octubre 2024.

Tabla 37. Evolución del gasto en concepto de servicios de publicidad de algunas de las principales empresas, 2021-2022.

Tabla 38. Gasto en concepto de servicios de publicidad sobre ventas de algunas de las principales empresas, 2022.

Tabla 39. Principales acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2023-octubre 2024.

Tabla 40. Número de puntos de venta en España de las principales empresas, octubre 2024.

Tabla 41. Localización de algunas aperturas y algunos cierres de puntos de venta en España llevados a cabo por algunas de las principales empresas, 2023 octubre 2024.

Tabla 42. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por comunidades autónomas, octubre 2024.

Tabla 43. Localización de los puntos de venta en España de las principales empresas en el segmento de comercio especializado por provincias, octubre 2024.

Tabla 44. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación, octubre 2024.

Tabla 45. Superficie media de los puntos de venta en España de las principales empresas en el segmento de comercio especializado, octubre 2024.

Tabla 46. Número y localización de los puntos de venta en el extranjero de algunas de las principales empresas, octubre 2024.

Tabla 47. Número e importe global de los contratos públicos adjudicados a algunas de las principales empresas en los últimos cinco años (según la fecha de publicación).

Tabla 48. Importe medio de los contratos públicos adjudicados a algunas de las principales empresas en los últimos cinco años (según la fecha de publicación).

2.4. Cuotas y resultados

Tabla 49. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2021-2023.

Tabla 50. Evolución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2021-2023.

Tabla 51. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2023.

Tabla 52. Evolución del número de puntos de venta en España de algunas de las principales empresas, diciembre 2022-octubre 2024.

Tabla 53. Variación del número de puntos de venta en España de algunas de las principales empresas, diciembre 2022-octubre 2024.

Tabla 54. Número de puntos de venta de las principales empresas en Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, Madrid y Castilla y León, octubre 2024.

Tabla 55. Indicadores de rentabilidad de las principales empresas en el segmento de comercio especializado, 2021-2022.

Tabla 56. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas en el segmento de comercio especializado, 2022-2023.

2.5. Riesgo comercial

Tabla 57. Fecha de constitución y antigüedad de las principales empresas.

Tabla 58. Período medio de pago a proveedores de las principales empresas, 2021-2022.

Tabla 59. Distribución de las principales empresas según el Rating de INFORMA y su calificación del riesgo de cese. Comparativa con la distribución del conjunto de empresas españolas, octubre 2024.

Tabla 60. Distribución de las principales empresas según el Score de liquidez de INFORMA y su riesgo de retraso en los pagos. Comparativa con la distribución del conjunto de empresas españolas, octubre 2024.

Tabla 61. Matriz de riesgo comercial de las principales empresas, octubre 2024.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 62. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2024.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 63. Previsión de evolución del mercado total, 2024-2025.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 64. Proyectos de algunas de las principales empresas, octubre 2024.

Tabla 65. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2024-2025.

4. Perfiles de los principales competidores