



**PERFUMERÍA Y COSMÉTICA
(MERCADO IBÉRICO)**

11ª edición | Octubre 2019

CÓDIGO CNAE:
20.42

CONDICIONES DE ADQUISICIÓN DEL ESTUDIO

Los estudios multicliente DBK se ponen a disposición del cliente exclusivamente para sí y para su propia organización, y por tanto:

- Las claves y accesos directos facilitados a los suscriptores no son transferibles fuera de sus organizaciones.
- Todos los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, incluso parcial, para España y para el resto del mundo están reservados a INFORMA D&B.
- Los estudios y documentos recibidos por el adquirente de INFORMA D&B no pueden ser divulgados ni cedidos a terceros aunque se trate de asociados, vinculados o similares ni siquiera gratuitamente y/o en forma de extracto sin autorización de INFORMA D&B.
- INFORMA D&B se reserva los derechos de explotación de su obra en cualquier forma (art. 17 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996 de 12 de abril).
- El adquirente de productos y servicios de INFORMA D&B asume la responsabilidad frente a INFORMA D&B por cualquier vulneración de los derechos de propiedad intelectual, que comprenden los de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación.
- Las informaciones y datos de los estudios han sido debidamente verificados; no obstante, INFORMA D&B no acepta ninguna responsabilidad por su uso.

INFORMA D&B, S.A.U. (S.M.E.) - Avda. de la Industria, 32 - 28108 Alcobendas (Madrid)

Tel.: 902 176 076 - info@dbk.es - www.dbk.es

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|-----|
| Identificación y segmentación del sector..... | 7 |
| PRINCIPALES CONCLUSIONES..... | 8 |
| 1. ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR..... | 13 |
| 1.1. Contexto internacional..... | 14 |
| 1.2. Estructura de la oferta..... | 25 |
| 1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito..... | 30 |
| 1.4. Evolución de la actividad..... | 34 |
| 1.5. La demanda..... | 45 |
| 1.6. La distribución..... | 48 |
| 1.7. Costes, rentabilidad y financiación..... | 56 |
| 2. PRINCIPALES COMPETIDORES..... | 59 |
| 2.1. Accionistas y recursos..... | 60 |
| 2.2. Diversificación..... | 80 |
| 2.3. Marketing mix..... | 89 |
| 2.4. Cuotas y resultados..... | 114 |
| 3. PERSPECTIVAS..... | 126 |
| 3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias..... | 127 |
| 3.2. Previsiones de crecimiento..... | 129 |
| 4. PERFILES DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES..... | 132 |
| 4.1. Empresas españolas..... | 132 |
| A.C. COSMETICS..... | 133 |
| AC MARCA PERSONAL CARE..... | 134 |
| AIR VAL..... | 135 |
| ANGELINI BEAUTY..... | 136 |
| AVON..... | 137 |
| BEAUTYGE..... | 138 |
| BEIERSDORF..... | 139 |
| BELLA AURORA..... | 140 |
| BERIOSKA..... | 141 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| CHANEL..... | 142 |
| CLARINS..... | 143 |
| COLGATE-PALMOLIVE..... | 144 |
| COSBAR..... | 145 |
| COTY..... | 146 |
| COTY BEAUTY..... | 147 |
| CRISTIAN LAY..... | 148 |
| DE RUY PERFUMES..... | 149 |
| DERMOFARM..... | 150 |
| ESTÉE LAUDER..... | 151 |
| FARLABO..... | 152 |
| FUTURE COSMETICS..... | 153 |
| GERMAINE DE CAPUCCINI..... | 154 |
| GRUPO BONIQUET SPARCHIM..... | 155 |
| HENKEL..... | 156 |
| INSTITUTO ESPAÑOL..... | 157 |
| ISDIN..... | 158 |
| JOHNSON & JOHNSON..... | 159 |
| L'ORÉAL..... | 160 |
| LABORATORIOS BELLOCH..... | 161 |
| LABORATORIOS LAMARVI..... | 162 |
| LABORATORIOS MAVERICK..... | 163 |
| LABORATORIOS SAPHIR..... | 164 |
| LVMH..... | 165 |
| MARY KAY..... | 166 |
| NATURA BISSÉ..... | 167 |
| ORIFLAME..... | 168 |
| PERFUMES Y DISEÑO..... | 169 |
| PIERRE FABRE..... | 170 |
| PROCTER & GAMBLE..... | 171 |
| PUIG..... | 172 |
| RNB..... | 173 |
| SHISEIDO..... | 174 |
| SISLEY..... | 175 |
| TAHE..... | 176 |
| UNILEVER..... | 177 |
| WECOLORS..... | 178 |
| YODEYMA..... | 179 |
| YVES ROCHER..... | 180 |
| 4.2. Empresas portuguesas..... | 181 |
| A.C. COSMETICS..... | 182 |
| AROMAS INTERNACIONAIS..... | 183 |
| AVON..... | 184 |
| BEAUTYGE..... | 185 |
| BEIERSDORF..... | 186 |

| | |
|------------------------|-----|
| CBMP..... | 187 |
| CHANEL..... | 188 |
| CLARINS..... | 189 |
| COLGATE-PALMOLIVE..... | 190 |
| COTY..... | 191 |
| COTY BEAUTY..... | 192 |
| GANASSINI..... | 193 |
| HENKEL..... | 194 |
| ISDIN..... | 195 |
| JOHNSON & JOHNSON..... | 196 |
| L'ORÉAL..... | 197 |
| LVMH..... | 198 |
| MARY KAY..... | 199 |
| ORIFLAME..... | 200 |
| PIERRE FABRE..... | 201 |
| PROCTER & GAMBLE..... | 202 |
| PUIG..... | 203 |
| SOCOSMET..... | 204 |
| UNILEVER FIMA..... | 205 |
| YVES ROCHER..... | 206 |
| | |
| Direcciones..... | 207 |

Identificación y segmentación del sector

El presente informe analiza el sector de perfumería y cosmética en España y Portugal, incluyéndose los siguientes segmentos de actividad:

- Cuidado de la piel: tratamientos faciales y tratamientos corporales.
- Aseo: jabones, geles, desodorantes, dentífricos, depilatorios, espumas de afeitarse y *after shave*.
- Perfumes y fragancias: fragancias femeninas, masculinas, familiares e infantiles. En este segmento se incluye, además, la perfumería ambiental.
- Cuidado del cabello: champús, suavizantes, geles, lacas, productos de coloración y fijación, y tratamientos específicos.
- Cosmética decorativa: maquillaje facial (polvos, cremas hidratantes con color y coloretes), maquillaje de ojos, maquillaje de labios y laca de uñas.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

EJEMPLAR GRATUITO

Estructura sectorial

Los cinco grupos líderes concentran la mitad de las ventas

- El **mercado ibérico** de perfumería y cosmética se componía en 2018 de alrededor de **580 empresas** dedicadas a la fabricación y/o importación de este tipo de productos. De ellas, **456** se encontraban en **España** y **124** en **Portugal**.
- El **tamaño medio empresarial**, tanto en términos de ingresos como de empleados, es **reducido**. Los **operadores españoles** cuentan con una **plantilla media** por empresa (86) notablemente **superior** a la de sus homólogos portugueses (28).
- Los operadores del sector generan un **volumen de empleo** cifrado en torno a las **42.500 personas**, desempeñando su labor en España unas 39.000 y quedando otras 3.500 para Portugal.
- Las **empresas españolas** desarrollan una **importante actividad exportadora**, gracias a la presencia de un **amplio número de fabricantes**, junto a los cuales operan las **filiales** de algunas **grandes multinacionales** que operan como centros logísticos para la exportación a destinos como el sur de Europa y el norte de África.
- Alrededor del **59% de las empresas españolas** están ubicadas en las comunidades autónomas de **Cataluña** y **Madrid**. En **Portugal**, cerca del **43%** tiene su sede en la zona de **Lisboa**, destacando también la zona **Norte**.
- La estructura empresarial del sector presenta una notable **concentración de la oferta**. Las **cinco mayores compañías** alcanzaron en 2018 una **cuota de mercado global** en **España** en torno al **36%**, siendo muy similar la participación de las cinco primeras en **Portugal**. En el conjunto del **mercado ibérico**, los **cinco principales grupos** reunieron el **36% de la facturación**, porcentaje que ascendió hasta casi el **50%** al considerar a los **diez mayores**.

Coyuntura

Moderado crecimiento del valor del mercado

- El **mercado ibérico** de perfumería y cosmética alcanzó en **2018** los **5.222 millones** de euros, creciendo por cuarto año consecutivo en un contexto de positiva coyuntura económica, al **aumentar un 2,1%** respecto al ejercicio anterior.
- La **facturación en Portugal** se incrementó un **2,6%**, hasta los **864 millones** de euros, mientras que en **España** la variación fue del **2,0%**, hasta los **4.358 millones** de euros. De este modo, el **mercado español**, quinto en el ranking europeo, concentró el **83%** del mercado ibérico.
- El **mayor peso** en el valor total de las ventas corresponde a los segmentos de **cuidado de la piel** y **aseo**, con porcentajes en 2018 del **27,9%** y **24,9%**, respectivamente, seguidos de la línea de **perfumes y fragancias (19,3%)**, **productos de cuidado del cabello (18,2%)** y **cosmética decorativa (9,7%)**.
- El **mayor dinamismo** ha correspondido en los dos últimos años a los segmentos de **cosmética decorativa** y **perfumes y fragancias**, tanto en España como en Portugal. En **España**, el valor de las ventas de este tipo de productos experimentó **aumentos del 5,0%** y **4,6%** entre 2017 y 2018, respectivamente, superando ampliamente la media. En **Portugal**, las variaciones fueron del **3,3%** y **4,4%**, respectivamente.
- En 2018 se prolongó el **ascenso de las exportaciones españolas**, cuyo valor alcanzó los **3.880 millones** de euros, un 11,3% más que en el año anterior, correspondiendo a perfumes y fragancias el 47% del total. Los **principales países** de destino son **Alemania, Reino Unido, Portugal, Francia, Estados Unidos** e **Italia**.
- La **competencia en precio** y el creciente **poder de negociación** de las grandes **cadena de distribución** incidieron negativamente en la **rentabilidad** del sector en 2018.

Previsiones y tendencias

Progresiva ralentización del crecimiento del negocio hasta 2021

- Las **ventas de perfumería y cosmética** en el **mercado ibérico** mantendrán un **leve crecimiento** en el período 2019-2021, si bien con **tendencia a la ralentización**, en paralelo a la evolución esperada del gasto de las familias.
- La **facturación sectorial** en el conjunto del **mercado ibérico** cerrará el ejercicio **2019** con un aumento estimado en torno al **1,7%**, ligeramente inferior al 2,1% contabilizado en el año anterior, esperándose una variación algo más alta en **Portugal (+1,9%)** que en **España (+1,7%)**.
- En el mercado interno los operadores del sector continuarán enfrentándose a un escenario condicionado por la **intensa rivalidad en precio** y la fuerte **presión sobre los márgenes** comerciales derivada del creciente avance de las **marcas de distribución** y **low cost**.
- En este escenario, las principales oportunidades pasan por buscar **nichos de mercado poco maduros** o con características específicas (cosmética natural y ecológica, masculina) y avanzar en los procesos de **transformación digital**, que permiten a las empresas apostar por la **venta directa** y por una **mayor interacción** con los clientes.
- Se espera un **avance** en el proceso de **concentración de la oferta**, tanto en el segmento selectivo como en el de gran consumo, con una creciente **consolidación** de las **marcas de la distribución**.
- Las empresas fabricantes continuarán dedicando importantes **recursos al I+D+i** y al **marketing**, invirtiendo en **procesos** productivos **más sostenibles** con el medio ambiente y **más éticos** con animales.

Tabla 1

Datos de síntesis, 2018.

| Principales magnitudes | España | Portugal | Total mercado ibérico |
|--|--|--|---|
| Número de empresas | 456 | 124 | 580 |
| Número de empleados | 39.000 | 3.500 | 42.500 |
| Número medio de empleados por empresa | 86 | 28 | 73 |
| Exportación (mill. euros) | 3.880 | 205 | (a) |
| Importación (mill. euros) | 2.496 | 655 | (a) |
| Mercado (mill. euros) | 4.358 | 864 | 5.222 |
| <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel Aseo Perfumes y fragancias Cuidado del cabello Cosmética decorativa | <ul style="list-style-type: none"> 1.213 1.041 865 795 444 | <ul style="list-style-type: none"> 246 260 142 153 63 | <ul style="list-style-type: none"> 1.459 1.301 1.007 948 507 |
| Concentración (cuota de mercado conjunta en valor) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Cinco primeras empresas (%) Diez primeras empresas (%) | <ul style="list-style-type: none"> 36,2 49,9 | <ul style="list-style-type: none"> 35,7 49,9 | <ul style="list-style-type: none"> 35,9 49,6 |
| Evolución reciente y previsiones | | | |
| Exportación en valor (% var. 2018/2017) | +11,3 | +5,1 | (a) |
| Importación en valor (% var. 2018/2017) | +3,4 | +4,5 | (a) |
| Mercado en valor (% var. 2018/2017) | +2,0 | +2,6 | +2,1 |
| <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel Aseo Perfumes y fragancias Cuidado del cabello Cosmética decorativa | <ul style="list-style-type: none"> +1,3 +0,7 +4,6 +0,6 +5,0 | <ul style="list-style-type: none"> +2,5 +2,0 +4,4 +2,0 +3,3 | <ul style="list-style-type: none"> +1,5 +0,9 +4,6 +0,9 +4,8 |
| Previsión de evolución del mercado en valor (% var. 2019/2020) | +1,7 | +1,9 | +1,7 |
| Previsión de evolución del mercado en valor (% var. 2020/2019) | +1,5 | +1,7 | +1,5 |

(b) no disponible debido a las diferencias existentes en el comercio entre España y Portugal observadas en las fuentes de comercio exterior de ambos países.

Fuente: DBK.

1. ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR

1.1. Contexto internacional

El mercado de perfumería y cosmética en la Unión Europea experimentó en 2018 una ligera aceleración de su ritmo de crecimiento, tras permanecer prácticamente estancado en 2017. Así, el valor de las ventas a precios de salida de fábrica creció un 1,2%, hasta superar los 45.800 millones de euros. La UE es el mayor mercado de perfumería y cosmética a escala mundial, superando a Estados Unidos y China, cuyas ventas globales suponen, respectivamente, en torno al 85% y 60% de las realizadas en el conjunto de países comunitarios.

Alemania lidera el mercado europeo, con un valor de ventas de unos 8.900 millones de euros en 2018, el 19,4% del total comunitario, y un incremento del 1,8% respecto al año anterior. También el mercado español evoluciona mejor que la media, al crecer un 2% en ese año, hasta los 4.360 millones de euros, conservando el quinto puesto. Entre ellos figuran Francia (+0,3%), Italia (+1,2%) y Reino Unido, que en el periodo 2015-2018 ha pasado del segundo al cuarto lugar, afectado por las consecuencias del proceso de salida de la UE.

Entre los restantes países de la UE predomina una tendencia de suave crecimiento del mercado, destacando los altos incrementos de ventas contabilizados en algunos países del este de Europa como Rumanía (+6,8%), Bulgaria (+5,1%), Polonia (+4,8%), Letonia (+4,5%) y Eslovaquia (+4,4%). En el extremo contrario se sitúa Suecia (-4,2%), único país europeo, además de Reino Unido, que acusó un retroceso del mercado en 2018.

Pese a ello, Suecia sigue encabezando el ranking de países atendiendo al gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética, con 194 euros por persona en 2018, seguido de Bélgica y Luxemburgo (176), Finlandia (175) e Irlanda (172). En el extremo opuesto se sitúan Bulgaria y República Checa, con 58 y 69 euros gastados por habitante en ese año, frente a una media de 127 euros en el conjunto de la UE.

El segmento de productos de aseo continúa siendo el que genera un mayor volumen de negocio en el mercado comunitario, concentrando el 26% del valor total en 2018. El segmento de cuidado de la piel, que ha experimentado un notable dinamismo en los últimos años, alcanzó en ese año una participación muy similar, quedando en torno a un 19% para productos de cuidado del cabello, un 15% para perfumes y fragancias y un 14% para cosmética decorativa.

A pesar de la existencia de grandes grupos multinacionales muy diversificados, la estructura de la oferta sectorial en la UE sigue estando atomizada, al englobar a numerosos pequeños y medianos fabricantes. En 2018 operaban en el conjunto de países comunitarios 5.555 compañías dedicadas a la fabricación y/o importación de productos de perfumería y cosmética.

Tabla 2

Evolución del mercado en la Unión Europea por países, 2014-2018.

(Mill. euros)

| País | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % s/total, 2018 | % var. 2018/2017 | % v.m.a. 2018/2014 |
|------------------------|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------|---------------------|-----------------------|
| Alemania | 8.434 | 8.637 | 8.709 | 8.749 | 8.906 | 19,4 | 1,8 | 1,4 |
| Francia | 6.890 | 6.886 | 6.906 | 6.862 | 6.886 | 15,0 | 0,3 | ns |
| Italia | 6.145 | 6.288 | 6.307 | 6.268 | 6.344 | 13,8 | 1,2 | 0,8 |
| Reino Unido | 6.283 | 7.173 | 6.632 | 6.205 | 6.078 | 13,3 | -2,0 | -0,8 |
| España | 3.968 | 4.029 | 4.181 | 4.271 | 4.358 | 9,5 | 2,0 | 2,4 |
| Polonia | 1.942 | 2.021 | 2.283 | 2.436 | 2.553 | 5,6 | 4,8 | 7,1 |
| Países Bajos | 1.580 | 1.566 | 1.527 | 1.558 | 1.596 | 3,5 | 2,4 | 0,3 |
| Bélgica- Luxemburgo | 1.141 | 1.150 | 1.163 | 1.154 | 1.173 | 2,6 | 1,6 | 0,7 |
| Suecia | 1.134 | 1.117 | 1.126 | 1.164 | 1.115 | 2,4 | -4,2 | -0,4 |
| Austria | 847 | 842 | 855 | 869 | 886 | 1,9 | 2,0 | 1,1 |
| Portugal | 807 | 803 | 818 | 842 | 864 | 1,9 | 2,6 | 1,7 |
| Rumanía | 626 | 680 | 706 | 739 | 789 | 1,7 | 6,8 | 6,0 |
| Grecia | 600 | 598 | 639 | 637 | 646 | 1,4 | 1,4 | 1,9 |
| Dinamarca | 529 | 552 | 474 | 493 | 510 | 1,1 | 3,4 | -0,9 |
| Irlanda | 444 | 456 | 469 | 480 | 490 | 1,1 | 2,1 | 2,5 |
| Finlandia | 468 | 435 | 467 | 479 | 484 | 1,1 | 1,0 | 0,8 |
| República Checa | 447 | 441 | 447 | 459 | 459 | 1,0 | - | 0,7 |
| Hungría | 359 | 383 | 419 | 445 | 455 | 1,0 | 2,2 | 6,1 |
| Eslovaquia | 318 | 323 | 330 | 339 | 354 | 0,8 | 4,4 | 2,7 |
| Bulgaria | 213 | 216 | 241 | 253 | 266 | 0,6 | 5,1 | 5,7 |
| Croacia | nd | 191 | 201 | 209 | 211 | 0,5 | 1,0 | nd |
| Lituania | 101 | 104 | 125 | 128 | 129 | 0,3 | 0,8 | 6,3 |
| Eslovenia | 95 | 95 | 97 | 98 | 100 | 0,2 | 2,0 | 1,3 |
| Letonia | 78 | 82 | 84 | 88 | 92 | 0,2 | 4,5 | 4,2 |
| Estonia | 63 | 71 | 78 | 81 | 84 | 0,2 | 3,7 | 7,5 |
| TOTAL UE | 43.512 (a) | 45.139 | 45.284 | 45.306 | 45.828 | 100,0 | 1,2 | na |

Nota: mercado valorado a precios de salida de fábrica. Excluye Chipre y Malta.

v.m.a.: variación media anual. na: no aplicable. nd: no disponible. ns: no significativo.

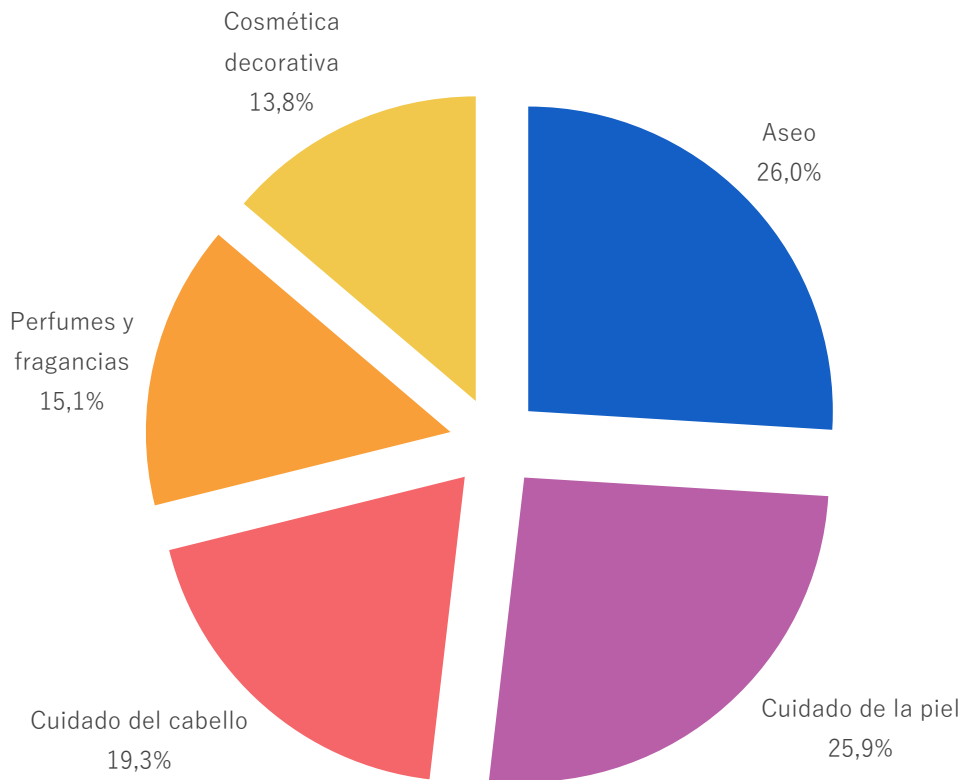
(a) excluye Croacia.

Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

Tabla 3

Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad, 2018.

(% sobre valor a precios de fábrica)



TOTAL: 45.828 MILL. EUROS

Nota: mercado valorado a precios de salida de fábrica. Excluye Chipre y Malta.

Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

Tabla 4
Distribución del mercado en la Unión Europea por segmentos de actividad y países, 2018.

(Mill. euros)

| País | Aseo | Cuidado de la piel | Cuidado del cabello | Perfumes y fragancias | Cosmética decorativa | Total |
|--------------------|---------------|--------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|---------------|
| Alemania | 2.572 | 2.124 | 2.006 | 1.039 | 1.165 | 8.906 |
| Francia | 1.699 | 2.048 | 1.012 | 1.251 | 876 | 6.886 |
| Italia | 1.662 | 1.749 | 1.145 | 786 | 1.002 | 6.344 |
| Reino Unido | 1.495 | 1.433 | 1.075 | 1.140 | 935 | 6.078 |
| España | 1.041 | 1.213 | 795 | 865 | 444 | 4.358 |
| Polonia | 722 | 668 | 514 | 326 | 323 | 2.553 |
| Países Bajos | 436 | 345 | 351 | 254 | 210 | 1.596 |
| Bélgica-Luxemburgo | 231 | 285 | 296 | 232 | 129 | 1.173 |
| Suecia | 217 | 298 | 209 | 88 | 303 | 1.115 |
| Austria | 217 | 236 | 170 | 116 | 147 | 886 |
| Portugal | 260 | 246 | 153 | 142 | 63 | 864 |
| Rumanía | 203 | 174 | 142 | 149 | 121 | 789 |
| Grecia | 178 | 200 | 154 | 52 | 62 | 646 |
| Dinamarca | 110 | 127 | 128 | 67 | 78 | 510 |
| Irlanda | 144 | 104 | 103 | 67 | 72 | 490 |
| Finlandia | 105 | 128 | 157 | 17 | 77 | 484 |
| República Checa | 118 | 105 | 106 | 59 | 71 | 459 |
| Hungría | 172 | 92 | 74 | 64 | 53 | 455 |
| Eslovaquia | 103 | 80 | 65 | 55 | 51 | 354 |
| Bulgaria | 75 | 57 | 57 | 40 | 37 | 266 |
| Croacia | 61 | 64 | 30 | 25 | 31 | 211 |
| Lituania | 31 | 29 | 24 | 24 | 21 | 129 |
| Eslovenia | 26 | 31 | 19 | 11 | 13 | 100 |
| Letonia | 18 | 24 | 22 | 18 | 10 | 92 |
| Estonia | 20 | 23 | 18 | 11 | 12 | 84 |
| TOTAL UE | 11.916 | 11.883 | 8.825 | 6.898 | 6.306 | 45.828 |

(cont.)

Nota: mercado valorado a precios de salida de fábrica. Excluye Chipre y Malta.

Tabla 4: (cont.)

(% sobre total)

| País | Aseo | Cuidado de la piel | Cuidado del cabello | Perfumes y fragancias | Cosmética decorativa |
|--------------------|-------------|--------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|
| Alemania | 28,9 | 23,8 | 22,5 | 11,7 | 13,1 |
| Francia | 24,7 | 29,7 | 14,7 | 18,2 | 12,7 |
| Italia | 26,2 | 27,6 | 18,0 | 12,4 | 15,8 |
| Reino Unido | 24,6 | 23,6 | 17,7 | 18,8 | 15,4 |
| España | 23,9 | 27,8 | 18,2 | 19,8 | 10,2 |
| Polonia | 28,3 | 26,2 | 20,1 | 12,8 | 12,7 |
| Países Bajos | 27,3 | 21,6 | 22,0 | 15,9 | 13,2 |
| Bélgica-Luxemburgo | 19,7 | 24,3 | 25,2 | 19,8 | 11,0 |
| Suecia | 19,5 | 26,7 | 18,7 | 7,9 | 27,2 |
| Austria | 24,5 | 26,6 | 19,2 | 13,1 | 16,6 |
| Portugal | 30,1 | 28,5 | 17,7 | 16,4 | 7,3 |
| Rumanía | 25,7 | 22,1 | 18,0 | 18,9 | 15,3 |
| Grecia | 27,6 | 31,0 | 23,8 | 8,0 | 9,6 |
| Dinamarca | 21,6 | 24,9 | 25,1 | 13,1 | 15,3 |
| Irlanda | 29,4 | 21,2 | 21,0 | 13,7 | 14,7 |
| Finlandia | 21,7 | 26,4 | 32,4 | 3,5 | 15,9 |
| República Checa | 25,7 | 22,9 | 23,1 | 12,9 | 15,5 |
| Hungría | 37,8 | 20,2 | 16,3 | 14,1 | 11,6 |
| Eslovaquia | 29,1 | 22,6 | 18,4 | 15,5 | 14,4 |
| Bulgaria | 28,2 | 21,4 | 21,4 | 15,0 | 13,9 |
| Croacia | 28,9 | 30,3 | 14,2 | 11,8 | 14,7 |
| Lituania | 24,0 | 22,5 | 18,6 | 18,6 | 16,3 |
| Eslovenia | 26,0 | 31,0 | 19,0 | 11,0 | 13,0 |
| Letonia | 19,6 | 26,1 | 23,9 | 19,6 | 10,9 |
| Estonia | 23,8 | 27,4 | 21,4 | 13,1 | 14,3 |
| TOTAL UE | 26,0 | 25,9 | 19,3 | 15,1 | 13,8 |

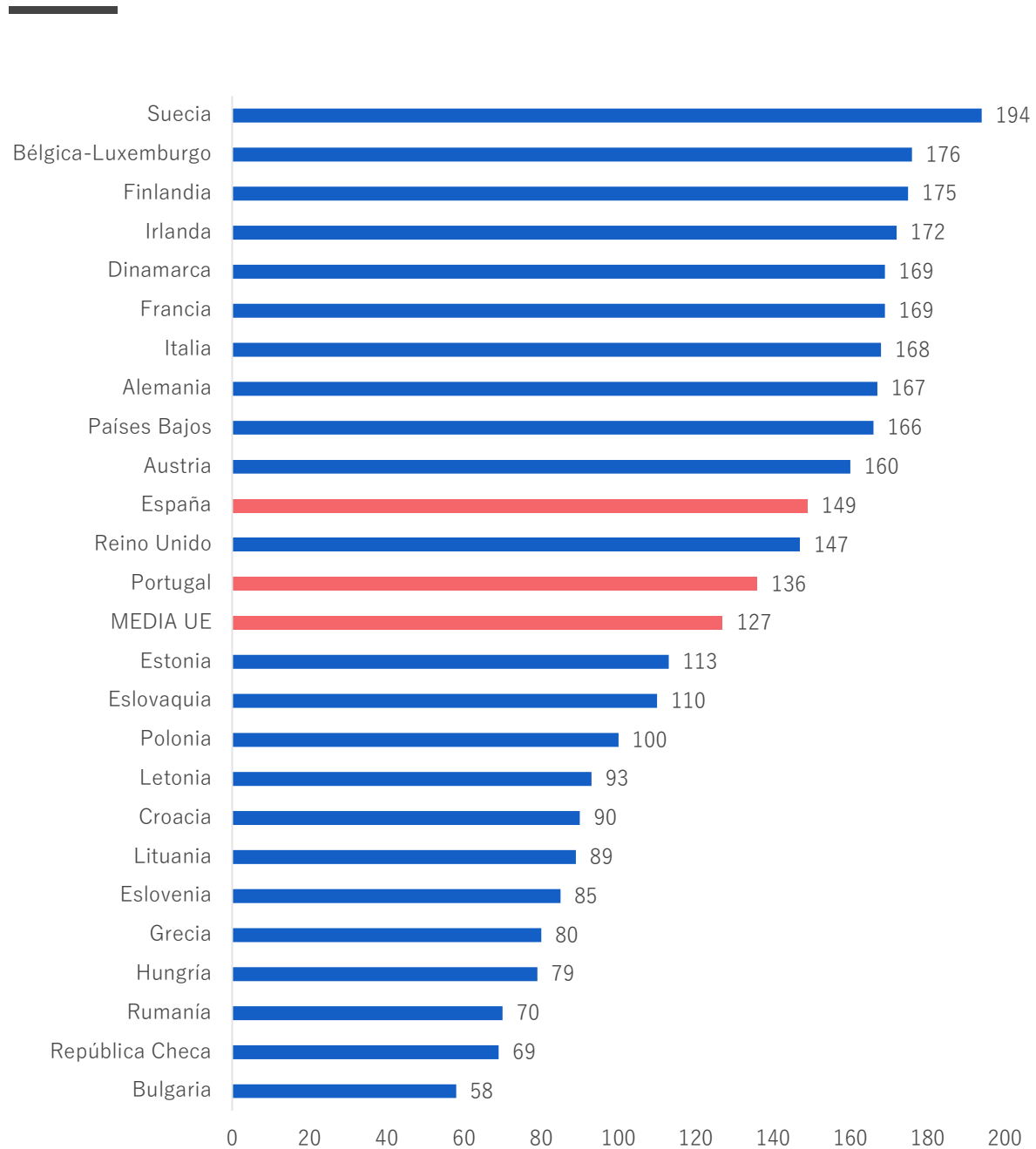
Nota: mercado valorado a precios de salida de fábrica. Excluye Chipre y Malta. Los porcentajes han de leerse horizontalmente.

Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

Tabla 5

Gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética en los países de la Unión Europea, 2018.

(Euros/habitante)



Nota: mercado valorado a precios de venta al público, excluido IVA. Excluye Chipre y Malta.

Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

Tabla 6

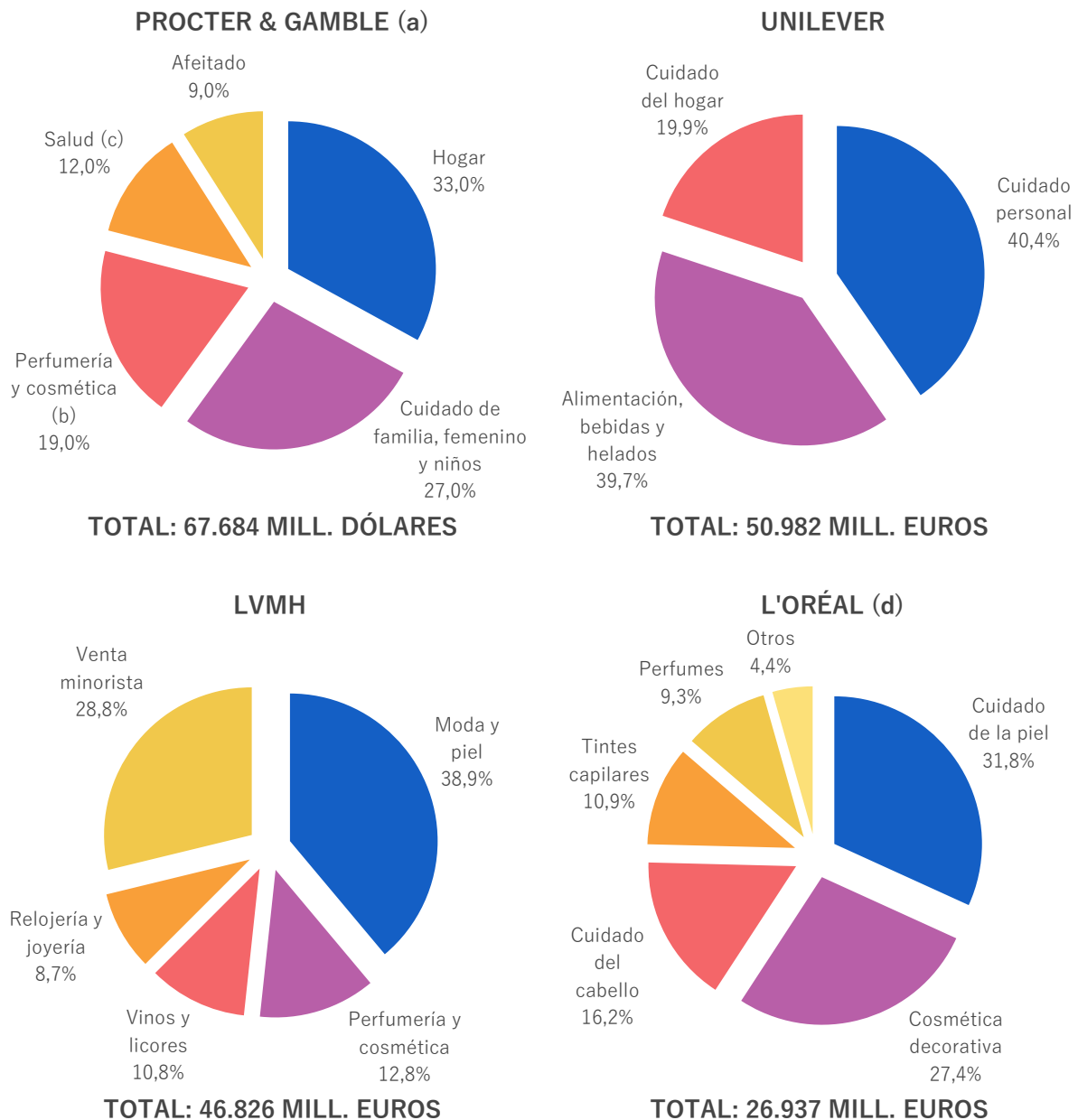
Número de empresas del sector de perfumería y cosmética en la Unión Europea por países, 2018.

| País | Nº de empresas | % |
|-----------------|----------------|--------------|
| Francia | 872 | 15,7 |
| Italia | 828 | 14,9 |
| Reino Unido | 578 | 10,4 |
| Polonia | 493 | 8,9 |
| España | 456 | 8,2 |
| Alemania | 397 | 7,1 |
| Hungría | 228 | 4,1 |
| Suecia | 197 | 3,5 |
| Países Bajos | 176 | 3,2 |
| República Checa | 132 | 2,4 |
| Portugal | 124 | 2,2 |
| Grecia | 122 | 2,2 |
| Bulgaria | 117 | 2,1 |
| Austria | 114 | 2,1 |
| Rumanía | 114 | 2,1 |
| Irlanda | 99 | 1,8 |
| Croacia | 86 | 1,5 |
| Bélgica | 69 | 1,2 |
| Dinamarca | 65 | 1,2 |
| Letonia | 54 | 1,0 |
| Lituania | 54 | 1,0 |
| Eslovaquia | 53 | 1,0 |
| Eslovenia | 51 | 0,9 |
| Estonia | 26 | 0,5 |
| Finlandia | 25 | 0,5 |
| Malta | 12 | 0,2 |
| Chipre | 10 | 0,2 |
| Luxemburgo | 3 | 0,1 |
| TOTAL UE | 5.555 | 100,0 |

Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

Tabla 7

Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos de perfumería y cosmética a escala mundial por áreas de actividad, 2018.

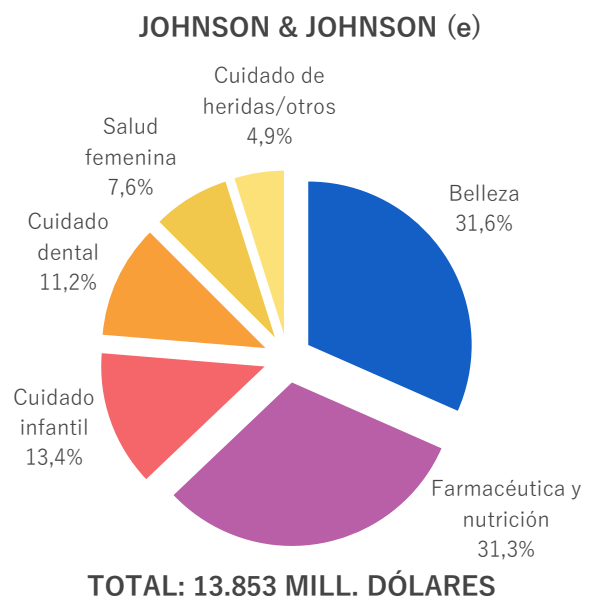
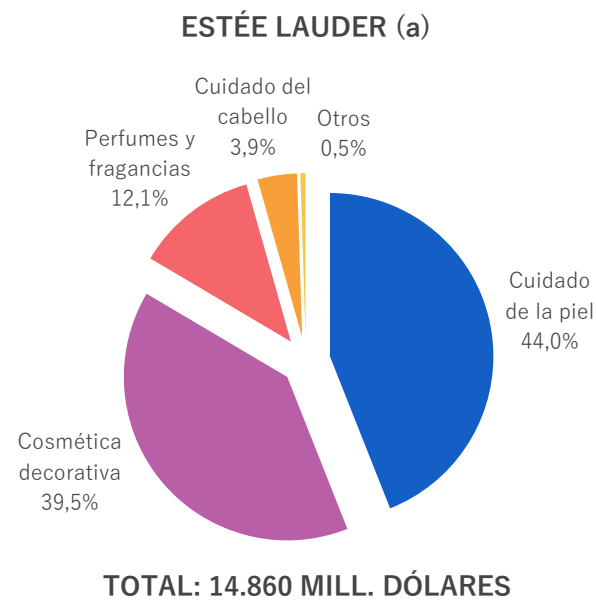
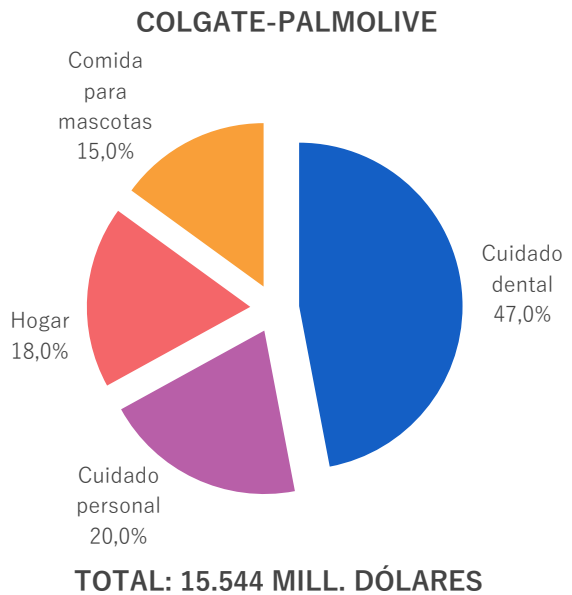
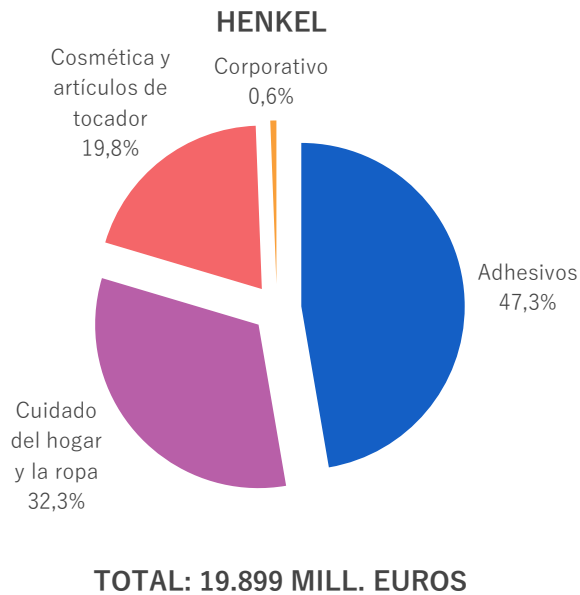


(cont.)

Nota: el tipo medio de cambio en 2018 fue de 1,1815 \$/€, de 0,88475 £/€ y de 130,41 yenes/€.

(a) ejercicio cerrado en junio de 2019. (b) excluye afeitado y cuidado dental. (c) incluye cuidado dental. (d) corresponde a las ventas del área de cosmética, excluyendo el área de dermatología.

Tabla 7: (cont.)

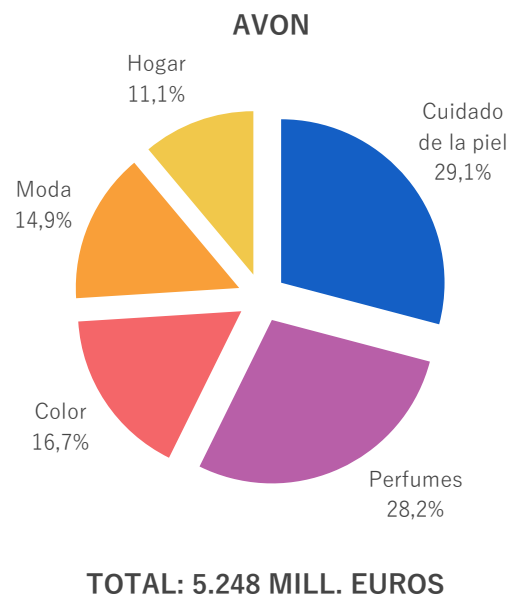
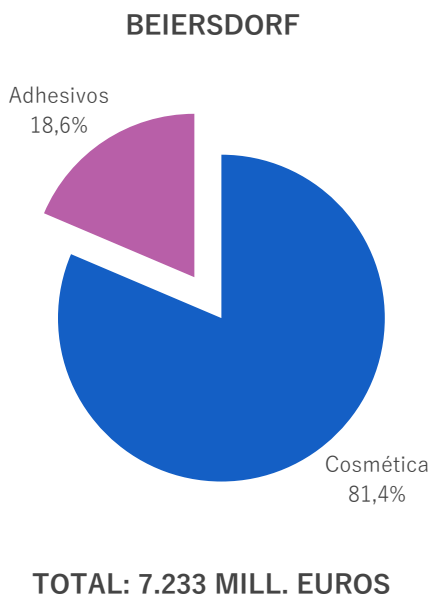
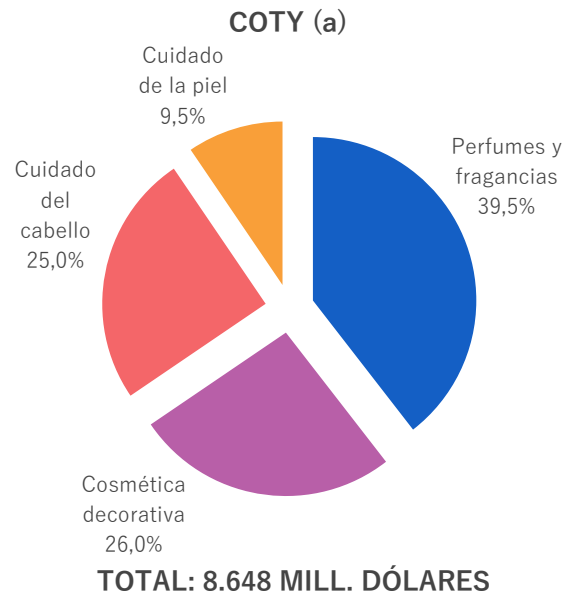
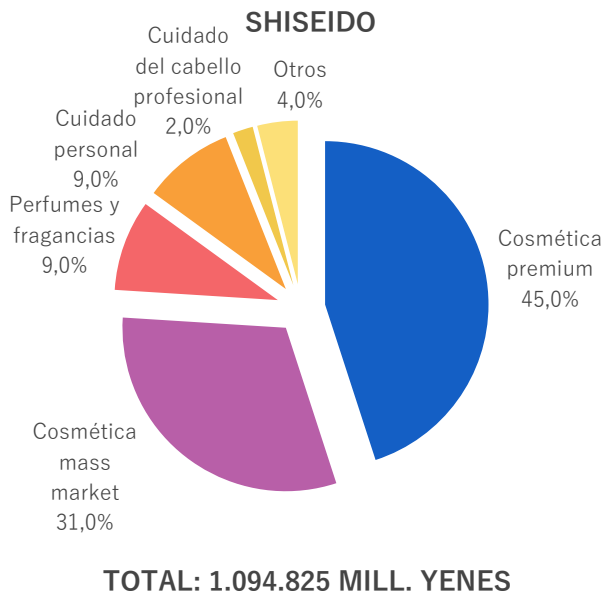


(cont.)

Nota: el tipo medio de cambio en 2018 fue de 1,1815 \$/€, de 0,88475 £/€ y de 130,41 yenes/€.

(a) ejercicio cerrado en junio de 2019. (e) corresponde a las ventas del área de consumo.

Tabla 7: (cont.)

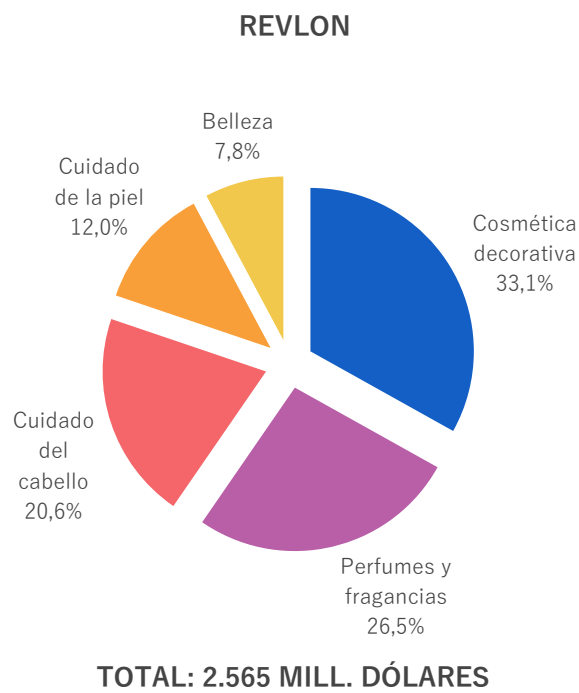


(cont.)

Nota: el tipo medio de cambio en 2018 fue de 1,1815 \$/€, de 0,88475 £/€ y de 130,41 yenes/€.

(a) ejercicio cerrado en junio de 2019.

Tabla 7: (cont.)



Nota: el tipo medio de cambio en 2018 fue de 1,1815 \$/€, de 0,88475 £/€ y de 130,41 yenes/€.

Fuente: DBK sobre información financiera de las compañías.

1.2. Estructura de la oferta

En 2018 operaban en el mercado ibérico alrededor de 580 empresas dedicadas a la fabricación y/o importación de productos de perfumería y cosmética. De ellas, 456 se encontraban en España y 124 en Portugal.

La mayor parte de estas compañías tienen un tamaño reducido en términos de ingresos y empleados. Cabe mencionar que los 284 asociados a la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA) concentran más del 90% de las ventas totales del mercado español.

Los cinco mayores operadores en el mercado ibérico concentraron en 2018 el 36% de las ventas

Por su parte, el volumen de empleo generado por los operadores del sector se cifra en torno a las 42.500 personas, desempeñando su labor en España unas 39.000 y quedando otras 3.500 para Portugal.

Los operadores del mercado español cuentan con un tamaño empresarial notablemente superior al de sus homólogos portugueses, como consecuencia de la escasa actividad productiva en Portugal, mercado en el que las compañías se dedican en su gran mayoría a la comercialización de producto importado, en muchos casos de sociedades matrices españolas. Así, la plantilla media por empresa en España es de 86 empleados y en Portugal de 28.

Asimismo, cabe señalar la importante actividad exportadora de las empresas españolas, entre las que, además de un amplio número de fabricantes, también se encuentran las filiales de algunas grandes multinacionales que operan como centros logísticos para la exportación a destinos como el sur de Europa y el norte de África.

Solo seis operadores en España mantienen plantillas superiores a los 500 empleados, mientras que otros 55 emplean a entre 50 y 500 empleados. Por el contrario, en Portugal solo una docena de compañías superan los 50 empleados, siendo **L'Oréal** (424 empleados en 2018) la única que se acerca aproxima a los 500.

La estructura empresarial presenta un notable grado de concentración de la oferta, tanto en España como en Portugal. En el mercado español, las cinco primeras empresas alcanzaron en 2018 una cuota de mercado conjunta del 36%, siendo similar la participación de las cinco mayores en Portugal.

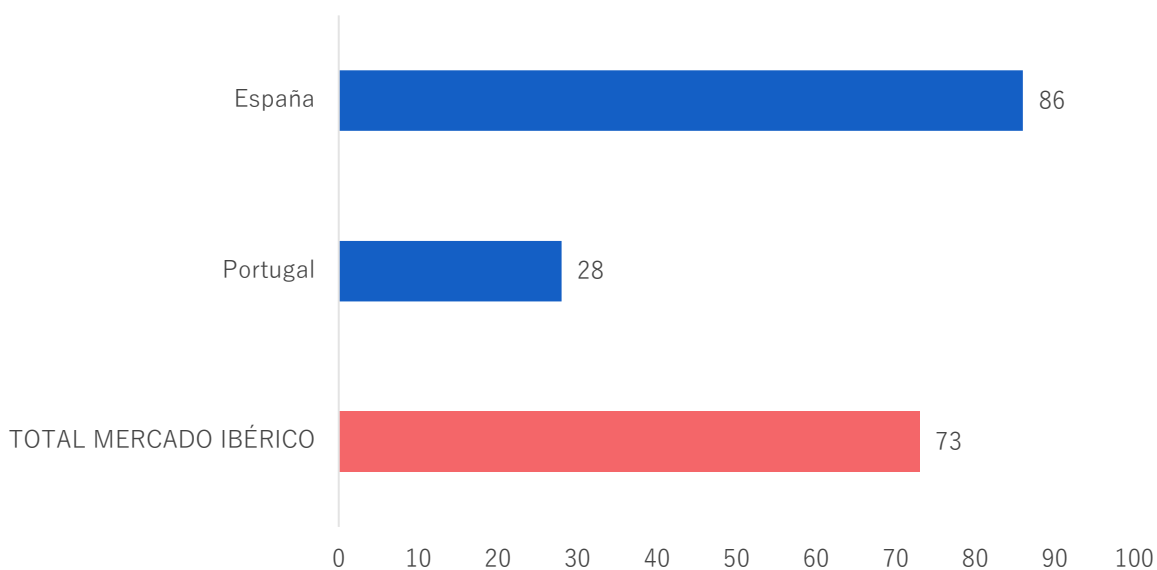
En el conjunto del mercado ibérico, los cinco grupos de mayor tamaño reunieron en ese año el 36% de los ingresos totales, elevándose la participación de los diez primeros a cerca del 50%.

Tabla 8

Número de empresas y volumen de empleo, 2018.

| País | Nº de empresas | Nº de empleados |
|------------------------------|----------------|-----------------|
| España | 456 | 39.000 |
| Portugal | 124 | 3.500 |
| TOTAL MERCADO IBÉRICO | 580 | 42.500 |

NÚMERO MEDIO DE EMPLEADOS POR EMPRESA



Fuente: DBK sobre datos Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA) y Cosmetics Europe.

Tabla 9
Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 2018.
ESPAÑA

| Empleados | Empresas | |
|--------------|------------|--------------|
| | Número | % |
| Menos de 50 | 395 | 86,6 |
| De 50 a 500 | 55 | 12,1 |
| Más de 500 | 6 | 1,3 |
| TOTAL | 456 | 100,0 |

PORTUGAL

| Empleados | Empresas | |
|--------------|------------|--------------|
| | Número | % |
| Menos de 10 | 72 | 58,1 |
| De 10 a 49 | 40 | 32,3 |
| Más de 50 | 12 | 9,7 |
| TOTAL | 124 | 100,0 |

Fuente: DBK sobre datos STANPA y Cosmetics Europe.

Tabla 10

Número de empresas por comunidades autónomas (España) y zonas geográficas (Portugal), 2018.

ESPAÑA (a)

| Comunidad autónoma | Número de empresas | % |
|--------------------|--------------------|--------------|
| Cataluña | 112 | 39,4 |
| Madrid | 54 | 19,0 |
| C. Valenciana | 39 | 13,7 |
| Andalucía | 17 | 6,0 |
| País Vasco | 11 | 3,9 |
| Otras | 51 | 18,0 |
| TOTAL | 284 | 100,0 |

PORTUGAL

| Zona geográfica | Número de empresas | % |
|-----------------|--------------------|--------------|
| Lisboa | 53 | 42,7 |
| Norte | 33 | 26,6 |
| Centro | 24 | 19,4 |
| Alentejo | 7 | 5,6 |
| Algarve | 6 | 4,8 |
| Madeira | 1 | 0,8 |
| TOTAL | 124 | 100,0 |

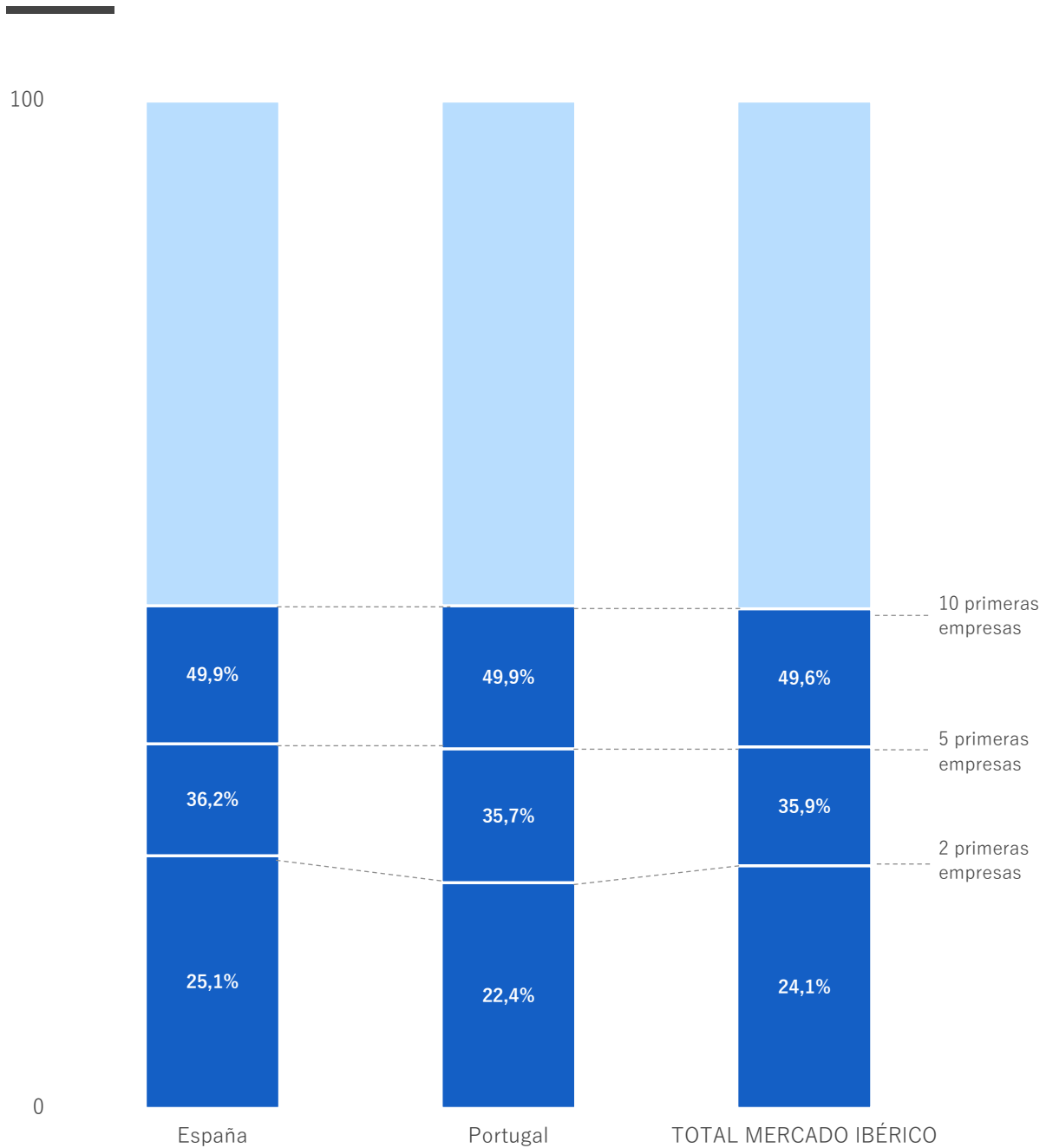
(a) corresponde a las empresas asociadas a STANPA.

Fuente: DBK sobre datos STANPA, Cosmetics Europe e Instituto Nacional de Estatística (INE Portugal).

Tabla 11

Grado de concentración de la oferta, 2018.

(Cuotas de mercado conjuntas)



Fuente: DBK.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Las empresas dedicadas a la producción o importación, y venta de productos de perfumería y cosmética en el mercado ibérico desarrollan su actividad en un escenario de intensa competencia, especialmente en España, cuyo mercado es más maduro que el portugués. Esta alta rivalidad se ha mantenido incluso tras la crisis económica, durante la cual se produjo un fuerte incremento de la cuota de mercado asociada a las marcas de distribuidor y un descenso generalizado de los márgenes comerciales. Las elevadas necesidades de inversión en innovación y marketing son un elemento adicional de presión y dificultan la permanencia en el sector de los operadores independientes con escasa capacidad financiera.

La oferta sectorial tiende a concentrarse en los principales grupos multinacionales del sector, los cuales disfrutan de una mayor capacidad de inversión y mantienen una estructura que les permite generar economías de escala y controlar sus costes operativos.

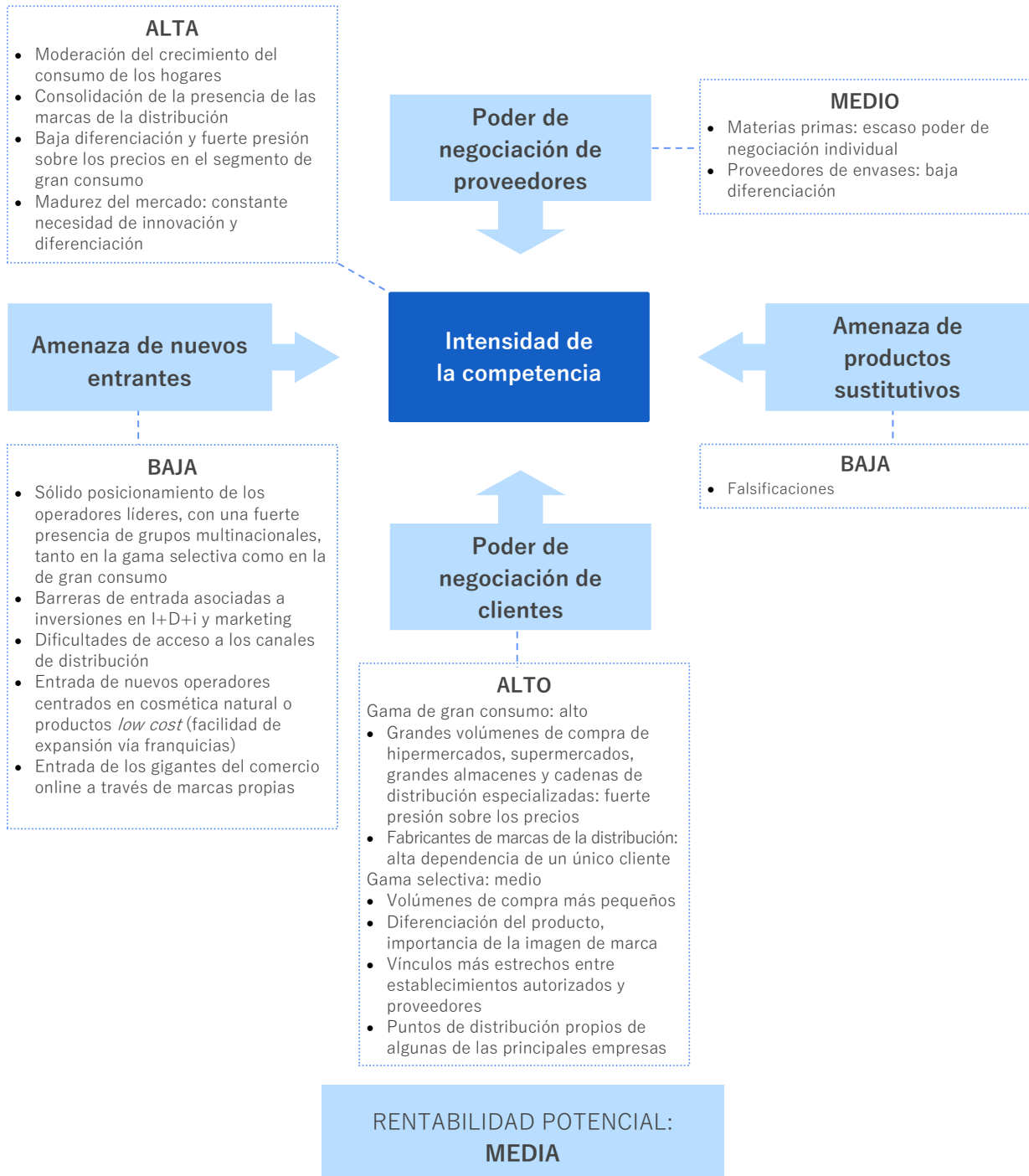
En este contexto, la amenaza de entrada de nuevos competidores es poco relevante. No obstante, en los últimos años han aparecido nuevos operadores centrados en nichos como la cosmética natural o los productos *low cost*, muchos de ellos especializados en la venta directa a través de internet, lo que les permite reducir costes de intermediación y solventar las dificultades de acceso a los canales de distribución. La expansión de este tipo de negocios se ve facilitada por la fórmula de la franquicia y algunos de ellos han abierto o tienen previsto abrir tiendas que actúen como *flagship* de la marca.

Así, la venta directa está adquiriendo una creciente relevancia como canal de distribución, en un sector tradicionalmente caracterizado por soportar un alto poder negociador de los principales establecimientos de comercio minorista de gran consumo y de las grandes cadenas especializadas en la distribución de artículos de perfumería y cosmética, que aprovechan los grandes volúmenes de producto gestionados para ejercer una fuerte presión sobre los precios. Cabe señalar también la entrada en el sector del gigante del comercio online Amazon, que en 2019 lanzó sus primeros productos de cosmética bajo su propia marca de moda "Find". No es descartable que otros grandes operadores de internet, como el grupo chino Alibaba, continúen esta estrategia a corto o medio plazo.

En cuanto a los factores clave para el éxito en el sector, el control de costes y la inversión en I+D+i se consolidan como factores críticos en el ámbito de las operaciones, en el que han cobrado gran importancia las políticas medioambientales. En lo que respecta al marketing mix, la competitividad en precio destaca en el mercado de gran consumo, mientras que la imagen de marca es la principal variable en el mercado selectivo.

Tabla 12

Fuerzas competitivas relevantes, 2019.

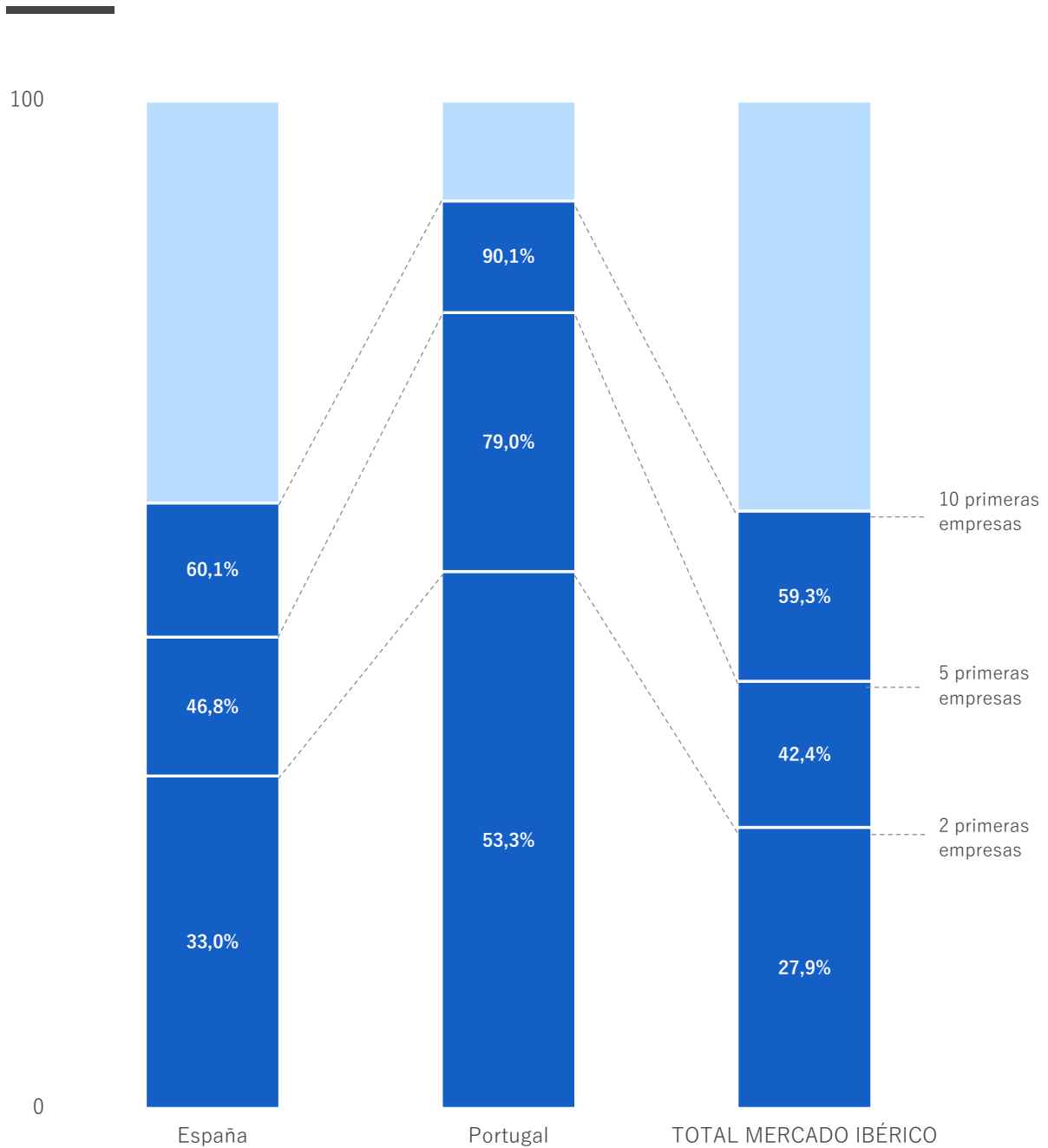


Fuente: DBK.

Tabla 13

Grado de concentración de la oferta en el mercado ibérico de distribución alimentaria, 2018.

(Cuotas de mercado conjuntas)



Fuente: DBK.

Tabla 14

Factores clave de éxito, 2019.

| Operaciones | Valoración | Tendencia |
|-------------------------------|------------|-----------|
| Control de costes | 5 | ▲ |
| I+D+i | 5 | ▲ |
| Economías de escala | 4 | = |
| Respeto medioambiental | 4 | ▲ |
| Flexibilidad productiva | 3 | ▲ |
| Política de aprovisionamiento | 3 | = |
| Formación del personal | 3 | = |

| Marketing mix | Valoración | Tendencia |
|----------------------------------|------------|-----------|
| Precio (gama gran consumo) | 5 | = |
| Imagen de marca (gama selectiva) | 5 | = |
| Gama de productos | | |
| • Innovación | 5 | ▲ |
| • Especificidad de productos | 4 | ▲ |
| • Amplitud de la gama | 4 | = |
| Publicidad y promociones | 4 | = |
| Precio (gama selectiva) | 3 | ▲ |
| Presentación | 3 | ▲ |

Valoración: 1, 2, 3: factor relevante
4, 5: factor crítico

Fuente: DBK.

1.4. Evolución de la actividad

El mercado ibérico de perfumería y cosmética, favorecido por la positiva coyuntura económica, volvió a crecer en 2018 por cuarto año consecutivo, alcanzando una cifra de 5.222 millones de euros, lo que supuso un 2,1% más que en el ejercicio anterior.

El mejor comportamiento correspondió al mercado portugués, menos maduro que el español, de modo que la facturación en Portugal se incrementó un 2,6%, hasta los 864 millones de euros, mientras que en España la variación fue del 2,0%, hasta los 4.358 millones de euros. De este modo, el mercado español, quinto en el ranking europeo, concentró el 83% del mercado ibérico.

España en el segundo exportador mundial de perfumes por detrás de Francia

Los segmentos de cuidado de la piel y aseo concentran las cuotas de participación más altas en el valor total de las ventas, con porcentajes en 2018 del 27,9% y 24,9%, respectivamente, seguidos de la línea de perfumes y fragancias (19,3%), productos de cuidado del cabello (18,2%) y cosmética decorativa (9,7%).

En cuanto a la evolución reciente, tanto en España como en Portugal, el mayor dinamismo ha correspondido en los dos últimos años a los segmentos de cosmética decorativa y perfumes y fragancias. En España, el valor de las ventas de este tipo de productos experimentó aumentos del 5,0% y 4,6% entre 2017 y 2018, respectivamente, superando ampliamente la media. En Portugal, las variaciones fueron del 4,4% y 3,3%, respectivamente.

La fortaleza del sector productivo en España, donde tienen su sede plantas industriales de multinacionales extranjeras, grandes grupos nacionales y pymes, se refleja en una alta propensión a exportar de las empresas fabricantes.

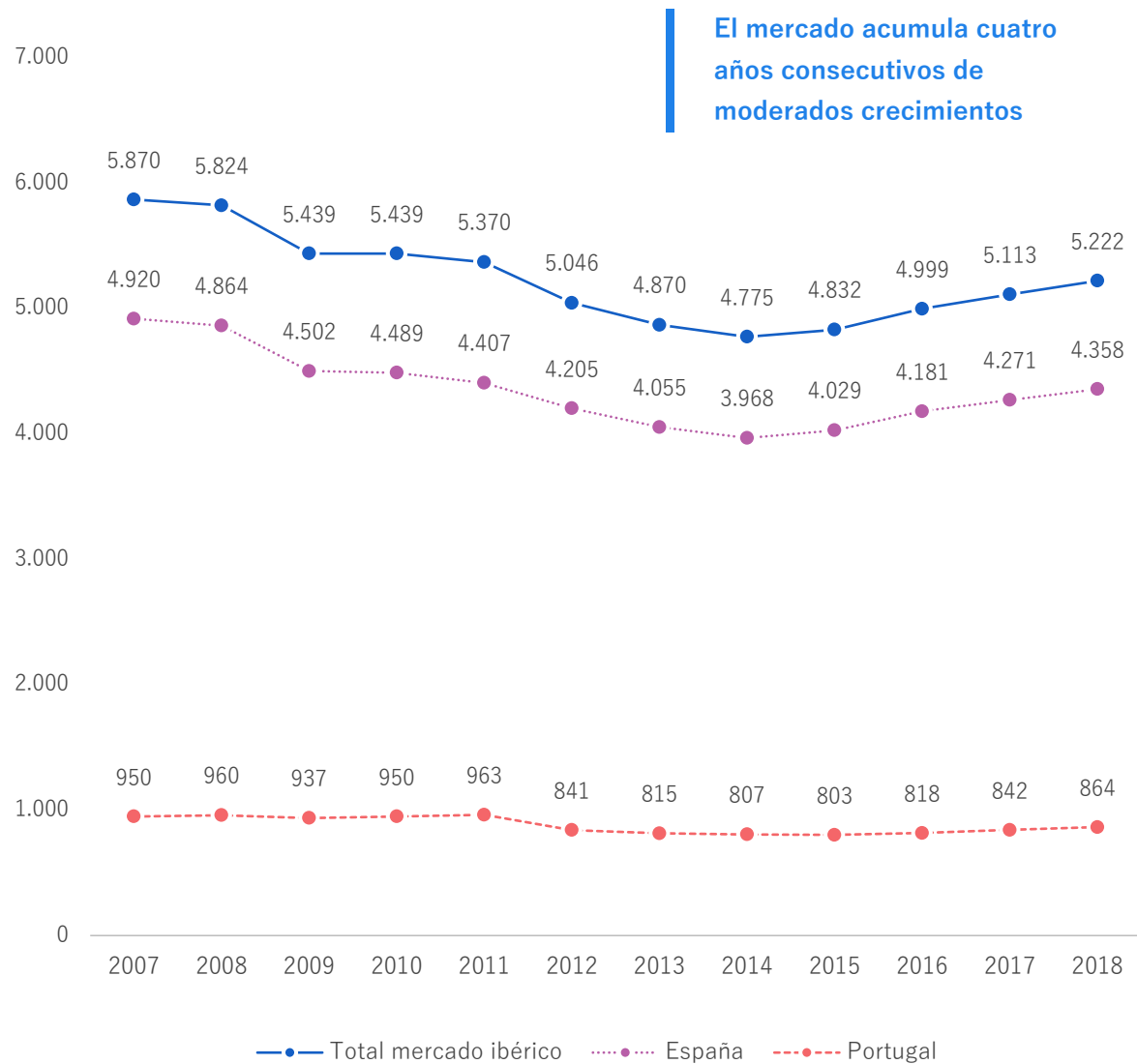
El valor de las ventas al exterior de productos españoles se incrementó un 11,3%, hasta alcanzar los 3.880 millones de euros, correspondiendo a perfumes y fragancias el 47% del total. Los principales países de destino son Alemania, Reino Unido, Portugal, Francia, Estados Unidos e Italia, representando las ventas a estos seis mercados el 44% de las exportaciones totales.

Por su parte, las exportaciones en Portugal crecieron un 5,1% en 2018, tras haber aumentado ya un 11,4% en el año anterior. España, Angola y Reino Unido fueron los principales destinos, con participaciones respectivas sobre el total del 36%, 10% y 8%.

Tabla 15

Evolución del mercado, 2007-2018.

(Mill. euros)



| | 08/07 | 09/08 | 10/09 | 11/10 | 12/11 | 13/12 | 14/13 | 15/14 | 16/15 | 17/16 | 18/17 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % var. total | -0,8% | -6,6% | 0,0% | -1,3% | -6,0% | -3,5% | -2,0% | 1,2% | 3,5% | 2,3% | 2,1% |
| % var. España | -1,1% | -7,4% | -0,3% | -1,8% | -4,6% | -3,6% | -2,1% | 1,5% | 3,8% | 2,2% | 2,0% |
| % var. Portugal | 1,1% | -2,4% | 1,4% | 1,4% | -12,7% | -3,1% | -1,0% | -0,5% | 1,9% | 2,9% | 2,6% |

Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

Tabla 16
Evolución del mercado por segmentos, 2014-2018.

(Mill. euros)

ESPAÑA

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| Cuidado de la piel | 1.118 | 1.134 | 1.183 | 1.197 | 1.213 | 1,3 |
| Aseo | 988 | 997 | 1.019 | 1.034 | 1.041 | 0,7 |
| Perfumes y fragancias | 711 | 748 | 785 | 827 | 865 | 4,6 |
| Cuidado del cabello | 789 | 774 | 784 | 790 | 795 | 0,6 |
| Cosmética decorativa | 362 | 376 | 410 | 423 | 444 | 5,0 |
| TOTAL | 3.968 | 4.029 | 4.181 | 4.271 | 4.358 | 2,0 |

PORTUGAL

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|-----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------------|
| Cuidado de la piel | 228 | 231 | 235 | 240 | 246 | 2,5 |
| Aseo | 247 | 248 | 250 | 255 | 260 | 2,0 |
| Perfumes y fragancias | 132 | 128 | 131 | 136 | 142 | 4,4 |
| Cuidado del cabello | 147 | 142 | 146 | 150 | 153 | 2,0 |
| Cosmética decorativa | 53 | 54 | 56 | 61 | 63 | 3,3 |
| TOTAL | 807 | 803 | 818 | 842 | 864 | 2,6 |

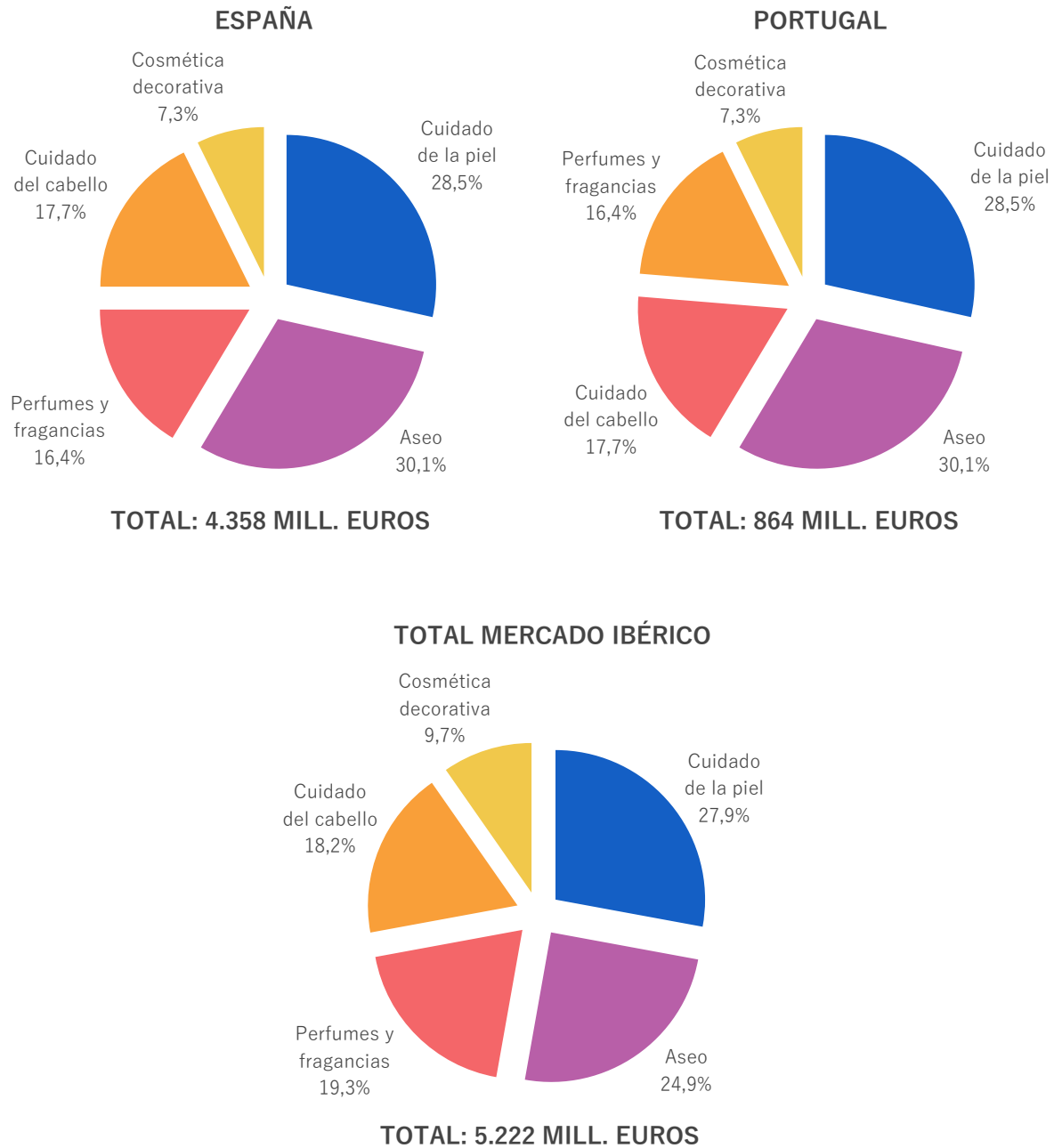
TOTAL MERCADO IBÉRICO

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| Cuidado de la piel | 1.346 | 1.365 | 1.418 | 1.437 | 1.459 | 1,5 |
| Aseo | 1.235 | 1.245 | 1.269 | 1.289 | 1.301 | 0,9 |
| Perfumes y fragancias | 843 | 876 | 916 | 963 | 1.007 | 4,6 |
| Cuidado del cabello | 936 | 916 | 930 | 940 | 948 | 0,9 |
| Cosmética decorativa | 415 | 430 | 466 | 484 | 507 | 4,8 |
| TOTAL | 4.775 | 4.832 | 4.999 | 5.113 | 5.222 | 2,1 |

Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

Tabla 17

Distribución del mercado por segmentos, 2018.

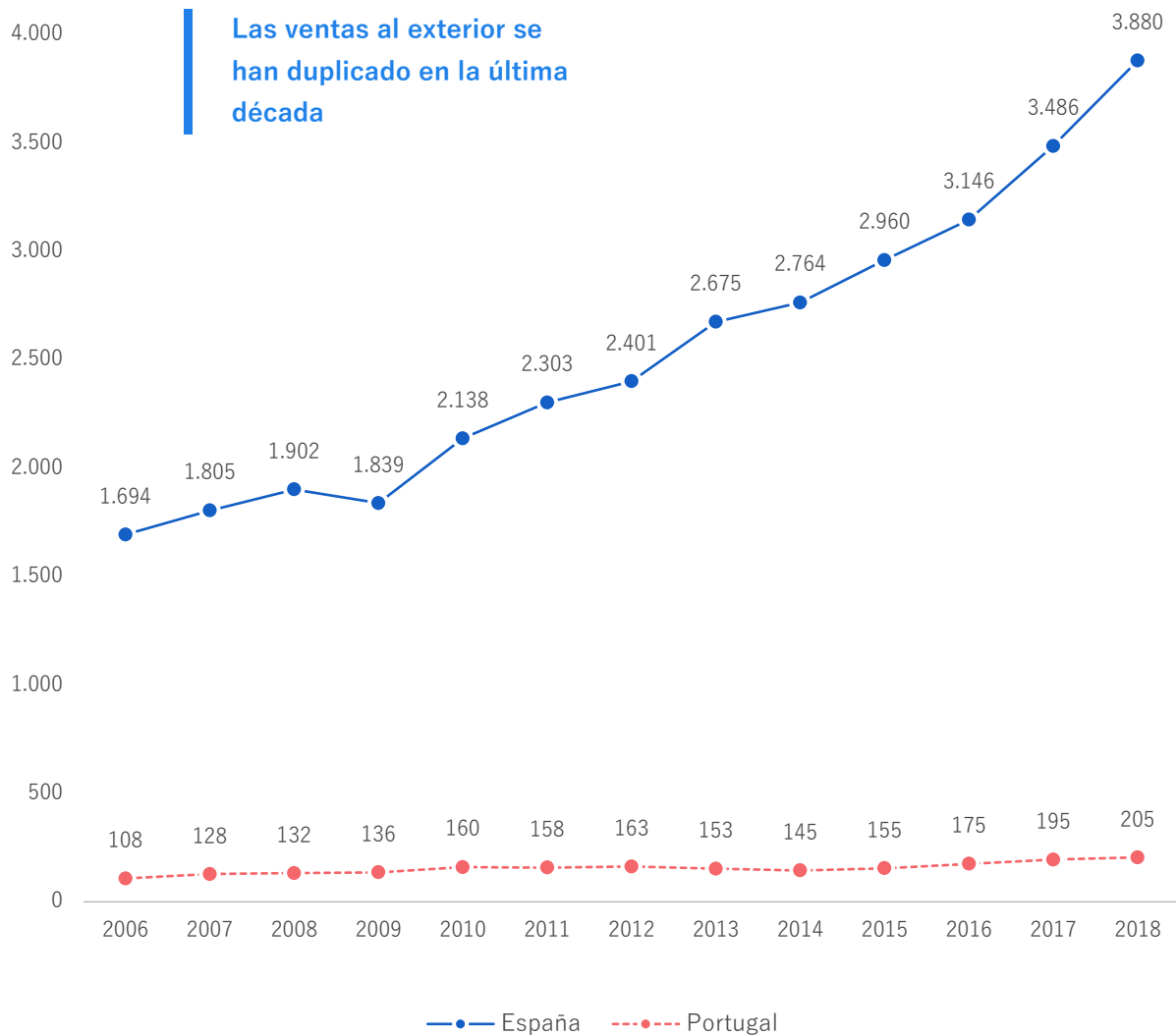


Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

Tabla 18

Evolución de las exportaciones, 2006-2018.

(Mill. euros)



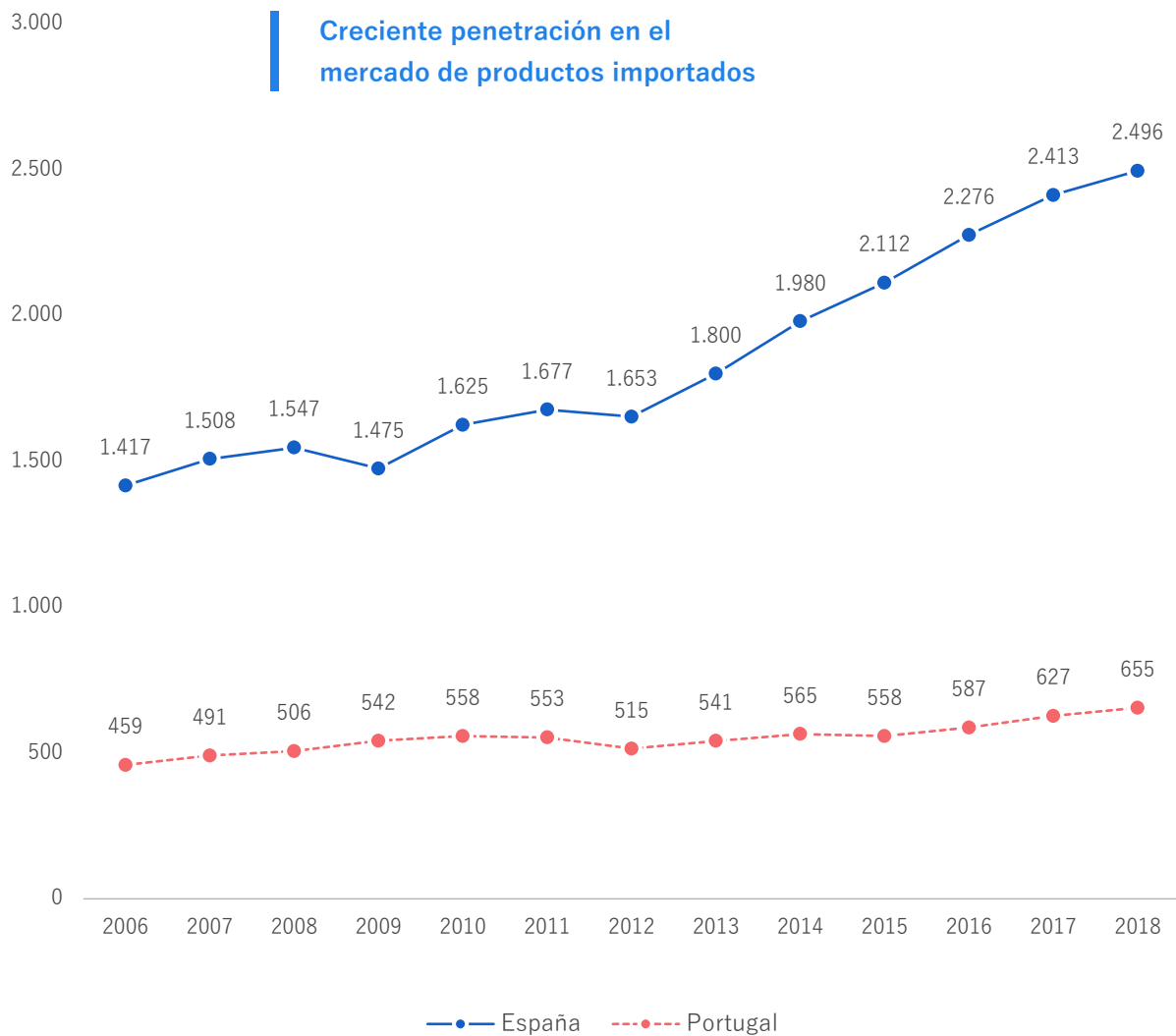
| | 07/06 | 08/07 | 09/08 | 10/09 | 11/10 | 12/11 | 13/12 | 14/13 | 15/14 | 16/15 | 17/16 | 18/17 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % var. España | 6,6% | 5,4% | -3,3% | 16,3% | 7,7% | 4,3% | 11,4% | 3,3% | 7,1% | 6,3% | 10,8% | 11,3% |
| % var. Portugal | 18,5% | 3,1% | 3,0% | 17,6% | -1,3% | 3,2% | -6,1% | -5,2% | 6,9% | 12,9% | 11,4% | 5,1% |

Fuente: DBK sobre datos ICEX España Exportación e Inversiones e INE Portugal.

Tabla 19

Evolución de las importaciones, 2006-2018.

(Mill. euros)



| | 07/06 | 08/07 | 09/08 | 10/09 | 11/10 | 12/11 | 13/12 | 14/13 | 15/14 | 16/15 | 17/16 | 18/17 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % var. España | 6,4% | 2,6% | -4,7% | 10,2% | 3,2% | -1,4% | 8,9% | 10,0% | 6,7% | 7,8% | 6,0% | 3,4% |
| % var. Portugal | 7,0% | 3,1% | 7,1% | 3,0% | -0,9% | -6,9% | 5,0% | 4,4% | -1,2% | 5,2% | 6,8% | 4,5% |

Fuente: DBK sobre datos ICEX España Exportación e Inversiones e INE Portugal.

Tabla 20
Evolución del comercio exterior por segmentos, 2015-2018.

(Mill. euros)

| ESPAÑA | | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|-----------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 | % v.m.a. 2018/2015 |
| Exportaciones | 2.960 | 3.146 | 3.486 | 3.880 | 11,3 | 9,4 |
| Perfumes y fragancias | 1.313 | 1.421 | 1.562 | 1.821 | 16,6 | 11,5 |
| Cuidado del cabello | 470 | 480 | 518 | 514 | -0,8 | 3,0 |
| Aseo | 549 | 547 | 562 | 615 | 9,4 | 3,9 |
| Cosmética decorativa y cuidado de la piel | 628 | 698 | 844 | 930 | 10,2 | 14,0 |
| Importaciones | 2.112 | 2.276 | 2.413 | 2.496 | 3,4 | 5,7 |
| Perfumes y fragancias | 605 | 664 | 666 | 723 | 8,6 | 6,1 |
| Cuidado del cabello | 292 | 300 | 312 | 302 | -3,2 | 1,1 |
| Aseo | 475 | 483 | 495 | 517 | 4,4 | 2,9 |
| Cosmética decorativa y cuidado de la piel | 740 | 829 | 940 | 954 | 1,5 | 8,8 |
| Saldo comercial | 848 | 870 | 1.073 | 1.384 | 29,0 | 17,7 |
| Perfumes y fragancias | 708 | 757 | 896 | 1.098 | 22,5 | 15,8 |
| Cuidado del cabello | 178 | 180 | 206 | 212 | 2,9 | 6,0 |
| Aseo | 74 | 64 | 67 | 98 | 46,3 | 9,8 |
| Cosmética decorativa y cuidado de la piel | -112 | -131 | -96 | -24 | -75,0 | -40,2 |
| PORTUGAL | | | | | | |
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 | % v.m.a. 2018/2015 |
| Exportaciones | 155 | 175 | 195 | 205 | 5,1 | 9,8 |
| Perfumes y fragancias | 18 | 18 | 19 | 23 | 21,1 | 8,5 |
| Cuidado del cabello | 18 | 28 | 40 | 34 | -15,0 | 23,6 |
| Aseo | 91 | 104 | 106 | 110 | 3,8 | 6,5 |
| Cosmética decorativa y cuidado de la piel | 28 | 25 | 30 | 38 | 26,7 | 10,7 |
| Importaciones | 558 | 587 | 627 | 655 | 4,5 | 5,5 |
| Perfumes y fragancias | 94 | 93 | 107 | 114 | 6,5 | 6,6 |
| Cuidado del cabello | 85 | 88 | 94 | 90 | -4,3 | 1,9 |
| Aseo | 185 | 200 | 208 | 231 | 11,1 | 7,7 |
| Cosmética decorativa y cuidado de la piel | 194 | 206 | 218 | 220 | 0,9 | 4,3 |
| Saldo comercial | -403 | -412 | -432 | -450 | 4,2 | 3,7 |
| Perfumes y fragancias | -76 | -75 | -88 | -91 | 3,4 | 6,2 |
| Cuidado del cabello | -67 | -60 | -54 | -56 | 3,7 | -5,8 |
| Aseo | -94 | -96 | -102 | -121 | 18,6 | 8,8 |
| Cosmética decorativa y cuidado de la piel | -166 | -181 | -188 | -182 | -3,2 | 3,1 |

Fuente: DBK sobre datos ICEX España Exportación e Inversiones e INE Portugal.

Tabla 21
Distribución de las exportaciones españolas por país de destino, 2017-2018.

| País | 2017 | | 2018 | | % var. 2018/2017 |
|------------------------|-----------------|--------------|-----------------|--------------|---------------------|
| | Mill. euros | % | Mill. euros | % | |
| Alemania | 286,89 | 8,2 | 381,65 | 9,8 | 33,0 |
| Reino Unido | 237,30 | 6,8 | 307,43 | 7,9 | 29,6 |
| Portugal | 273,26 | 7,8 | 273,06 | 7,0 | -0,1 |
| Francia | 252,68 | 7,2 | 271,71 | 7,0 | 7,5 |
| Italia | 192,53 | 5,5 | 225,00 | 5,8 | 16,9 |
| Países Bajos | 107,28 | 3,1 | 157,95 | 4,1 | 47,2 |
| Polonia | 89,46 | 2,6 | 89,04 | 2,3 | -0,5 |
| Grecia | 21,76 | 0,6 | 42,61 | 1,1 | 95,8 |
| Bélgica | 30,15 | 0,9 | 38,81 | 1,0 | 28,7 |
| República Checa | 33,00 | 0,9 | 33,87 | 0,9 | 2,6 |
| Rumania | 27,19 | 0,8 | 27,88 | 0,7 | 2,5 |
| Dinamarca | 21,36 | 0,6 | 20,37 | 0,5 | -4,6 |
| Finlandia | 15,37 | 0,4 | 16,46 | 0,4 | 7,1 |
| Suecia | 15,13 | 0,4 | 14,71 | 0,4 | -2,8 |
| Eslovaquia | 11,20 | 0,3 | 12,92 | 0,3 | 15,4 |
| Hungría | 11,18 | 0,3 | 9,56 | 0,2 | -14,5 |
| Austria | 23,56 | 0,7 | 8,34 | 0,2 | -64,6 |
| Otros UE (a) | 73,48 | 2,1 | 72,52 | 1,9 | -1,3 |
| Total UE | 1.722,78 | 49,4 | 2.003,89 | 51,6 | 16,3 |
| Estados Unidos | 242,85 | 7,0 | 251,15 | 6,5 | 3,4 |
| Hong Kong | 92,27 | 2,6 | 119,88 | 3,1 | 29,9 |
| Emiratos Arabes Unidos | 90,83 | 2,6 | 91,22 | 2,4 | 0,4 |
| México | 83,87 | 2,4 | 80,39 | 2,1 | -4,1 |
| Andorra | 79,70 | 2,3 | 79,31 | 2,0 | -0,5 |
| Chile | 69,00 | 2,0 | 74,49 | 1,9 | 8,0 |
| China | 29,53 | 0,8 | 72,99 | 1,9 | 147,2 |
| Rusia | 59,61 | 1,7 | 58,53 | 1,5 | -1,8 |
| Marruecos | 44,14 | 1,3 | 55,15 | 1,4 | 24,9 |
| Singapur | 43,50 | 1,2 | 53,50 | 1,4 | 23,0 |
| Argentina | 45,71 | 1,3 | 47,74 | 1,2 | 4,4 |
| Australia | 43,31 | 1,2 | 44,27 | 1,1 | 2,2 |
| Brasil | 38,64 | 1,1 | 42,31 | 1,1 | 9,5 |
| Panamá | 38,51 | 1,1 | 40,54 | 1,0 | 5,3 |
| Israel | 35,53 | 1,0 | 38,77 | 1,0 | 9,1 |
| Sudáfrica | 38,82 | 1,1 | 38,02 | 1,0 | -2,1 |
| Suiza | 34,61 | 1,0 | 35,71 | 0,9 | 3,2 |
| Turquía | 41,82 | 1,2 | 32,39 | 0,8 | -22,5 |
| Arabia Saudita | 32,22 | 0,9 | 31,86 | 0,8 | -1,1 |
| Corea del Sur | 24,79 | 0,7 | 30,52 | 0,8 | 23,1 |
| India | 22,38 | 0,6 | 26,85 | 0,7 | 20,0 |
| Colombia | 23,24 | 0,7 | 25,52 | 0,7 | 9,8 |
| Paraguay | 30,67 | 0,9 | 24,08 | 0,6 | -21,5 |
| Uruguay | 30,47 | 0,9 | 23,70 | 0,6 | -22,2 |
| Argelia | 26,63 | 0,8 | 21,26 | 0,5 | -20,2 |
| Canadá | 17,18 | 0,5 | 17,93 | 0,5 | 4,4 |
| Japón | 18,95 | 0,5 | 17,50 | 0,5 | -7,7 |
| Perú | 17,35 | 0,5 | 16,81 | 0,4 | -3,1 |
| Taiwán | 12,20 | 0,4 | 13,81 | 0,4 | 13,2 |
| Libano | 12,80 | 0,4 | 12,28 | 0,3 | -4,1 |
| Malasia | 10,62 | 0,3 | 12,02 | 0,3 | 13,2 |
| Ucrania | 9,68 | 0,3 | 12,01 | 0,3 | 24,1 |
| Libia | 5,42 | 0,2 | 11,14 | 0,3 | 105,5 |
| Catar | 9,39 | 0,3 | 10,45 | 0,3 | 11,3 |
| Indonesia | 7,50 | 0,2 | 10,11 | 0,3 | 34,8 |
| Kuwait | 10,07 | 0,3 | 9,73 | 0,3 | -3,4 |
| Egipto | 6,22 | 0,2 | 8,74 | 0,2 | 40,5 |
| Cuba | 10,04 | 0,3 | 8,70 | 0,2 | -13,3 |
| Gibraltar | 8,58 | 0,2 | 8,38 | 0,2 | -2,3 |
| Otros | 264,12 | 7,6 | 266,31 | 6,9 | 0,8 |
| TOTAL | 3.485,55 | 100,0 | 3.879,96 | 100,0 | 11,3 |

(a) incluye exportaciones a la Unión Europea sin especificar el país de destino.

Fuente: DBK sobre datos ICEX España Exportación e Inversiones.

Tabla 22
Distribución de las exportaciones portuguesas por país de destino, 2017-2018.

| País | 2017 | | 2018 | | % var. 2018/2017 |
|------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------------|
| | Mill. euros | % | Mill. euros | % | |
| España | 64,86 | 33,3 | 73,54 | 35,8 | 13,4 |
| Reino Unido | 20,97 | 10,8 | 16,41 | 8,0 | -21,7 |
| Países Bajos | 8,33 | 4,3 | 14,36 | 7,0 | 72,4 |
| Alemania | 10,98 | 5,6 | 13,59 | 6,6 | 23,8 |
| Francia | 11,85 | 6,1 | 13,34 | 6,5 | 12,6 |
| Bélgica | 10,78 | 5,5 | 7,44 | 3,6 | -31,0 |
| Polonia | 4,84 | 2,5 | 5,92 | 2,9 | 22,3 |
| Italia | 2,97 | 1,5 | 4,16 | 2,0 | 40,1 |
| Chipre | 0,83 | 0,4 | 1,31 | 0,6 | 57,8 |
| Dinamarca | 0,10 | 0,1 | 1,02 | 0,5 | 920,0 |
| Luxemburgo | 0,17 | 0,1 | 0,93 | 0,5 | 447,1 |
| Lituania | 0,37 | 0,2 | 0,70 | 0,3 | 89,2 |
| República Checa | 0,34 | 0,2 | 0,65 | 0,3 | 91,2 |
| Hungría | 0,16 | 0,1 | 0,44 | 0,2 | 175,0 |
| Suecia | 0,44 | 0,2 | 0,38 | 0,2 | -13,6 |
| Irlanda | 0,09 | ns | 0,33 | 0,2 | 266,7 |
| Grecia | 0,30 | 0,2 | 0,29 | 0,1 | -3,3 |
| Rumania | 0,05 | ns | 0,29 | 0,1 | 480,0 |
| Malta | 0,13 | 0,1 | 0,19 | 0,1 | 46,2 |
| Austria | 0,08 | ns | 0,18 | 0,1 | 125,0 |
| Eslovenia | ns | ns | 0,14 | 0,1 | na |
| Estonia | 0,46 | 0,2 | 0,08 | ns | -82,6 |
| Otros | 0,20 | 0,1 | 0,17 | 0,1 | -15,0 |
| Total UE | 139,30 | 71,4 | 155,86 | 75,9 | 11,9 |
| Angola | 33,20 | 17,0 | 21,11 | 10,3 | -36,4 |
| Estados Unidos | 7,82 | 4,0 | 7,96 | 3,9 | 1,8 |
| Cabo Verde | 2,73 | 1,4 | 3,25 | 1,6 | 19,0 |
| Hong Kong | 0,62 | 0,3 | 2,43 | 1,2 | 291,9 |
| Emiratos Arabes Unidos | 0,86 | 0,4 | 1,80 | 0,9 | 109,3 |
| Santo Tomé y Príncipe | 1,83 | 0,9 | 1,58 | 0,8 | -13,7 |
| Suiza | 1,27 | 0,7 | 1,50 | 0,7 | 18,1 |
| Mozambique | 1,36 | 0,7 | 1,43 | 0,7 | 5,1 |
| Canadá | 0,82 | 0,4 | 0,92 | 0,4 | 12,2 |
| Argelia | 0,87 | 0,4 | 0,64 | 0,3 | -26,4 |
| China | 0,22 | 0,1 | 0,60 | 0,3 | 172,7 |
| Libia | 0,04 | ns | 0,52 | 0,3 | 1.200,0 |
| Arabia Saudita | 0,16 | 0,1 | 0,49 | 0,2 | 206,3 |
| Australia | 0,21 | 0,1 | 0,47 | 0,2 | 123,8 |
| Malasia | 0,22 | 0,1 | 0,42 | 0,2 | 90,9 |
| Japón | 0,32 | 0,2 | 0,36 | 0,2 | 12,5 |
| Rusia | ns | ns | 0,30 | 0,1 | na |
| Irak | 0,34 | 0,2 | 0,29 | 0,1 | -14,7 |
| Marruecos | 0,03 | ns | 0,26 | 0,1 | 766,7 |
| Corea del Sur | 0,40 | 0,2 | 0,21 | 0,1 | -47,5 |
| Guinea Bissau | 0,20 | 0,1 | 0,19 | 0,1 | -5,0 |
| Macao | 0,19 | 0,1 | 0,19 | 0,1 | - |
| India | 0,03 | ns | 0,17 | 0,1 | 466,7 |
| Singapur | 0,18 | 0,1 | 0,13 | 0,1 | -27,8 |
| Kuwait | 0,13 | 0,1 | 0,13 | 0,1 | - |
| Libano | 0,13 | 0,1 | 0,12 | 0,1 | -7,7 |
| Nueva Zelanda | 0,03 | ns | 0,12 | 0,1 | 300,0 |
| Trinidad y Tobago | 0,17 | 0,1 | 0,10 | ns | -41,2 |
| Costa Rica | 0,07 | ns | 0,10 | ns | 42,9 |
| Noruega | 0,10 | 0,1 | 0,10 | ns | - |
| Indonesia | 0,01 | ns | 0,10 | ns | 900,0 |
| Pakistán | ns | ns | 0,10 | ns | na |
| Brasil | 0,04 | ns | 0,09 | ns | 125,0 |
| Catar | 0,01 | ns | 0,08 | ns | 700,0 |
| Otros | 1,07 | 0,5 | 1,29 | 0,6 | 20,6 |
| TOTAL | 194,98 | 100,0 | 205,41 | 100,0 | 5,3 |

Fuente: DBK sobre datos INE Portugal.

Tabla 23
Distribución de las importaciones españolas por país de origen, 2017-2018.

| País | 2017 | | 2018 | | % var. 2018/2017 |
|-----------------|-----------------|--------------|-----------------|--------------|---------------------|
| | Mill. euros | % | Mill. euros | % | |
| Francia | 924,43 | 38,3 | 1.025,15 | 41,1 | 10,9 |
| Alemania | 352,11 | 14,6 | 337,23 | 13,5 | -4,2 |
| Italia | 276,25 | 11,4 | 275,82 | 11,1 | -0,2 |
| Reino Unido | 140,34 | 5,8 | 137,47 | 5,5 | -2,0 |
| Países Bajos | 111,79 | 4,6 | 109,43 | 4,4 | -2,1 |
| Polonia | 92,76 | 3,8 | 102,15 | 4,1 | 10,1 |
| Bélgica | 90,08 | 3,7 | 83,83 | 3,4 | -6,9 |
| Portugal | 54,15 | 2,2 | 53,73 | 2,2 | -0,8 |
| Irlanda | 15,88 | 0,7 | 19,50 | 0,8 | 22,8 |
| Hungría | 12,89 | 0,5 | 15,53 | 0,6 | 20,5 |
| República Checa | 12,69 | 0,5 | 13,20 | 0,5 | 4,0 |
| Grecia | 10,88 | 0,5 | 12,79 | 0,5 | 17,6 |
| Eslovaquia | 6,07 | 0,3 | 6,97 | 0,3 | 14,8 |
| Croacia | 6,38 | 0,3 | 6,33 | 0,3 | -0,8 |
| Eslovenia | 7,56 | 0,3 | 6,27 | 0,3 | -17,1 |
| Austria | 7,90 | 0,3 | 5,94 | 0,2 | -24,8 |
| Rumania | 5,22 | 0,2 | 5,54 | 0,2 | 6,1 |
| Suecia | 7,60 | 0,3 | 5,29 | 0,2 | -30,4 |
| Luxemburgo | 3,36 | 0,1 | 4,26 | 0,2 | 26,8 |
| Bulgaria | 4,61 | 0,2 | 3,79 | 0,2 | -17,8 |
| Dinamarca | 2,38 | 0,1 | 3,21 | 0,1 | 34,9 |
| Estonia | 2,11 | 0,1 | 2,86 | 0,1 | 35,5 |
| Lituania | 1,31 | 0,1 | 1,24 | ns | -5,3 |
| Chipre | 0,92 | ns | 0,84 | ns | -8,7 |
| Otros UE (a) | 8,58 | 0,4 | 11,22 | 0,4 | 30,8 |
| Total UE | 2.158,25 | 89,5 | 2.249,59 | 90,1 | 4,2 |
| Estados Unidos | 83,96 | 3,5 | 85,84 | 3,4 | 2,2 |
| China | 71,99 | 3,0 | 74,64 | 3,0 | 3,7 |
| Canadá | 14,13 | 0,6 | 13,93 | 0,6 | -1,4 |
| Corea del Sur | 17,43 | 0,7 | 10,93 | 0,4 | -37,3 |
| Israel | 13,20 | 0,5 | 10,58 | 0,4 | -19,8 |
| Turquía | 9,71 | 0,4 | 9,80 | 0,4 | 0,9 |
| Suiza | 10,06 | 0,4 | 9,76 | 0,4 | -3,0 |
| México | 6,41 | 0,3 | 6,71 | 0,3 | 4,7 |
| India | 4,28 | 0,2 | 4,53 | 0,2 | 5,8 |
| Japón | 3,81 | 0,2 | 3,00 | 0,1 | -21,3 |
| Colombia | 2,57 | 0,1 | 2,88 | 0,1 | 12,1 |
| Tailandia | 2,79 | 0,1 | 2,75 | 0,1 | -1,4 |
| Perú | 2,76 | 0,1 | 2,49 | 0,1 | -9,8 |
| Brasil | 2,12 | 0,1 | 1,86 | 0,1 | -12,3 |
| Taiwán | 1,63 | 0,1 | 1,64 | 0,1 | 0,6 |
| Sudáfrica | 1,40 | 0,1 | 1,56 | 0,1 | 11,4 |
| Malasia | 1,32 | 0,1 | 0,64 | ns | -51,5 |
| Otros | 4,90 | 0,2 | 2,90 | 0,1 | -40,8 |
| TOTAL | 2.412,72 | 100,0 | 2.496,03 | 100,0 | 3,5 |

(a) incluye importaciones procedentes de la Unión Europea sin especificar el país de origen.

Fuente: DBK sobre datos ICEX España Exportación e Inversiones.

Tabla 24
Distribución de las importaciones portuguesas por país de origen, 2017-2018.

| País | 2017 | | 2018 | | % var. 2018/2017 |
|-----------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------------|
| | Mill. euros | % | Mill. euros | % | |
| España | 303,62 | 48,4 | 328,61 | 50,1 | 8,2 |
| Francia | 110,42 | 17,6 | 108,49 | 16,6 | -1,7 |
| Alemania | 69,63 | 11,1 | 69,38 | 10,6 | -0,4 |
| Italia | 37,97 | 6,1 | 39,56 | 6,0 | 4,2 |
| Reino Unido | 20,08 | 3,2 | 24,17 | 3,7 | 20,4 |
| Países Bajos | 25,16 | 4,0 | 21,94 | 3,3 | -12,8 |
| Polonia | 16,73 | 2,7 | 20,37 | 3,1 | 21,8 |
| Bélgica | 6,47 | 1,0 | 7,12 | 1,1 | 10,0 |
| Irlanda | 6,75 | 1,1 | 6,73 | 1,0 | -0,3 |
| República Checa | 4,56 | 0,7 | 6,28 | 1,0 | 37,7 |
| Eslovaquia | 4,92 | 0,8 | 4,19 | 0,6 | -14,8 |
| Hungría | 1,60 | 0,3 | 2,79 | 0,4 | 74,4 |
| Grecia | 1,05 | 0,2 | 2,22 | 0,3 | 111,4 |
| Croacia | 1,82 | 0,3 | 1,52 | 0,2 | -16,5 |
| Lituania | 0,08 | ns | 0,72 | 0,1 | 800,0 |
| Suecia | 0,84 | 0,1 | 0,49 | 0,1 | -41,7 |
| Austria | 0,63 | 0,1 | 0,48 | 0,1 | -23,8 |
| Luxemburgo | 1,65 | 0,3 | 0,40 | 0,1 | -75,8 |
| Estonia | 0,26 | ns | 0,38 | 0,1 | 46,2 |
| Dinamarca | 0,29 | ns | 0,37 | 0,1 | 27,6 |
| Letonia | 0,19 | ns | 0,20 | ns | 5,3 |
| Rumania | 0,12 | ns | 0,12 | ns | - |
| Eslovenia | 0,10 | ns | 0,08 | ns | -20,0 |
| Finlandia | 0,01 | ns | 0,06 | ns | 500,0 |
| Otros UE | 0,09 | ns | 0,02 | ns | -77,8 |
| Total UE | 615,04 | 98,1 | 646,69 | 98,7 | 5,1 |
| Brasil | 7,16 | 1,1 | 3,64 | 0,6 | -49,2 |
| Malasia | 0,50 | 0,1 | 0,82 | 0,1 | 64,0 |
| China | 0,63 | 0,1 | 0,79 | 0,1 | 25,4 |
| Sudáfrica | 0,53 | 0,1 | 0,77 | 0,1 | 45,3 |
| Suiza | 0,27 | ns | 0,43 | 0,1 | 59,3 |
| Estados Unidos | 0,76 | 0,1 | 0,41 | 0,1 | -46,1 |
| India | 0,37 | 0,1 | 0,41 | 0,1 | 10,8 |
| Turquía | 0,57 | 0,1 | 0,35 | 0,1 | -38,6 |
| Indonesia | 0,15 | ns | 0,31 | ns | 106,7 |
| Tailandia | 0,21 | ns | 0,27 | ns | 28,6 |
| Canadá | 0,22 | ns | 0,26 | ns | 18,2 |
| Israel | 0,19 | ns | 0,05 | ns | -73,7 |
| Otros | 0,14 | ns | 0,16 | ns | 14,3 |
| TOTAL | 626,74 | 100,0 | 655,36 | 100,0 | 4,6 |

Fuente: DBK sobre datos INE Portugal.

1.5. La demanda

El ciclo de recuperación económica en España y Portugal ha posibilitado el mantenimiento de una tendencia de continuado crecimiento en el gasto de las familias desde el año 2014. Así, el consumo final de los hogares españoles registró aumentos del 3,0% en 2017 y 1,8% en 2018, mientras que en Portugal se contabilizaron aumentos del 2,4% y 2,6% en dichos años, respectivamente.

En este contexto, el gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética en el mercado ibérico experimentó un nuevo incremento durante el ejercicio 2018, hasta alcanzar los 148,9 euros en España (+2,3 respecto al año anterior) y los 135,6 euros en Portugal (+3,6). En ambos casos se apreció una leve desaceleración respecto al ritmo de crecimiento experimentado en 2017.

La fortaleza de la demanda de productos de perfumería y cosmética se sustenta en la creciente preocupación de la población por la imagen y la salud. Así, cabe destacar el buen comportamiento de las ventas de productos de cosmética natural, especialmente en el segmento selectivo, donde se ha producido un avance de las gamas más altas en cuidado de la piel, perfumería (especialmente la masculina) y cosmética decorativa. El mercado se ha beneficiado también de la existencia de un modelo de sociedad más diverso que demanda un creciente número de opciones según el tipo de piel, la tonalidad y otras particularidades.

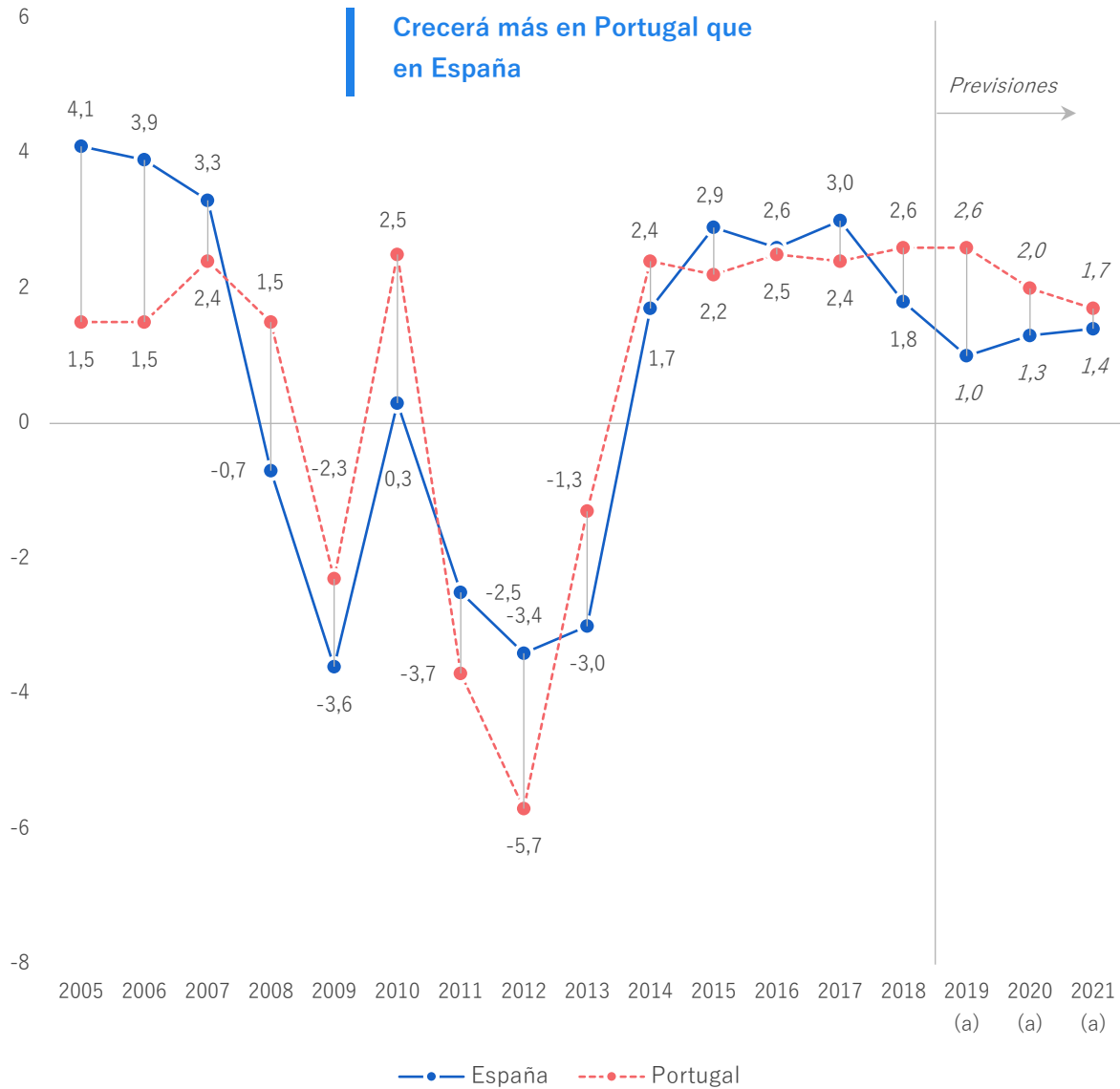
Esta diversidad influye también en la gama de gran consumo, donde se mantiene la pujanza de los productos de marcas de la distribución, gracias principalmente al importante volumen de ventas generado por la cadena de supermercados Mercadona. Se estima que actualmente las marcas de la distribución suponen más del 25% de las ventas totales de productos de perfumería y cosmética en España, con una mayor penetración en los segmentos de cuidado del cabello y aseo.

El segmento de cuidado de la piel es el que ha mostrado un mayor dinamismo en los últimos años, impulsado por la preocupación de la población por el envejecimiento de la piel y las posibles enfermedades asociadas a la misma. En este sentido, destaca el fuerte crecimiento experimentado por el nicho integrado por productos solares, frenado en 2018, no obstante, por un clima adverso. Pese a ello, sus ventas aumentaron un año más, especialmente en el canal farmacia. El mejor comportamiento durante dicho ejercicio correspondió a los productos para el cuidado del rostro.

Tabla 25

Evolución del consumo final de los hogares, 2005-2018. Previsión 2019-2021.

(% var. sobre el año anterior en términos reales)



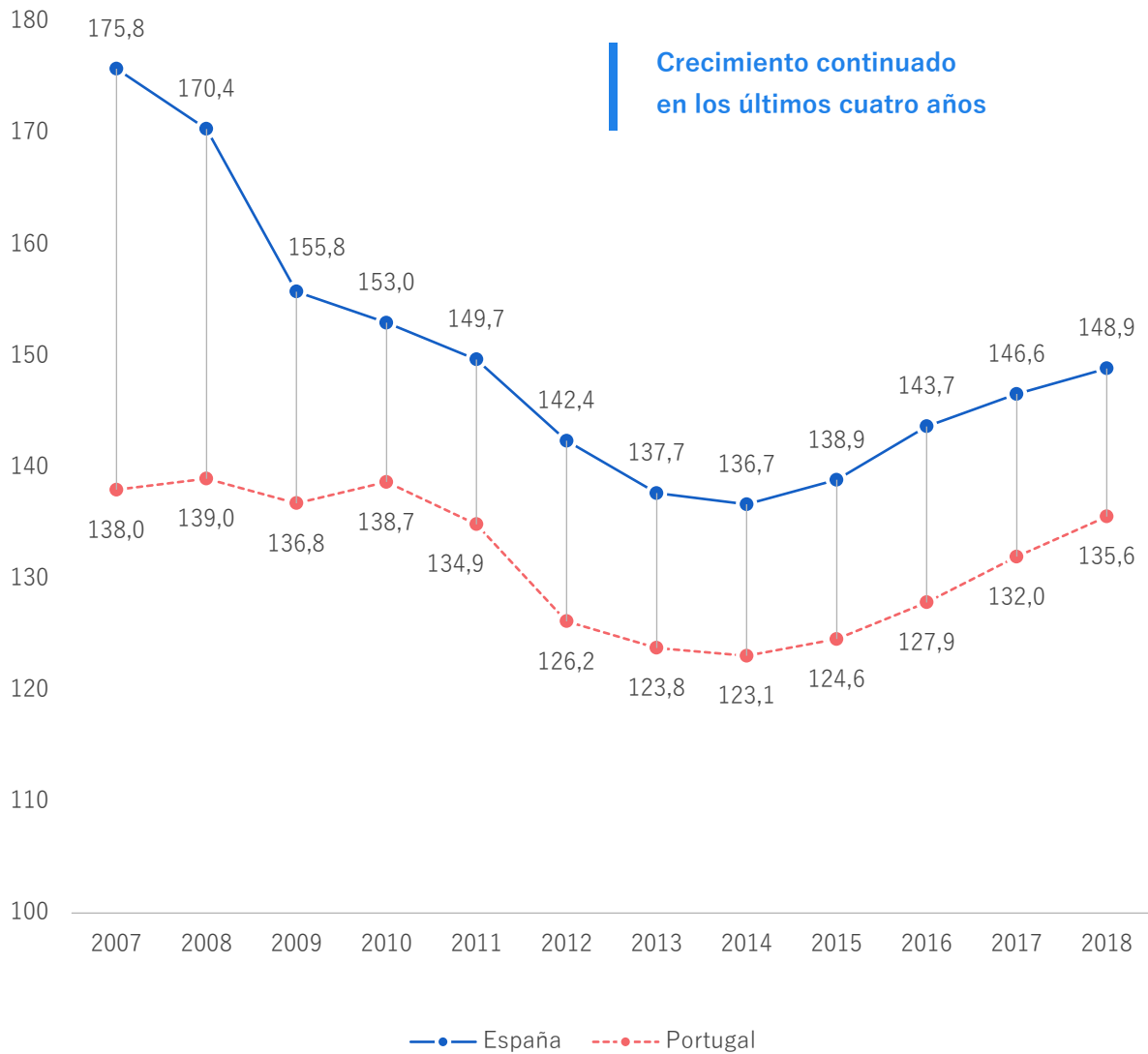
(a) previsiones del Banco de España para España y del Banco de Portugal para Portugal a septiembre y junio de 2019, respectivamente.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE España) e INE Portugal.

Tabla 26

Evolución del gasto per cápita en productos de perfumería y cosmética, 2007-2018.

(Euros)



Nota: a precios de venta al público, excluido IVA.

Fuente: DBK sobre datos Cosmetics Europe.

1.6. La distribución

Todos los canales de distribución de perfumería y cosmética experimentaron una positiva evolución de sus ventas en 2018, destacando con el mayor dinamismo los de estética profesional (+3,6%) y perfumería y cosmética selectiva (+3,3), que requieren de un mayor nivel de prescripción.

En conjunto, los canales profesionales y de prescripción, añadiendo a los dos anteriores el canal de farmacia y dermofarmacia, concentraron en 2018 el 50% del valor total del mercado. Se aprecia un incremento de los tratamientos de belleza demandados por mujeres en centros de estética especializados.

El número total de puntos especializados en la venta minorista de perfumería y cosmética ha mantenido en los últimos años una tendencia a la baja, registrando entre los años 2005 y 2018 una tasa de variación media anual negativa del 4,5%, hasta situarse en el último año en 9.290 establecimientos. El cierre de pequeñas perfumerías tradicionales y a las operaciones de compra entre las principales cadenas explican esta evolución.

Por tipos, los puntos de venta de libre servicio continúan incrementando su penetración en el sector, llegando a suponer el 46% del total del comercio especializado en 2018, mientras que el 53% restante correspondió a perfumerías tradicionales.

Junto a los puntos de venta especializados, la oferta minorista de perfumería y cosmética se completa con la venta a través de grandes superficies y supermercados, establecimientos que acaparan el restante 50% del volumen de negocio.

En los últimos años el número de hipermercados no ha sufrido grandes cambios, dada la elevada madurez de este formato, manteniéndose en 2018 en torno a los 600, de los cuales 492 se ubicaban en España y los restantes 108 en Portugal. La superficie de venta en el mercado ibérico del conjunto de hipermercados se situó en unos 4,3 millones de metros cuadrados, un 0,6% menos que en el año anterior.

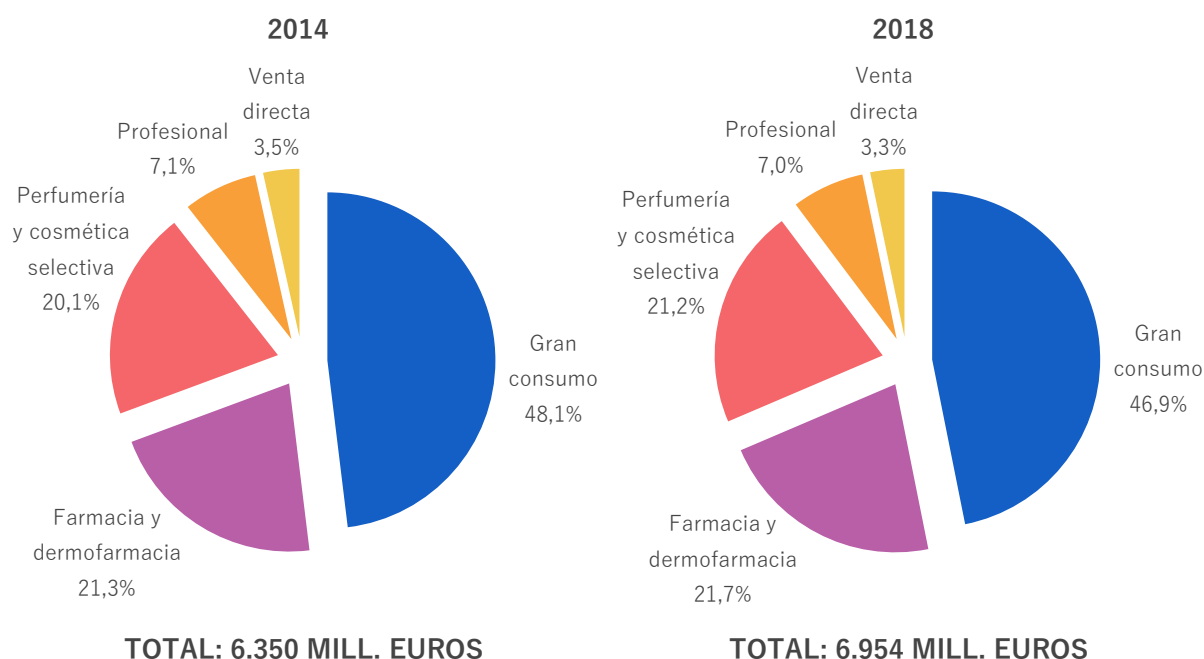
En lo que se refiere a supermercados y autoservicios, en 2018 se mantuvo en ambos países la tendencia de moderado crecimiento de la oferta. Así, el número total de establecimientos en España, incluyendo *discount* y *cash & carry*, alcanzó los 30.900 (+0,3%), en tanto que en Portugal operaban unas 5.300 tiendas (+1,5%). Del total de supermercados y autoservicios existentes en el mercado ibérico, los establecimientos *discount* representan alrededor del 15%.

Tabla 27

Evolución del mercado por canales de distribución en España, 2014-2018.

(Mill. euros)

| Canales | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | % var. 2017/2016 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| Gran consumo | 3.052 | 3.044 | 3.115 | 3.215 | 3,2 | 3.258 | 1,3 |
| Farmacia y dermofarmacia | 1.352 | 1.402 | 1.479 | 1.485 | 0,4 | 1.511 | 1,8 |
| Perfumería y cosmética selectiva | 1.274 | 1.322 | 1.387 | 1.425 | 2,7 | 1.472 | 3,3 |
| Profesional | 451 | 453 | 455 | 468 | 2,9 | 485 | 3,6 |
| Venta directa | 221 | 226 | 221 | 227 | 2,7 | 228 | 0,4 |
| TOTAL | 6.350 | 6.447 | 6.657 | 6.820 | 2,4 | 6.954 | 2,0 |



Gran consumo: grandes superficies, supermercados y tiendas tradicionales.

Perfumería y cosmética selectiva: comercio especializado de alta gama.

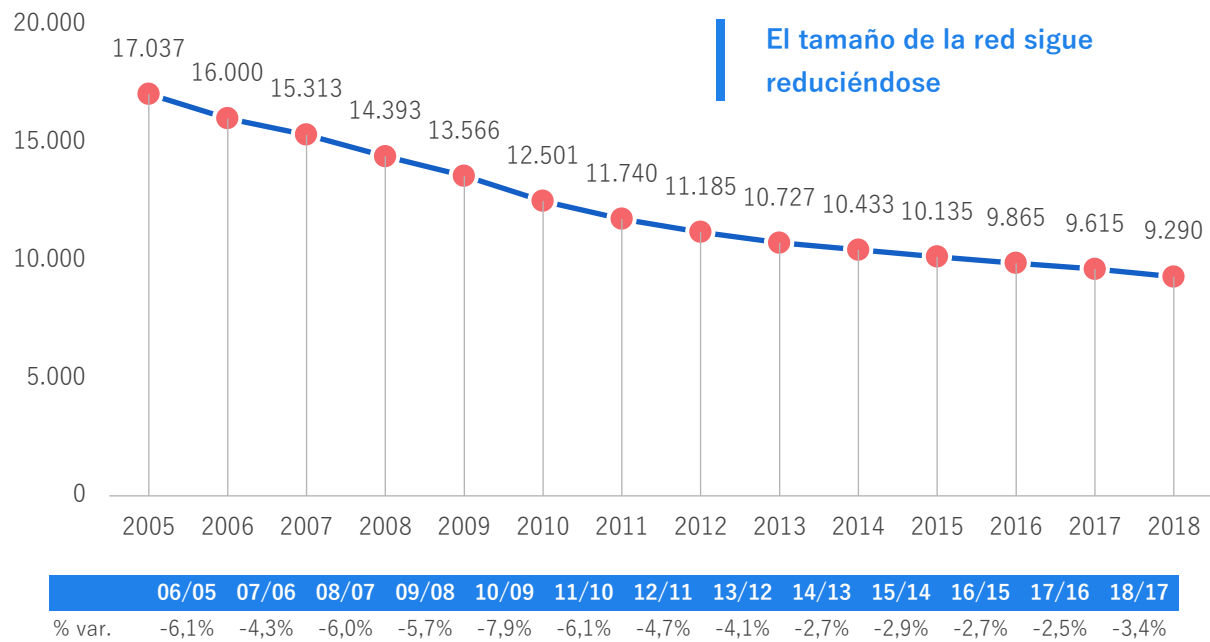
Profesional: establecimientos de peluquería y estética profesional.

Nota: a precios de venta al público, excluido IVA.

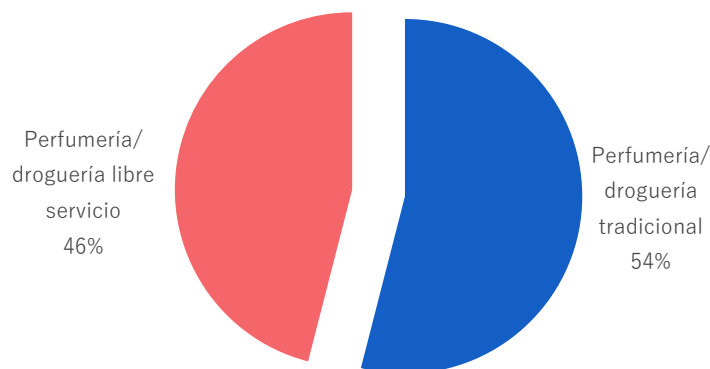
Fuente: DBK sobre datos STANPA.

Tabla 28

Evolución del número de puntos de venta minorista de perfumería y cosmética en España, 2005-2018. Distribución por tipos, 2018.



2018



TOTAL: 9.290 PUNTOS DE VENTA

Nota: incluye puntos de venta independientes y puntos de venta integrados en cadenas.

Fuente: DBK, AC Nielsen.

Tabla 29
Nombre comercial y número de puntos de venta de las principales empresas de distribución minorista de perfumería y cosmética en España, 2017.

| Principales empresas | Nombre comercial | Nº de puntos de venta |
|------------------------------|--|-----------------------|
| Alcampo | Alcampo | 60 |
| Arenal Perfumerías | Arenal Perfumerías | 41 |
| Avon | Avon | 2 |
| Beautik | Beautik | 98 |
| Carrefour (a) | Carrefour | 204 |
| Clarel | Clarel | 1.251 |
| Comercial Caus | Gotta | 52 |
| El Corte Inglés | El Corte Inglés, Hipercor | 135 |
| Equivalenza | Equivalenza | 291 |
| Flormar Cosmetics | Flormar | 76 |
| Fund Grube | Fund Grube | 30 |
| Grupo Douglas | Douglas | 378 (b) |
| Grupo Druni | Druni, Atalaya, Gil Go | 324 |
| Grupo E. Aromas | Aisa, Aromas, Azahar, Da-Mas | 111 |
| Grupo Eroski (a) | Eroski | 59 |
| Grupo Francisco Suárez | Súper | 97 |
| Grupo Primor | Primor, Poema | 100 |
| Grupo Recio | Perfumerías Avenida, Garbi, Neobel | 205 |
| Grupo San Remo | San Remo | 32 |
| Júlia España Perfums | Júlia | 50 |
| Kiehl's | Kiehl's | 48 |
| Kiko | Kiko Cosmetics | 159 |
| L'Occitane | L'Occitane | 64 |
| Lush Cosmetics | Lush, Lush Spa | 16 |
| Marionnaud | Marionnaud | 65 |
| Marvimundo | Marvimundo | 84 |
| Mary Kay (c) | Mary Kay | - |
| Mercadona | Mercadona | 1.627 |
| Perfumería Sabina | Sabina | 17 |
| Prieto | Prieto | 39 |
| Rituals | Rituals | 141 |
| Sephora | Sephora | 136 |
| The Body Shop | The Body Shop | 74 |
| World Duty Free | World Duty Free | 77 |
| Yves Rocher | Yves Rocher, Taller de la Cosmética Vegetale | 175 |
| Otras empresas | | |
| Aromas Artesanales | Aromas Artesanales | 58 |
| Droguerías y Perfumerías Ana | Ana | 12 |
| Etnia Dreams | Etnia Cosmetics | 49 |
| Fragances & Colors | Fragances & Colors | 35 |
| Grupo Beiro | Ana Pilar, Nácar | 32 |
| La Botica de los Perfumes | La Botica de los Perfumes, La Botica Petite | 90 |
| Perfumarte | Perfumarte | 72 |
| Refan | Refan | 34 |
| TinTin | Perfumerías Tin Tin | 19 |

(a) corresponde únicamente a hipermercados. (b) incluye los locales de Ibérica de Droguería y Perfumería (Bodybell y Juteco) y Dapargel (Perfumerías If) adquiridos en 2017. (c) distribuye sus productos mediante venta directa, no contando con ningún punto de venta.

Fuente: DBK, Alimarket.

Tabla 30
Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución minorista de perfumería y cosmética en España, 2017.

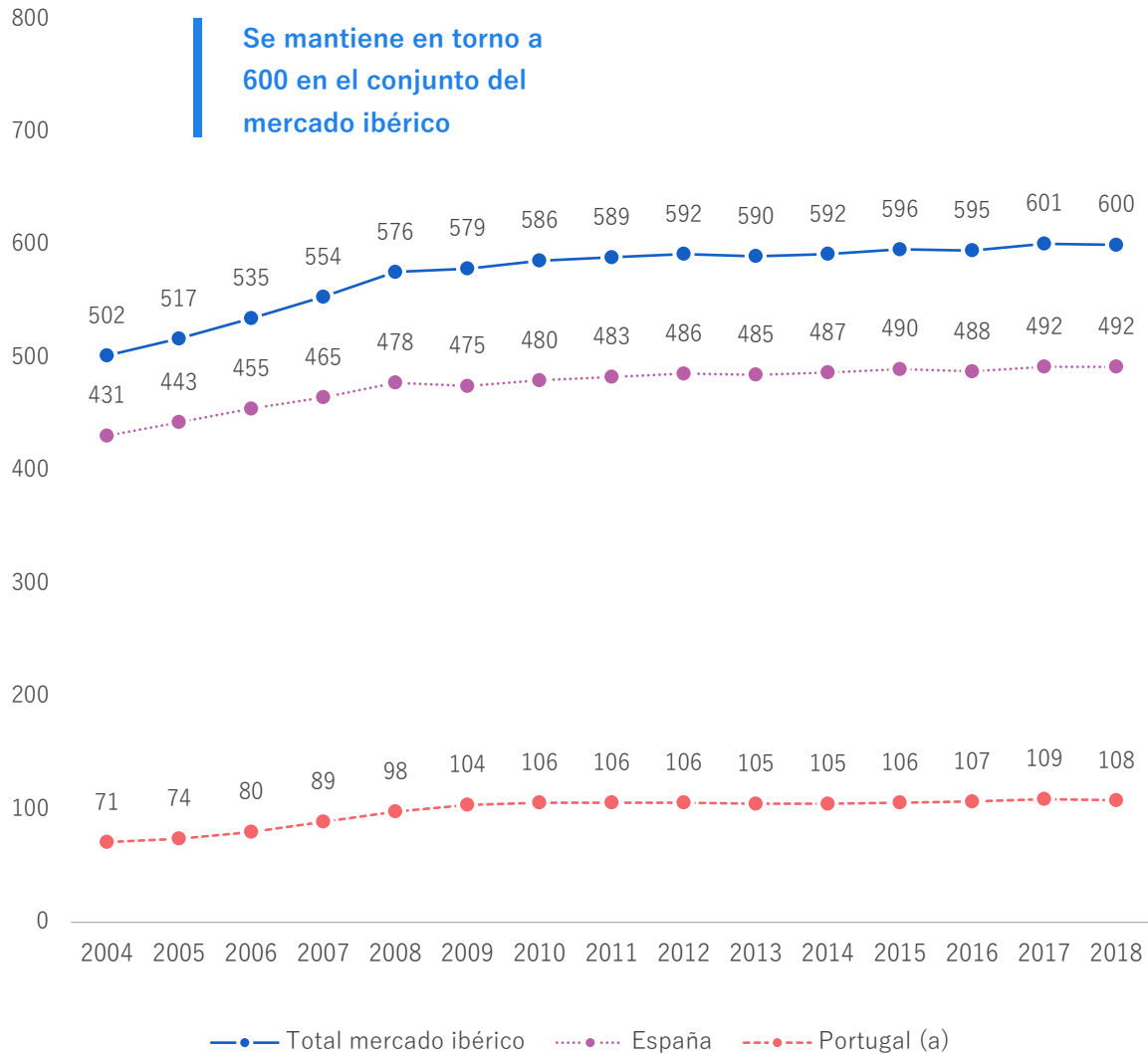
| Principales empresas | Mill. euros | % |
|----------------------------|--------------|--------------|
| Mercadona (a) | 1.080,00 | 15,8 |
| El Corte Inglés (a) | 653,00 | 9,6 |
| Carrefour (a) | 310,00 | 4,5 |
| Grupo Druni (a) | 295,00 | 4,3 |
| Grupo Douglas (a) | 235,00 | 3,4 |
| World Duty Free (a) | 225,00 | 3,3 |
| Clarel (a) | 172,00 | 2,5 |
| Alcampo (a) | 160,00 | 2,3 |
| Grupo Primor (a) | 155,00 | 2,3 |
| Sephora | 139,50 | 2,0 |
| Avon (a) | 92,00 | 1,3 |
| Kiko (a) | 90,00 | 1,3 |
| Grupo Recio | 81,88 | 1,2 |
| Fund Grube (a) | 56,00 | 0,8 |
| Arenal Perfumerías (a) | 55,00 | 0,8 |
| Marionnaud (a) | 53,00 | 0,8 |
| Grupo E. Aromas | 52,00 | 0,8 |
| Grupo Eroski (a) | 50,00 | 0,7 |
| Júlia España Perfums | 45,43 | 0,7 |
| Equivalenza (a) | 45,00 | 0,7 |
| Mary Kay (a) | 45,00 | 0,7 |
| Yves Rocher (a) | 43,50 | 0,6 |
| Rituals | 41,00 | 0,6 |
| Grupo Francisco Suárez (a) | 37,00 | 0,5 |
| Marvimundo | 33,00 | 0,5 |
| Perfumería Sabina (a) | 26,00 | 0,4 |
| Kiehl's (a) | 24,00 | 0,4 |
| The Body Shop (a) | 22,00 | 0,3 |
| Prieto | 20,13 | 0,3 |
| Grupo San Remo (a) | 17,00 | 0,2 |
| Flormar Cosmetics (a) | 15,00 | 0,2 |
| L'Occitane (a) | 15,00 | 0,2 |
| Beautik (a) | 14,00 | 0,2 |
| Comercial Caus (a) | 14,00 | 0,2 |
| Lush Cosmetics | 13,50 | 0,2 |
| Otras | 2.395,06 | 35,1 |
| TOTAL | 6.820 | 100,0 |

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 31

Evolución del número de hipermercados, 2004-2018.



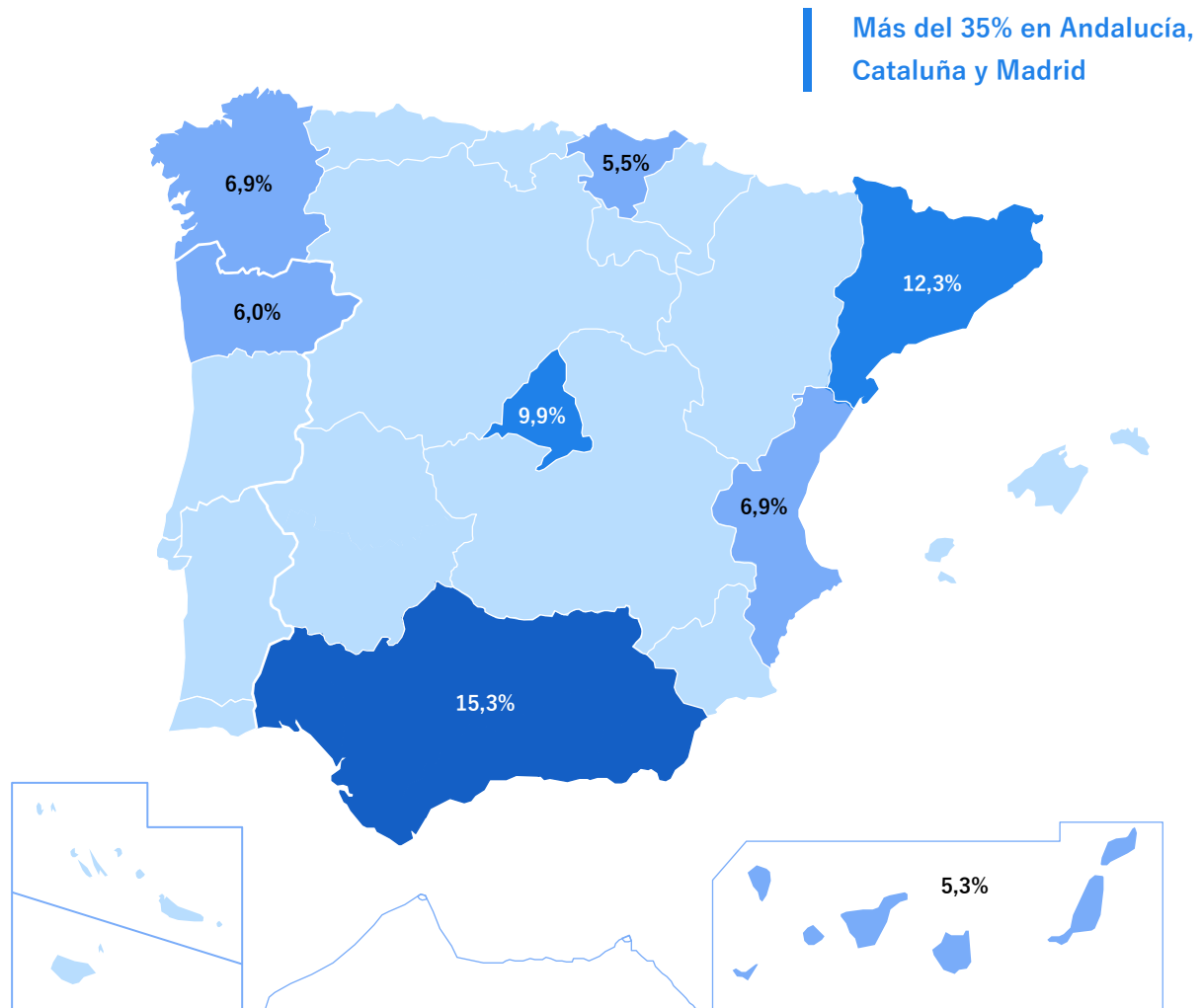
| | 05/04 | 06/05 | 07/06 | 08/07 | 09/08 | 10/09 | 11/10 | 12/11 | 13/12 | 14/13 | 15/14 | 16/15 | 17/16 | 18/17 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % var. total | 3,0% | 3,5% | 3,6% | 4,0% | 0,5% | 1,2% | 0,5% | 0,5% | -0,3% | 0,3% | 0,7% | -0,2% | 1,0% | -0,2% |
| % var. España | 2,8% | 2,7% | 2,2% | 2,8% | -0,6% | 1,1% | 0,6% | 0,6% | -0,2% | 0,4% | 0,6% | -0,4% | 0,8% | - |
| % var. Portugal | 4,2% | 8,1% | 11,3% | 10,1% | 6,1% | 1,9% | - | - | -0,9% | - | 1,0% | 0,9% | 1,9% | -0,9% |

(a) exclusivamente Portugal continental.

Fuente: DBK.

Tabla 32

Distribución geográfica de los hipermercados, 2018.

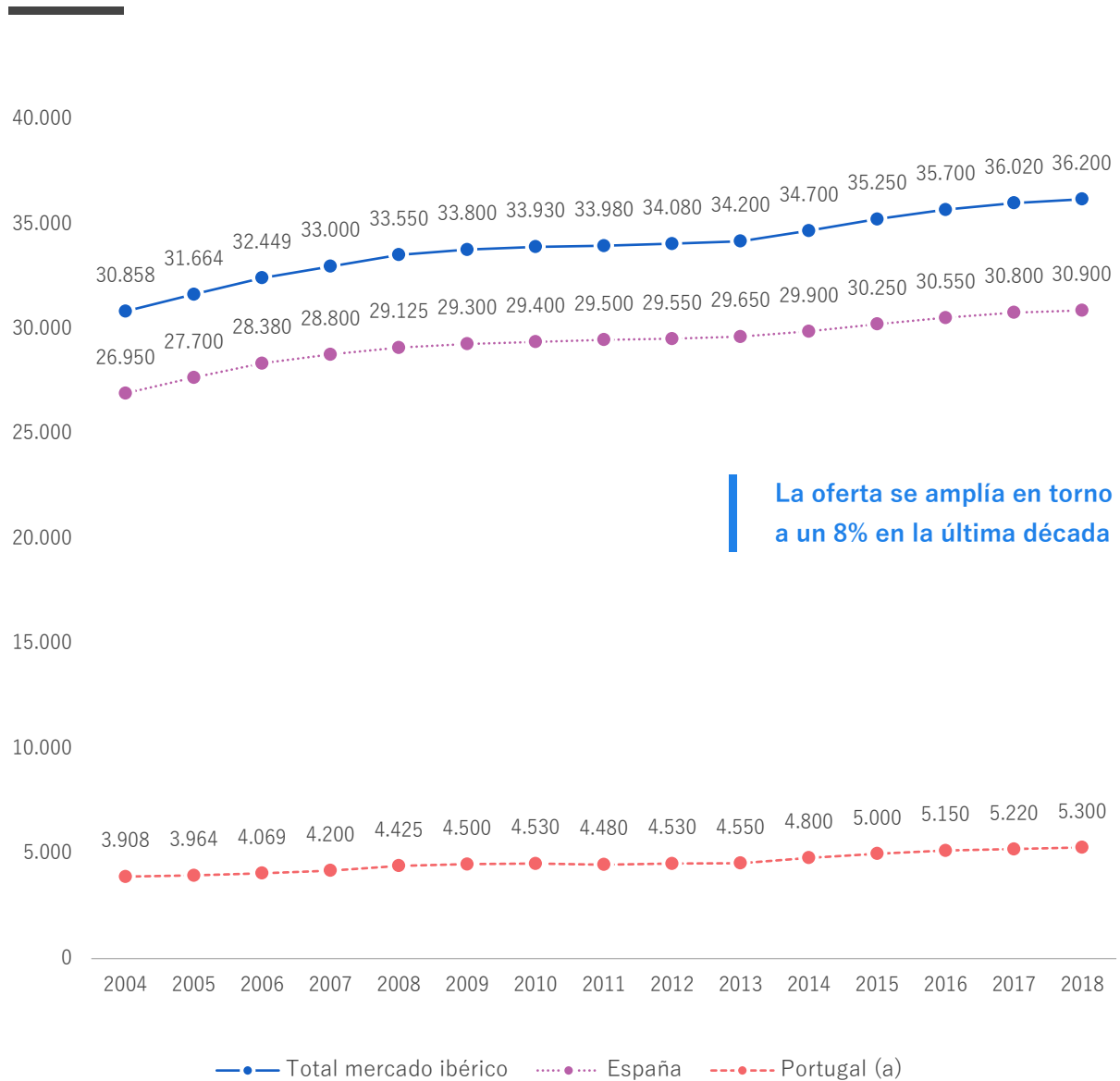


Nota: resto de zonas < 5%. Corresponde a dieciocho de las principales empresas del sector, que en conjunto gestionaban 568 de los 600 hipermercados existentes en 2018.

Fuente: DBK.

Tabla 33

Evolución del número de supermercados y autoservicios, 2004-2018.



| | 05/04 | 06/05 | 07/06 | 08/07 | 09/08 | 10/09 | 11/10 | 12/11 | 13/12 | 14/13 | 15/14 | 16/15 | 17/16 | 18/17 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % var. total | 2,6% | 2,5% | 1,7% | 1,7% | 0,7% | 0,4% | 0,1% | 0,3% | 0,4% | 1,5% | 1,6% | 1,3% | 0,9% | 0,5% |
| % var. España | 2,8% | 2,5% | 1,5% | 1,1% | 0,6% | 0,3% | 0,3% | 0,2% | 0,3% | 0,8% | 1,2% | 1,0% | 0,8% | 0,3% |
| % var. Portugal | 1,4% | 2,6% | 3,2% | 5,4% | 1,7% | 0,7% | -1,1% | 1,1% | 0,4% | 5,5% | 4,2% | 3,0% | 1,4% | 1,5% |

Nota: incluye establecimientos *discount* y *cash & carry*.

(a) exclusivamente Portugal continental.

Fuente: DBK.

1.7. Costes, rentabilidad y financiación

En este apartado se recoge el agregado para 2018 de los estados financieros de 26 de las principales empresas españolas del sector y 16 de las principales compañías portuguesas. Las sociedades consideradas reunieron durante dicho ejercicio una cuota de mercado conjunta de alrededor del 49% en España y del 45% en Portugal.

En el ejercicio 2018 se observó un ligero retroceso de los indicadores de rentabilidad de los operadores del sector en ambos países, en un escenario de intensa competencia en el que el moderado aumento de las ventas no compensó el incremento de los costes.

El margen de explotación del conjunto de empresas españolas consideradas en el agregado fue del 10,6% en 2018, frente al 11% del año anterior, mientras que el resultado antes de impuestos se mantuvo estancado en el 10,8%. En cuanto a las empresas portuguesas, el margen EBITDA disminuyó en medio punto porcentual, situándose en el 11,3%, mientras que el margen EBIT pasó del 10,7% en 2017 al 10,1% en 2018.

La principal partida en la estructura de costes de las empresas españolas es la correspondiente a otros gastos de explotación, que en 2018 concentró el 35,7% de la facturación total agregada. A continuación, el capítulo de aprovisionamientos y variación de existencias registró una participación del 33,6% en los ingresos.

En el mercado portugués la partida de servicios externos representó en ese año el 41,2% de las ventas conjuntas de las compañías consideradas, mientras que el epígrafe de aprovisionamientos y variación de existencias supuso el 31,8%. Respecto a los costes de personal, su participación sobre la facturación se cifró en el 17,3% en España y en el 15,3% en Portugal.

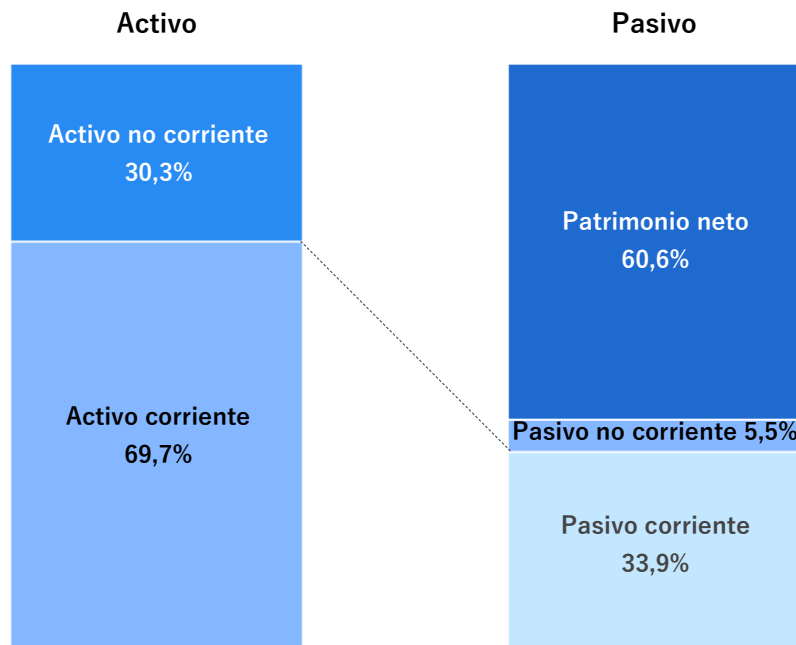
Respecto a la estructura del balance, el activo corriente aportó en 2018 en torno al 60% del activo total en las empresas españolas consideradas, aumentando esta participación en el agregado de las compañías portuguesas hasta el 87,7%.

El patrimonio neto constituye la principal fuente de financiación de las sociedades españolas, con un peso sobre el pasivo total agregado del 51,9% en ese año. Por su parte, las empresas portuguesas consideradas en el agregado se financian fundamentalmente mediante pasivo corriente, cuya participación en el pasivo total se cifró en el 62,4%.

Tabla 34

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

| | % | Tendencia 2019 |
|--|-------|----------------|
| Ventas y otros ingresos de explotación | 100,0 | |
| Materias primas/aprovisionamientos | 33,6 | = |
| Otros gastos de explotación | 35,7 | ▼ |
| Valor añadido | 30,8 | ▲ |
| • Gastos de personal | 17,3 | ▲ |
| • Amortización/variación provisiones | 1,8 | = |
| • Otros resultados | -1,2 | = |
| • Resultado de explotación | 10,6 | ▼ |
| Resultado financiero | 0,1 | = |
| Resultado antes de impuestos | 10,8 | ▼ |



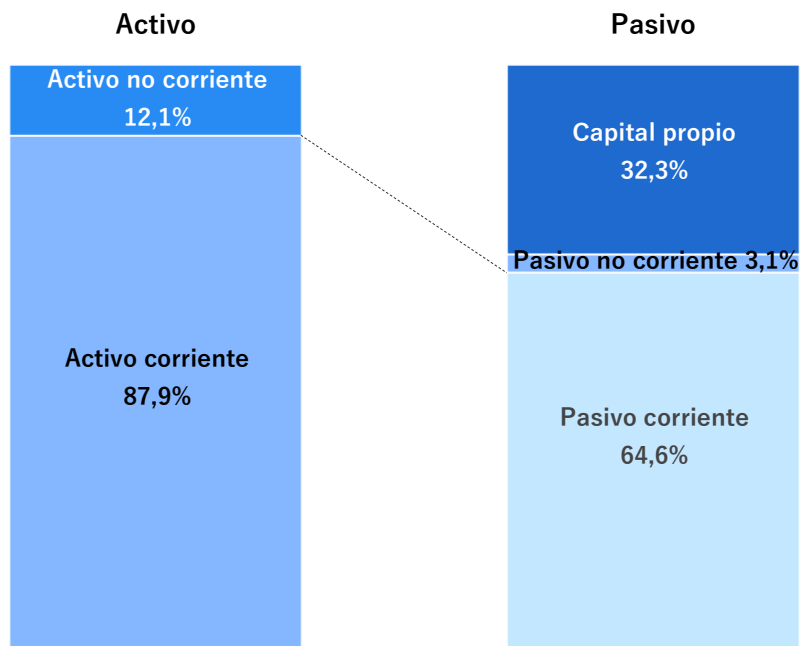
Nota: corresponde al agregado de 26 de las principales empresas del sector, las cuales reúnen conjuntamente una cuota de mercado de alrededor del 49%.

Fuente: DBK.

Tabla 35

Estructura media de costes y del balance en el mercado portugués, 2018. Tendencia 2019.

| | % | Tendencia 2019 |
|---|-------|----------------|
| Ventas y otros ingresos de explotación | 100,0 | |
| • Aprovisionamientos y variación de existencias | 31,8 | ▲ |
| • Servicios externos | 41,2 | ▬ |
| • Gastos de personal | 15,3 | ▬ |
| • Provisiones | -0,8 | ▲ |
| • Otros resultados | -1,2 | ▬ |
| EBITDA | 11,3 | ▼ |
| • Amortizaciones/depreciaciones | 1,2 | ▬ |
| EBIT | 10,1 | ▼ |
| • Resultado financiero | -0,1 | ▬ |
| Resultado antes de impuestos | 10,1 | ▼ |



Nota: corresponde al agregado de 16 de las principales empresas del sector, las cuales reúnen conjuntamente una cuota de mercado de alrededor del 45%.

Fuente: DBK.

2. PRINCIPALES COMPETIDORES

2.1. Accionistas y recursos

En esta segunda parte del informe se analiza la actividad llevada a cabo por las 73 principales empresas del mercado ibérico (48 españolas y 25 portuguesas), habiéndose utilizado como criterio de selección de las mismas la facturación en el ejercicio 2018 derivada exclusivamente de la venta de productos de perfumería y cosmética. En torno a dos terceras partes de los operadores analizados se integran en grupos que operan tanto en España como en Portugal. Las sociedades filiales de estos grupos en cada país y las relaciones comerciales establecidas entre ellas se detallan en la última tabla del presente apartado.

La presencia de capital extranjero en el sector es muy significativa, destacando el posicionamiento de grandes grupos multinacionales que operan a escala global. Entre ellos cabe señalar los estadounidenses **Avon**, **Colgate-Palmolive**, **Revlon (Beautyge)**, **Coty (Coty, Coty Beauty)**, **Estée Lauder**, **Johnson & Johnson**, **Mary Kay** y **Procter & Gamble**; y los franceses **Chanel**, **Clarins**, **L'Oréal**, **LVMH**, **Pierre Fabre**, **Sisley** e **Yves Rocher**. Otros grupos multinacionales de relevancia son los alemanes **Beiersdorf** y **Henkel**, el británico **Unilever**, el japonés **Shiseido** y el sueco **Oriflame**.

Entre los operadores de capital español destaca la notable apertura al exterior de algunos grupos como **Puig**, **Isdin** y **Perfumes y Diseño**. Junto a ellos opera un considerable número de empresas de tamaño medio bien posicionadas gracias en parte a su alta propensión a la exportación, como por ejemplo **Air Val**, **Angelini Beauty**, **Berioska**, **Cosbar**, **De Ruy Perfumes**, **Germaine de Capuccini**, **Grupo Boniquet Sparchim**, **Instituto Español**, **Laboratorios Lamarvi**, **Natura Bissé**, **Tahe** y **Yodeyma**. Otras compañías están más centradas en el mercado interior, como **Laboratorios Belloch** y **Laboratorios Saphir**, así como **Laboratorios Maverick**, **RNB** y **Wecolors**, fabricantes de productos de perfumería y cosmética para la cadena de supermercados Mercadona.

En cuanto a los movimientos corporativos acaecidos en el sector recientemente, los principales grupos han seguido invirtiendo en la compra de sociedades de pequeño y mediano tamaño, normalmente en segmentos estratégicos como la cosmética vegana y bio, o el lujo, al tiempo que han mantenido una fuerte competencia por la firma de nuevas licencias de perfumería. Entre las operaciones de mayor tamaño cabe señalar la compra de la multinacional estadounidense **Avon** por parte del grupo brasileño Natura en mayo de 2019.

Entre las empresas españolas destaca la venta de **Germaine de Capuccini**, que en 2019 fue adquirida por un grupo inversor de capital estadounidense y español.

Tabla 36

Composición de los grupos analizados, 2018.

| Principales grupos | Composición |
|--------------------|---|
| Air Val | Air Val International, S.A. (sociedad cabecera) (España) <ul style="list-style-type: none"> • Tailored Fragrances Distributions, S.L. (100%) (España) • Tailored Perfumes, S.L. (100%) (España) |
| Coty (a) | Coty Spain, S.L. (España) <ul style="list-style-type: none"> • Coty Beauty Spain, S.L. (España) • Coty Beauty Portugal, S.A. (100%) (Portugal) |
| Cristian Lay (b) | Cristian Lay, S.A. (sociedad cabecera) (España) <ul style="list-style-type: none"> • DC Gas Extremadura, S.A. (100%) (España) • Ondupack, S.A. (100%) (España) • Rianzuela, S.L. (100%) (España) • Industrias Cristian Lay, S.A. (99,99%) (España) • Comercial Cristian Lay, S.A. (99%) (España) • Cristian Lay International Holding, S.A. (99%) (España) • Perseida Belleza, S.A. (95,24%) (España) • 1000 Estilos Factoría Creativa, S.A. (91,43%) (España) • Bigues Energía, S.L. (90%) (España) • Showstyl Services 2012, S.L. (90%) (España) • Global Energy Services Siemsa, S.A. (89,98%) (España) • Industrias Químicas de Óxido de Etileno, S.A. (85%) (España) • Plastiverd, Pet Reciclado, S.A. (85%) (España) • Gas Extremadura Transportista, S.L. (80%) (España) • Murcia Cartón, S.L. (80%) (España) • Viajes Lay Tours, S.L. (75%) (España) • Alter Enersun, S.A. (45%) (España) • Cristian Lay Joias de Fantasia, Lda. (100%) (Portugal) • Rivalay, Sociedade Agricola, Lda. (95,91%) (Portugal) • Global Energy Services Siemsa Portugal, S.A. (90%) (Portugal) • Herdade Dona Joana Sociedade Agricola, Lda. (33,33%) (Portugal) • Global Energy Services Brasil Servicios de Energía, S.A. (90%) (Brasil) • Cristian Lay Chile, S.A. (99,99%) (Chile) • Global Energy Services Siemsa, S.A. Chile Limitada (91%) (Chile) • Global Energy Services Costa Rica, S.R.L. (90%) (Costa Rica) • Global Energy Services Egipto, Ltd. (90,1%) (Egipto) • Global Energy Services Honduras, S.A. (90%) (Honduras) • Cristian Lay Italia, S.R.L. (100%) (Italia) • Showstyl Renewable Energy Jamaica, Ltd. (90%) (Jamaica) • Global Energy Services Siemsa Maroc, S.A.R.L. (100%) (Marruecos) • Cristian Lay Maroc, S.A.R.L. (99%) (Marruecos) • Cristian Lay México, S.A. de C.V. (99,99%) (México) • Cristian Lay Importadora, S.A. de C.V. (99%) (México) • Global Renewable Energy Services México, S.A. de C.V. (90%) (México) |

(cont.)

(a) las dos sociedades españolas comparten el mismo accionista único, Coty Holdings UK, Limited. (b) 2017.

Tabla 36: (cont.)

| Principales grupos | Composición |
|------------------------------|---|
| Christian Lay (b) (cont.) | <ul style="list-style-type: none"> • Global Energy Services Méjico, S.A. de C.V. (89,99%) (México) • Cristian Lay Panamá, S.A.U. (99%) (Panamá) • Cristian Lay de Puerto Rico, Inc. (99,99%) (Puerto Rico) • Global Services Provider RO, S.R.L. (90%) (Rumanía) • Cristian Lay Túnez, S.A.R.L. (98,01%) (Túnez) • Global Energy Services Yenilenebilir Energy, Ltd. (90%) (Turquía) |
| Farlabo | Comercial Farlabo España, S.L. (sociedad cabecera) (España) <ul style="list-style-type: none"> • Parfums Rochas Spain, S.L. (49%) (España) |
| Isdin | Isdin, S.A. (sociedad cabecera) (España) <ul style="list-style-type: none"> • Laboratorios Barcino, S.L. (100%) (España) • Pharmaderm, S.L. (100%) (España) • Isdin Laboratório Farmacêutico, Unipessoal, Lda. (100%) (Portugal) • Isdin, GmbH (100%) (Alemania) • Isdin Argentina, S.A. (100%) (Argentina) • Auriga Internacional, S.A. (100%) (Bélgica) • Isdin Produtos Farmacêuticos, Ltda. (Brasil) • Isdin Chile, Ltda. (100%) (Chile) • Isdin Colombia, S.A. (100%) (Colombia) • Isdin Corp. (100%) (Estados Unidos) • Isdin Italia, S.R.L. (100%) (Italia) • Isdin México, S.A. de C.V. (100%) (México) • Isdin Perú, S.A.C. (100%) (Perú) |
| Natura Bissé (b) | Natura Bissé International, S.A. (sociedad cabecera) (España) <ul style="list-style-type: none"> • NB Selective Distribution, S.L. (75%) (España) • Natura Bissé International, FZE (100%) (Emiratos Árabes Unidos) • Natura Bissé International, Inc (100%) (Estados Unidos) • Natura Bissé International, S.A. de C.V. (99%) (México) • Natura Bissé International, Ltd. (75%) (Reino Unido) |
| Perfumes y Diseño | Perfumes y Diseño Holding, S.L. (sociedad cabecera) (España) <ul style="list-style-type: none"> • Perfumes y Diseño Comercial, S.L. (99,99%) (España) • Del Pozo Moda, S.A. (99,17%) (España) • Perfumes y Diseño Beauty Advisor, S.L. (60%) (España) • Tous Perfumes, S.A. (60%) (España) • Aromas Internacionais Comercialização de Perfumaria, Modas e Serviços Diversos, Lda. (50,41%) (Portugal) • PYD Middle East FZO (50%) (Emiratos Árabes Unidos) • 143 Artech Residences at Adventure, Ina Florida Corporation (100%) (Estados Unidos) • Sohoprop, Inc. (100%) (Estados Unidos) • PYD USA, LLC (99,18%) (Estados Unidos) • Del Pozo USA, LLC (99,17%) (Estados Unidos) • IPB Group, LLC (42,15%) (Estados Unidos) • PYD France SAS (99,17%) (Francia) • Del Pozo UK, Ltd. (99,17%) (Reino Unido) |

(cont.)

(b) 2017.

Tabla 36: (cont.)

| Principales grupos | Composición |
|--------------------|--|
| Pierre Fabre (b) | Pierre Fabre Ibérica, S.A. (sociedad cabecera) (España) <ul style="list-style-type: none"> • Robapharm España, S.L. (100%) (España) |
| Puig | Puig, S.L. (sociedad cabecera) (España) <ul style="list-style-type: none"> • Antonio Puig, S.A. (100%) (España) • División Puig España, S.L. (100%) (España) • Jorba Perfumes, S.L. (100%) (España) • Moncloa, S.L. (100%) (España) • Scents & Senses Company, S.L. (50%) (España) • Perfumes e Cosméticos Puig Portugal Distribuidora, S.A. (72,5%) (Portugal) • Puig Deutschland, GmbH (100%) (Alemania) • Al Farida International Beauty, Ltd. Co. (33,2%) (Arabia Saudi) • Puig Argentina, S.A. (100%) (Argentina) • Puig Oceanía Pty, Ltd. (100%) (Australia) • Puig Österreich, GmbH (100%) (Austria) • Puig Belux, S.A. (100%) (Bélgica) • Creano, NV (70%) (Bélgica) • Dries Van Noten Group, NV (70%) (Bélgica) • Het Modepaleis, NV (70%) (Bélgica) • IDVN, NV (70%) (Bélgica) • Modant, NV (70%) (Bélgica) • Van Noten Andries, NV (70%) (Bélgica) • Puig Brasil Comercializadora de Perfumes, S.A. (100%) (Brasil) • Puig Canada, Inc. (100%) (Canadá) • Comercializadora International Fragrance, Ltd. (100%) (Chile) • Distribuidora Puig Chile Limitada (100%) (Chile) • Penhaligon's Pacific, Ltd. (100%) (China) • Puig Shangai Business Consulting Co., Ltd. (100%) (China) • Puig Colombia, S.A.S. (100%) (Colombia) • Puig Middle East FZCO (65%) (Emiratos Árabes Unidos) • Carolina Herrera, Ltd. (100%) (Estados Unidos) • CH Fashion Distributors, INC. (100%) (Estados Unidos) • Lendemain, Inc. (100%) (Estados Unidos) |

(b) 2017.

(cont.)

Tabla 36: (cont.)

| Principales grupos | Composición |
|--------------------|---|
| Puig (cont.) | <ul style="list-style-type: none"> • Nina Ricci USA (100%) (Estados Unidos) • Penhaligon's, Inc. (100%) (Estados Unidos) • Puig North America, Inc. (100%) (Estados Unidos) • Puig USA Inc. (100%) (Estados Unidos) • EB Florals, LLC (51%) (Estados Unidos) • L'Artisan Parfumeur, S.A.R.L. (100%) (Francia) • Nina Ricci, S.A R.L. (100%) (Francia) • Paco Rabanne, S.A.S. (100%) (Francia) • Penhaligon's France, S.A.S. (100%) (Francia) • Puig France, S.A.S. (100%) (Francia) • Puig Holdings France, S.A.S. (100%) (Francia) • Noms de Code, S.A.S. (91%) (Francia) • DNV, S.A.R.L. (70%) (Francia) • Gaulme, S.A.S. (70%) (Francia) • Jean Paul Gaultier, S.A.S. (70%) (Francia) • Sodifer, S.A.R.L. (70%) (Francia) • L'Artisan Parfumeur Hong Kong (100%) (Hong Kong) • Puig Italia, S.r.l. (100%) (Italia) • Penhaligon's Macau (100%) (Macao) • Puig Malaysia Sdn., Bhd. (51%) (Malasia) • Puig México, S.A. de C.V. (100%) (México) • Puig Nederland B.V. (100%) (Países Bajos) • Puig Panamá, S.A. (100%) (Panamá) • Puig Perú, S.A. (100%) (Perú) • Carolina Herrera UK, Ltd. (100%) (Reino Unido) • Dreamlike, Ltd. (100%) (Reino Unido) • L'Artisan Parfumeur, Ltd. (100%) (Reino Unido) • Penhaligon's, Ltd. (100%) (Reino Unido) • Penhaligon's & Jeavons Investment, Ltd. (100%) (Reino Unido) • Penhaligon's Creative Fragrances, Ltd. (100%) (Reino Unido) • Puig UK Limited (100%) (Reino Unido) • JPG UK Limited (70%) (Reino Unido) • Puig Rus, LLC (100%) (Rusia) • L'Artisan Parfumeur Singapore (100%) (Singapur) • Penhaligon's Singapore (100%) (Singapur) • Puig Asia Pacific PTE., Ltd. (100%) (Singapur) • Puig South East Asia Pte., Ltd. (51%) (Singapur) • Penhaligon's South Africa (100%) (Sudáfrica) • Puig International, S.A. (100%) (Suiza) • Puig Suisse, S.A. (100%) (Suiza) • Penhaligon's Taiwan (100%) (Taiwan) |

Fuente: DBK.

Tabla 37

Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2018-octubre 2019.

| Empresas españolas Principales operaciones | |
|--|---|
| AC Marca Personal Care | <ul style="list-style-type: none"> En agosto de 2018, Grupo AC Marca adquirió la empresa estadounidense fabricante de adhesivos Pacer Technology. Esta operación supuso la implantación del grupo en Estados Unidos |
| Air Val | <ul style="list-style-type: none"> En 2018 su participada Tailored Perfumes firmó un acuerdo con la cadena de distribución de moda Pepe Jeans para la fabricación de los perfumes de la enseña |
| Angelini Beauty | <ul style="list-style-type: none"> En junio de 2019 el accionista único de la sociedad adoptó la nueva denominación social de Angelini Holding, S.P.A. |
| Avon | <ul style="list-style-type: none"> En mayo de 2019 la empresa brasileña de cosméticos Natura, dueña de The Body Shop, anunció un acuerdo para la compra de la compañía estadounidense Avon por 3.700 millones de dólares (unos 3.321 millones de euros), incluyendo deuda. La operación dará lugar al cuarto grupo del sector en el mundo, con un valor aproximado de 9.870 millones de euros, con sede en Brasil y denominado Natura Holding, del cual los actuales propietarios de Natura poseerán el 76%, mientras que los accionistas de Avon serán dueños del 24% restante. Se prevé que la transacción quede cerrada en 2020 En abril de 2019 la empresa surcoreana LG Household&Health adquirió al fondo de capital Cerberus el negocio del grupo de cosmética estadounidense Avon en la región de Norteamérica. La división norteamericana de la compañía se escindió en 2016, creando la entidad de propiedad privada New Avon, que pasó a manos del fondo de inversión Cerberus |
| Beiersdorf | <ul style="list-style-type: none"> En mayo de 2019 adquirió a la farmacéutica alemana Bayer la marca de origen estadounidense Coppertone por 550 millones de dólares, entrando así en el mercado estadounidense de cuidado solar |
| Bella Aurora | <ul style="list-style-type: none"> Durante 2019 inició la construcción de una planta de producción en Sant Feliu de Llobregat (Barcelona). La apertura de dicha planta, prevista para mediados de 2020, conllevará para la compañía el inicio de la fabricación de sus propias marcas, hasta el momento desarrolladas por terceros a partir de su formulación En 2019 inició la venta de sus productos en el mercado chino |
| Chanel | <ul style="list-style-type: none"> En mayo de 2019 la empresa pasó a estar participada directamente al 100% por Chanel S.A.S. (Francia) En noviembre de 2018 la Junta General Extraordinaria de Accionistas acordó la transformación de la empresa en Sociedad Limitada, pasando a denominarse Chanel, S.L. En agosto de 2018 el grupo Chanel adquirió el 100% de la compañía peletera Colomer Leather Group, S.L., con sede en Barcelona |
| Cosbar | <ul style="list-style-type: none"> En 2018 alcanzó un acuerdo con Kevin Murphy para la fabricación de productos de cuidado y tratamiento capilar de la marca |
| Coty | <ul style="list-style-type: none"> En agosto de 2019 vendió su participación en la empresa de belleza Younique a sus fundadores. Dicha participación, que ascendía al 60%, había sido adquirida en febrero de 2017 En mayo de 2019 se consumó la ampliación de la participación de JAB Holdings en el grupo Coty En abril de 2019 renovó el contrato de licencia para el desarrollo de las fragancias Marc Jacobs En febrero de 2019 el grupo inversor JAB Holdings, accionista mayoritario del Grupo Coty, presentó una oferta valorada en 1.750 millones de dólares para elevar su participación en el mismo desde el 40% hasta el 60% |

(cont.)

Tabla 37: (cont.)

| Empresas españolas | Principales operaciones |
|-----------------------|---|
| Coty (cont.) | <ul style="list-style-type: none"> • En noviembre de 2018 Coty Holdings UK Limited (Reino Unido), accionista único de HFC Prestige Products, S.A., de Coty Spain, S.L. y de Coty Beauty Spain, S.L., acordó la escisión parcial de Coty Spain, S.L., consistente en el traspaso de parte de su patrimonio (negocio de distribución) en beneficio de Coty Beauty Spain, S.L. En la misma fecha se acordó la fusión por absorción de HFC Prestige Products, S.A. por parte de Coty Beauty Spain, S.L., con efectos contables a enero de 2019, produciéndose la extinción de HFC Prestige Products, S.A. • En diciembre de 2018 Productos Cosméticos, S.L. adoptó la nueva denominación social de Coty Beauty Spain, S.L. • El 23 de julio de 2018 HFC Prestige International Holding Luxembourg S.A.R.L. transmitió a Coty Holdings UK Limited (Reino Unido) la plena propiedad de todas las participaciones sociales representativas del capital de Productos Cosméticos, S.L., convirtiéndose en el nuevo socio único de la sociedad • El 2 de julio de 2018 HFC Prestige Products Ltd. transmitió a Coty Holdings UK Limited (Reino Unido) la plena propiedad de todas las participaciones sociales representativas del capital de Coty Spain, S.L., convirtiéndose en el nuevo socio único de la sociedad • En junio de 2018 vendió su licencia para la fabricación de los perfumes de las marcas Cerruti y Playboy a la compañía británica Designer Parfums |
| Cristian Lay | <ul style="list-style-type: none"> • En diciembre de 2018 cerró un acuerdo con la cadena de distribución de moda Stradivarius (Grupo Inditex) para la fabricación, a través de su filial Perseida Belleza, S.L. de perfumes de la enseña |
| Dermofarm | <ul style="list-style-type: none"> • En 2018 su accionista mayoritario, con un 55,13% del capital, pasó a ser New Farma, S.R.L., sociedad resultante de la escisión de las participaciones financieras del anterior accionista, Farmagan, S.P.A. |
| De Ruy Perfumes | <ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2018 realizó el traslado de su sede a su nuevo complejo industrial de 24.000 m² en Alcalá de Guadaíra (Sevilla) |
| Estée Lauder | <ul style="list-style-type: none"> • En mayo de 2019 alcanzó un acuerdo con la cadena de distribución de moda Uterqüe (Grupo Inditex) para la distribución de productos de la marca Bobbi Brown en colecciones Uterqüe en las tiendas de ambos grupos |
| Farlabo | <ul style="list-style-type: none"> • En enero de 2018 constituyó la filial Beyond Evolution, dedicada a la fabricación de perfumes y cosméticos |
| Germaine de Capuccini | <ul style="list-style-type: none"> • En septiembre de 2019 Mandor Investments, sociedad integrada en el grupo ACON, amplió su participación en Germaine de Capuccini hasta el 100% • En febrero de 2019 la familia Vidal vendió el 100% de la sociedad Germaine de Capuccini a un grupo inversor liderado por ACON Investments (Estados Unidos) y a Torreal (España) para continuar con el proyecto de internacionalización de la marca • En enero de 2019 la sociedad panameña Alhena International, que poseía un 25% del capital de Germaine de Capuccini, abandonó el accionariado mediante una operación en dos fases. Por un lado, la amortización de las acciones que Germaine de Capuccini ya tenía en autocartera desde 2016 y que representaban el 18% del capital. Por otro, la compra y amortización de las acciones que eran propiedad de Alhena International y que suponían el 25%. De este modo, el grupo acometió una reducción de capital de algo más de medio millón de euros, hasta 685.140 euros. Tras la operación, Raúl Vidal pasó a controlar el 32,5% del capital, María Ángeles e Isabel Vidal el 31,5% cada una, y Jesús Vidal el 4,5% restante • En enero de 2018 adquirió la compañía de cosmética profesional Cosmética Cabinas, propietaria de la marca Ainhoa |

(cont.)

Tabla 37: (cont.)

| Empresas españolas | Principales operaciones |
|-------------------------|--|
| Grupo Boniquet Sparchim | <ul style="list-style-type: none"> En junio de 2018 CRV Inversiones, S.L., vinculada accionarialmente a Grupo Boniquet Sparchim (posee el 43,97% de Laboratorios Boniquet Sparchim, S.L.), adquirió una participación del 51% de Laboratorios Cosmoral, interproveedor de productos de higiene bucal de Mercadona. Hasta ese momento, dicho 51% pertenecía a la propia Mercadona, que invirtió en la compañía durante sus primeros cinco años de actividad para apoyar el lanzamiento del negocio |
| Henkel | <ul style="list-style-type: none"> En julio de 2019 adquirió el 51% del capital de eSalon.com., compañía con sede en California (EEUU) especializada en productos de alta gama para la coloración del cabello, que comercializa a través de su portal web En agosto de 2018 Henkel Ibérica, S.A. absorbió a su filial Nattura Labs Europe, S.L. En julio de 2018 la filial española incorporó a su catálogo la enseña sueca Barnängen para higiene corporal, comercializada en otros países de Europa |
| L'Oréal | <ul style="list-style-type: none"> En octubre de 2019, anunció un acuerdo para la adquisición de las marcas Mugler y las fragancias Azzaro mediante la compra de la división de fragancias de Clarins. Al cierre del acuerdo, esta división incluirá las siguientes compañías: Mugler, Thierry Mugler (Moda), Clarins Fragrance Group (CFG), CFG France, Cosmeurop y CFG UK. Estas actividades representaron aproximadamente 340 millones de euros de ventas en 2018 En julio de 2019 inició negociaciones con el grupo Clarins para la posible compra de sus enseñas Mugler y Azzaro En julio de 2019 inició la distribución en España de la marca IT Cosmetics En agosto de 2018 adquirió la empresa alemana Logocos Naturkosmetic AG, dedicada a cosmética vegana y bio. La compañía cuenta con dos marcas: Logona y Santé En agosto de 2018 aumentó su participación en Société des Thermes de La Roche-Posay hasta el 100% del capital En junio de 2018 inició la distribución en España de la marca CeraVe, adquirida a la farmacéutica canadiense Valeant a principios de 2018 En mayo de 2018 alcanzó un acuerdo con la firma italiana Valentino para la creación y distribución de sus perfumes a partir de enero de 2019, fecha en que finaliza el acuerdo de Valentino con el Grupo Puig En mayo de 2018 adquirió la firma surcoreana de maquillaje y moda Stylenanda. La firma, con sede en Seúl, facturó en 2017 alrededor de 127 millones de euros, de los cuales un 70% corresponden a su marca de maquillaje 3CE En marzo de 2018 alcanzó un acuerdo con Giorgio Armani para renovar la licencia de su línea de cosméticos hasta 2050 En enero de 2018 firmó un acuerdo con David Beckham para la creación de House 99, una nueva marca de cuidado masculino |
| LVMH | <ul style="list-style-type: none"> En septiembre de 2018 adquirió una participación mayoritaria en la empresa Jean Patou En junio de 2018 se deshizo de la participación que ostentaba en Edun, firma de moda ecológica |
| Natura Bissé | <ul style="list-style-type: none"> En enero de 2018 abrió en Shangai su primera tienda en China |

(cont.)

Tabla 37: (cont.)

| Empresas españolas | Principales operaciones |
|--------------------|--|
| Perfumes y Diseño | <ul style="list-style-type: none"> • En septiembre de 2019 anunció la venta de la marca DelPozo, operación que incluye únicamente los derechos de la marca, reservándose Perfumes y Diseño una participación minoritaria en la misma • En noviembre de 2018 alcanzó un acuerdo de licencia para fabricar los perfumes de la marca española de moda El Ganso • En noviembre de 2018 acordó la disolución de su filial DM Italy, S.R.L. • En mayo de 2018 se firmó ante notario el acuerdo de disolución de su filial PH5 Lofts at Mayfair Condominium, Inc, domiciliada en Miami (Estados Unidos) • En abril de 2018 se realizó una ampliación de capital para la empresa portuguesa Aromas Internacionais, Lda., de la que el grupo poseía el 99,38%. Tras dicha ampliación, Perfumes y Diseño mantiene una participación del 50,41% en dicha sociedad, pasando el 49,58% restante a manos de Carlos Filipe Gonçalves do Coito |
| Puig | <ul style="list-style-type: none"> • En julio de 2019 lanzó Queendom, una plataforma de venta de perfumes online, introduciéndose así en la venta directa al consumidor final • En marzo de 2019 anunció su entrada en el mercado indio de la mano de la marca de productos de belleza y cuidado personal Kama Ayurveda, en la que invertirá 12,5 millones de euros para promover su expansión nacional e internacional. El grupo ha anunciado un posible aumento de su participación accionarial en los próximos años • En marzo de 2019 anunció una inversión minoritaria en Loto del Sur, compañía colombiana de belleza premium, con el fin de impulsar su crecimiento y su expansión en los mercados internacionales. El grupo ha anunciado un posible aumento de su participación accionarial en los próximos años • En 2018 adquirió un 26% adicional de acciones de Eric Buterbaugh Florals, compañía de la que ya poseía el 26% del capital, pasando a tener el control mayoritario de esta sociedad y en consecuencia a consolidar por el método global • En octubre de 2018 llegó a un acuerdo de indemnización con Laboratorios Saphir por el conflicto que mantenían ambas compañías por competencia desleal e infracción de marca. Según dicho acuerdo, Saphir abonaría 4 millones de euros como indemnización a Grupo Puig • En julio de 2018 Prada anunció su intención de no renovar su acuerdo de colaboración con Puig, que finaliza a final de año • En junio de 2018 anunció una alianza estratégica con BSH (fabricante alemán de electrodomésticos integrado en el grupo Bosch) para convertirse en socio de Noustique Perfumes, una sociedad de nueva creación con sede en Barcelona. La sociedad fue creada en diciembre de 2017 por BSH y su objeto social incluye la investigación, desarrollo, fabricación y comercialización de aparatos, cápsulas de esencias, perfumes y archivos digitales para los mercados de perfumes y aromas • En junio de 2018 adquirió una participación mayoritaria en la firma de moda belga Dries Van Noten • En mayo de 2018 L'Oréal alcanzó un acuerdo con la firma italiana Valentino para encargarse de la creación y distribución de sus perfumes a partir de enero de 2019, fecha en que finaliza el acuerdo de Valentino con Puig • En abril de 2018 lanzó la plataforma Puig Futures, para impulsar pequeños proyectos dentro del sector de perfumería y captar ideas innovadoras. Su primera inversión fue en el capital de Airparfum, un dispensador de perfumes que utiliza aire en lugar de alcohol • En marzo de 2018 alcanzó un acuerdo para desarrollar y distribuir la línea de cosmética y fragancias de la marca de zapatos y bolsos de lujo Christian Louboutin • En enero de 2018 vendió la marca de cosmética Vitesse al grupo italiano Sodalís. Esta marca era la última del grupo en el segmento de cosmética |

(cont.)

Tabla 37: (cont.)

| Empresas españolas Principales operaciones | |
|--|---|
| RNB | <ul style="list-style-type: none"> En marzo de 2019 anunció un acuerdo con la cadena de distribución de moda Zara (Grupo Inditex) para la fabricación de perfumes de la enseña Durante el primer cuatrimestre de 2018 amplió su presencia internacional, introduciéndose en Israel, Rusia e Italia |
| Shiseido | <ul style="list-style-type: none"> En octubre de 2019 acordó la compra del 100% de la empresa estadounidense Drunk Elephant por 845 millones de dólares. Shiseido se impuso a Estée Lauder, que se mantuvo finalista en la puja final. Drunk Elephant, posicionada en el segmento de "cosmética limpia" (no utiliza aceites esenciales, alcoholes, siliconas, protectores solares químicos, perfumes o tintes y sulfato de sodio), comenzó su andadura en 2012 y cerró 2018 con una facturación de 75 millones de dólares. Para 2019 espera unas ventas de 125 millones de dólares, aunque no se reflejarán todavía en las cuentas del grupo japonés En febrero de 2019 Beauté Prestige International, S.A. adoptó la nueva denominación social de Shiseido Spain, S.A. |
| Yves Rocher | <ul style="list-style-type: none"> A principios de 2018 adquirió Arbonne International, marca de cosmética natural especializada en venta directa, y Nature's Gate, marca de artículos para el cuidado personal |
| Empresas portuguesas Principales operaciones | |
| Coty Beauty | <ul style="list-style-type: none"> En febrero de 2019 Wella Prestige Products Portugal, S.A. adoptó la nueva denominación social de Coty Beauty Portugal, S.A. En noviembre de 2018 se acordó la escisión de la actividad de Coty Spain-Sucursal em Portugal en favor de Wella Prestige Products Portugal, S.A. La operación se llevó a cabo en febrero de 2019 |
| Unilever Fima | <ul style="list-style-type: none"> En enero de 2018 cambió su denominación social de Unilever Jerónimo Martins, Lda. por la de Unilever Fima, Lda. |

Fuente: DBK.

Tabla 38

Titularidad del capital de las principales empresas, 2018.

| Empresas españolas | Accionista mayoritario | País |
|-------------------------|--|--------------------------------------|
| A.C. Cosmetics | Carla Capital, Ltd. (60%) Birka Stock AB (40%) | Reino Unido Suecia |
| AC Marca Personal Care | Grupo AC Marca, S.L. (100%) | España |
| Air Val | Europer, S.A. (49,54%) | España |
| Angelini Beauty | Finaf Holding, S.p.A. Sucursal en España (100%) (a) | España |
| Avon | Avon Products, Inc. (100%) | Estados Unidos |
| Beautyge | Beautyge Beauty Group, S.L. (100%) (b) | España |
| Beiersdorf | Beiersdorf Holding, S.L. (100%) (c) | España |
| Bella Aurora | Equipo directivo de Bella Aurora (59,97%) Inversora y Fiduciaria, S.A. (20,00%) EMESA Global Asset Management, S.L. (20,00%) | España España España |
| Berioska | Ricardo Eusebio Soucase Villar (90%) | España |
| Chanel | Chanel Europe, B.V. (99,9%) (d) | Países Bajos |
| Clarins | Clarins, B.V. (99,9%) (e) | Países Bajos |
| Colgate-Palmolive | Colgate Palmolive Holding, S. Com.p.A (99,99%) (f) | España |
| Cosbar | Pere Urpi González José Urpi Margarit Francesc Adam Arniges | España España España |
| Coty | Coty Holdings UK, Ltd. (100%) (g) | Reino Unido |
| Coty Beauty | Coty Holdings UK, Ltd. (100%) (g) | Reino Unido |
| Cristian Lay | Ricardo Leal Cordobés M ^a Carmen Zahinos Carrasco | España España |
| De Ruy Perfumes | Campomar, S.L. (100%) | España |
| Dermofarm | New FarmS, S.R.L. (55,13%) Instituto Ganassini, S.p.A. (44,87%) | España Italia |
| Estée Lauder | Estée Lauder Luxembourg, S.A.R.L. (99,9%) (h) | Luxemburgo |
| Farlabo | Farlabo Holding, AG (100%) | Suiza |
| Future Cosmetics | Francisco Miguel Aiguade Pfeffermann (100%) | España |
| Germaine de Capuccini | Raúl Vidal Ruz (32,41%) Isabel Vidal Vidal (31,58%) M ^a Ángeles Vidal Masanet (31,58%) Jesús Vidal Vidal (4,43%) | España España España España |
| Grupo Boniquet Sparchim | Laboratorios Boniquet Sparchim, S.L. (100%) | España |
| Henkel | Henkel AG & Co. KGAA (100%) | Alemania |
| Instituto Español | Grupo Granados Royo, S.L. (100%) | España |
| Isdin | Exea Empresarial, S.L. (49,99%) (i) Esteve Pharmaceuticals, S.A. (49,99%) | España España |

(cont.)

(a) integrada en el grupo Angelini (Italia). (b) integrada en el grupo Revlon (Estados Unidos). (c) integrada en el grupo Beiersdorf (Alemania). (d) integrada en el grupo Chanel (Francia). (e) integrada en el grupo Clarins (Francia). (f) integrada en el grupo Colgate-Palmolive (Estados Unidos). (g) integrada en el grupo Coty (Estados Unidos). (h) integrada en el grupo Estée Lauder (Estados Unidos). (i) propiedad de la familia Puig.

Tabla 38: (cont.)

| Empresas españolas | Accionista mayoritario | País |
|-----------------------|---|--|
| Johnson & Johnson | Johnson & Johnson, Inc. (85,49%) Cordis International, Corp. (10,27%) | Estados Unidos Estados Unidos |
| L'Oréal | L'Oréal, S.A. (63,86%) Oomes, B.V. (36,14%) (j) | Francia Países Bajos |
| Laboratorios Belloch | María José Ramón Ros (28,70%) María Carmen Consuelo Ramón Ros (28,70%) Juan Enrique Ramón Ros (28,70%) Laboratorios Belloch, S.A. (8,88%) Herederos familia Ros (5,00%) | España España España España España |
| Laboratorios Lamarvi | Holpindus, S.L. (100%) (k) | España |
| Laboratorios Maverick | Ubesol, S.L. (100%) (l) | España |
| Laboratorios Saphir | Global Saphir Group, S.L. (100%) | España |
| LVMH | Parfums Christian Dior, S.A. (61%) (m) Louis Vuitton Malletier, S.A. (22%) (m) Sephora, S.A. (17%) (m) | Francia Francia Francia |
| Mary Kay | Mary Kay, Inc. (99,99%) | Estados Unidos |
| Natura Bissé | Verónica Fisas Verges (50%) María Gloria Verges Lasaga (50%) | España España |
| Oriflame | Oriflame Cosmetics Global, S.A. Luxembourg, Schaffhausen Branch (100%) (n) | Suiza |
| Perfumes y Diseño | Corle, Ltd. (53,78%) Colover Holding, AG (38,46%) Pedro Trólez Martínez (1,93%) | Chipre Suiza España |
| Pierre Fabre | Pierre Fabre, S.A. (100%) | Francia |
| Procter & Gamble | Procter & Gamble Productos de Consumo, S.L. (80%) (o) Procter & Gamble Holding, S.R.L. (20%) (o) | España Italia |
| Puig | Exea International, B.V. (48%) (i) Exea Empresarial, S.L. (40%) (i) Puig Gest, S.A. (11%) (i) | Países Bajos España España |
| RNB | Inversiones Antaviana, S.L. (50%) Inversiones Puertoblanco, S.L. (50%) | España España |
| Shiseido | Shiseido International Europe, S.A. (100%) (p) | Francia |
| Sisley | C.F.E.B. Sisley, SAS (99%) | Francia |
| Take | Nuestro Mundo Empresarial, S.L. (96,97%) | España |
| Unilever | Lipoma, B.V. (75%) (q) Handelmaatschappij Noorda, B.V. (25%) (q) | Países Bajos Países Bajos |
| Wecolors | We Tree, S.L. (100%) | España |
| Yodeyma | Adrasto, S.L. (100%) | España |
| Yves Rocher | Yves Rocher International, S.R.L. (100%) | Francia |

(cont.)

(i) propiedad de la familia Puig. (j) integrada en el grupo L'Oréal (Francia). (k) integrada en el grupo VMV (España). (l) integrada en el grupo Ubesol-Maverick (España). (m) integrada en el grupo LVMH (Francia), a su vez participado por el grupo Christian Dior (Francia). (n) integrada en el grupo Oriflame (Suecia). (o) integrada en el grupo Procter & Gamble (Estados Unidos). (p) integrada en el grupo Shiseido (Japón). (q) integrada en el grupo Unilever (Reino Unido).

Tabla 38: (cont.)

| Empresas portuguesas | Accionista mayoritario | País |
|-----------------------|---|--|
| A.C. Cosmetics | A.C. Cosmetics, S.A. (100%) | España |
| Aromas Internacionais | Perfumes y Diseño Holding, S.L. (50,41%) Carlos Filipe Gonçalves do Coito (49,58%) | España Portugal |
| Avon | Avon Cosmetics, Ltd. (100%) (r) | Reino Unido |
| Beautyge | Beautyge, S.L. (99,99%) (b) | España |
| Beiersdorf | Beiersdorf Aktiengesellschaft (70%) (c) Phanex Handelsgesellschaft MBH (30%) (c) | Alemania Alemania |
| CBMP | Cosmética Cosbar, S.L. (100%) | España |
| Chanel | Chanel Europe, B.V. (99,8%) (d) | Países Bajos |
| Clarins | Clarins, B.V. (100%) (e) | Países Bajos |
| Colgate-Palmolive | Colgate-Palmolive-Participações e Investimentos Imobiliários, Lda. (100%) (f) | Portugal |
| Coty | Sucursal en Portugal de Coty Spain, S.L. (g) | España |
| Coty Beauty | Coty Beauty Spain, S.L. (100%) (g) | España |
| Ganassini | Dermofarm, S.A. (100%) | España |
| Henkel | Henkel Ibérica, S.A. (100%) (s) | España |
| Isdin | Isdin, S.A. (100%) | España |
| Johnson & Johnson | Johnson & Johnson International, Inc. (68,18%) Johnson & Johnson Consumer, Inc. (22,72%) Cordis International Corporation (9,09%) | Estados Unidos Estados Unidos Estados Unidos |
| L'Oréal | L'Oréal, S.A. (100%) | Francia |
| LVMH | LVMH Iberia, S.L. (99,6%) (m) | España |
| Mary Kay | Mary Kay Cosmetics de España, S.A. (100%) (t) | España |
| Oriflame | Oriflame Cosmetics Global, S.A. (71,59%) (n) Oriflame Holdings, B.V. (28,39%) (n) | Luxemburgo Países Bajos |
| Pierre Fabre | Pierre Fabre Dermo-Cosmetique (99,96%) | Francia |
| Procter & Gamble | Procter & Gamble España, S.A. (100%) (o) | España |
| Puig | Antonio Puig, S.A. (72,45%) Jerónimo Martins-Distribuição de Produtos de Consumo, Lda. (27,54%) | España Portugal |
| Socosmet | Estée Lauder Cosmetics Luxembourg, S.A.R.L. (82,99%) (h) Estée Lauder Europe, Inc. (17%) (h) | Luxemburgo Luxemburgo |
| Unilever Fima | Brooke Bond South India Estates, Ltd. (54,99%) (q) Movendo Industries, B.V. (32,49%) (u) JMBD – Representação e Distribuição de Marcas, Lda. (12,50%) (u) | Reino Unido Países Bajos Portugal |
| Yves Rocher | Yves Rocher International, S.R.L. (99,6%) | Francia |

(b) integrada en el grupo Revlon (Estados Unidos). (c) integrada en el grupo Beiersdorf (Alemania). (d) integrada en el grupo Chanel (Francia). (e) integrada en el grupo Clarins (Francia). (f) integrada en el grupo Colgate-Palmolive (Estados Unidos). (g) integrada en el grupo Coty (Estados Unidos). (h) integrada en el grupo Estée Lauder (Estados Unidos). (m) integrada en el grupo LVMH (Francia), a su vez participado por el grupo Christian Dior (Francia). (n) integrada en el grupo Oriflame (Suecia). (o) integrada en el grupo Procter & Gamble (Estados Unidos). (q) integrada en el grupo Unilever (Reino Unido). (r) integrada en el grupo Avon (Estados Unidos). (s) integrada en el grupo Henkel (Alemania). (t) integrada en el grupo Mary Kay (Estados Unidos). (u) propiedad de la familia Santos, accionista mayoritaria del grupo Jerónimo Martins.

Fuente: DBK.

Tabla 39
Actividad y plantilla de las principales empresas, 2015-2018.

| Empresas españolas | Actividad | | | Plantilla | | | |
|-------------------------|-----------|---|---|-----------|-------|-------|-------|
| | F | E | I | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| A.C. Cosmetics | | • | • | 123 | 119 | 116 | 105 |
| AC Marca Personal Care | • | | | 59 | 58 | 57 | 52 |
| Air Val (a) | • | • | | 152 | 149 | 158 | 185 |
| Angelini Beauty (b) | | • | • | 138 | 135 | 128 | 104 |
| Avon | | • | • | 572 | 547 | 494 | 370 |
| Beautyge | • | • | • | 625 | 661 | nd | nd |
| Beiersdorf (c) | • | • | • | 161 | 175 | 172 | nd |
| Bella Aurora (b) | | • | • | 79 | 107 | 121 | 151 |
| Berioska | • | • | | 193 | 192 | 198 | 211 |
| Chanel | | • | • | 327 | 391 | 321 | nd |
| Clarins | | | • | 237 | 266 | 271 | 246 |
| Colgate-Palmolive | | | • | 77 | 84 | 98 | 90 |
| Cosbar | • | • | • | 237 | 233 | 237 | 258 |
| Coty | • | • | • | 1.144 | 1.090 | 1.222 | 1.234 |
| Coty Beauty | | | • | 159 | 160 | 175 | 170 |
| Cristian Lay (c) (d) | • | • | • | 1.080 | 1.062 | 1.736 | nd |
| De Ruy Perfumes | • | • | | 94 | 96 | 101 | 105 |
| Dermofarm | • | • | | 259 | 254 | 253 | 267 |
| Estée Lauder | | • | • | 1.282 | 1.318 | 1.315 | 1.310 |
| Farlabo (e) | | | • | 57 | 89 | 93 | 108 |
| Future Cosmetics | | | • | 39 | 41 | 41 | 40 |
| Germaine de Capuccini | • | • | | 156 | 158 | 163 | 168 |
| Grupo Boniquet Sparchim | • | • | | 23 | 21 | 23 | nd |
| Henkel | | | • | 874 | 485 | 481 | nd |
| Instituto Español | • | • | | 19 | 17 | 16 | 18 |
| Isdin (d) (f) | • | • | | 727 | 772 | 855 | 906 |
| Johnson & Johnson | | | • | 778 | 734 | 731 | nd |
| L'Oréal | • | • | • | 1.880 | 1.956 | 2.072 | 2.071 |
| Laboratorios Belloch | • | • | | 87 | 88 | 87 | 85 |
| Laboratorios Lamarvi | • | • | | 60 | 74 | 63 | 57 |
| Laboratorios Maverick | • | | | 446 | 433 | 467 | 463 |
| Laboratorios Saphir | • | • | | 42 | 49 | 60 | nd |
| LVMH | | • | • | 878 | 927 | 980 | 1.101 |
| Mary Kay | | | • | 92 | 94 | 94 | 91 |
| Natura Bissé | • | • | | nd | nd | 278 | 311 |
| Oriflame | | | • | 34 | nd | nd | nd |
| Perfumes y Diseño (b) | • | • | • | 260 | 297 | 302 | 307 |
| Pierre Fabre | | • | • | 452 | 460 | 474 | 471 |
| Procter & Gamble | | | • | 726 | 651 | 533 | 521 |
| Puig (d) | • | • | | 4.483 | 4.429 | 4.370 | 4.563 |
| RNB | • | • | | 462 | 513 | 493 | 546 |
| Shiseido | | • | • | 321 (g) | 291 | 301 | nd |
| Sisley | | • | • | 164 | 165 | 171 | 175 |
| Tahe | • | • | | 249 | 247 | 244 | 244 |
| Unilever | | | • | 482 | 480 | 462 | 437 |
| Wecolors | • | • | | 49 | 59 | 53 | nd |
| Yodeyma | • | • | | 118 | 146 | 192 | nd |
| Yves Rocher | | | • | 305 | 374 | 389 | 341 |

(cont.)

F: fabricación. E: exportación. I: importación.

(a) corresponde a la plantilla de Air Val International, S.A. (b) subcontrata la producción a proveedores externos. (c) productos fabricados/importados por otras empresas del grupo. (d) incluye plantilla en el extranjero. (e) corresponde a la suma de la plantilla de las empresas Comercial Farlabo España, S.L. y Parfums Rochas Spain, S.L. (f) la producción se realiza en las plantas de Grupo Puig y Laboratorios del Esteve Pharmaceuticals, accionistas de la compañía. (g) corresponde a la suma de la plantilla de las sociedades Beauté Prestige International, S.A. y Shiseido España, S.A., fusionadas en 2016.

Tabla 39: (cont.)

| Empresas portuguesas | Actividad | | | Plantilla | | | |
|-----------------------|-----------|---|---|-----------|------|------|------|
| | F | E | I | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| A.C. Cosmetics | | | • | 8 | 8 | 15 | 15 |
| Aromas Internacionais | | • | • | 13 | 14 | 16 | 19 |
| Avon | | | • | 97 | 91 | 90 | 85 |
| Beautyge | | | • | 20 | 21 | nd | nd |
| Beiersdorf | | | • | 68 | 68 | 70 | 74 |
| CBMP | | | • | - | - | 1 | 4 |
| Chanel | • | • | • | 18 | 24 | 24 | 21 |
| Clarins | • | • | • | 41 | 40 | 39 | 71 |
| Colgate-Palmolive | • | • | • | 54 | nd | nd | nd |
| Coty | | | • | 18 | 16 | 17 | 16 |
| Coty Beauty | • | • | • | 21 | 19 | 24 | 59 |
| Ganassini | | | • | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Henkel | | | • | 98 | 96 | nd | nd |
| Isdin | | | • | 34 | 37 | 40 | nd |
| Johnson & Johnson | | | • | 228 | 212 | 215 | nd |
| L'Oréal | • | • | • | 359 | 409 | 405 | 424 |
| LVMH | | | • | 104 | 118 | 121 | 124 |
| Mary Kay | | | • | 16 | 17 | 16 | 15 |
| Oriflame | | • | • | 75 | 75 | 74 | 72 |
| Pierre Fabre | | | • | 140 | 139 | 141 | 148 |
| Procter & Gamble | | | • | 139 | 135 | 97 | 84 |
| Puig | | • | • | 24 | 23 | 27 | 22 |
| Socosmet | | • | • | 135 | 117 | 95 | 104 |
| Unilever Fima | • | • | • | 351 | 353 | 347 | 343 |
| Yves Rocher | | • | • | 87 | 87 | 85 | 79 |

F: fabricación. E: exportación. I: importación.

Fuente: DBK.

Tabla 40

Plantas productivas de las principales empresas, octubre 2019.

| Empresas españolas | Número | Localización |
|-------------------------|--------|---|
| A.C. Cosmetics | - | - |
| AC Marca Personal Care | 2 | San Llorenç d'Hortons (Barcelona) (2) |
| Air Val | 1 | Gavá (Barcelona) |
| Angelini Beauty (a) | - | - |
| Avon | - | - |
| Beautyge | 2 | Cornellá (Barcelona), Plá de Santa María (Tarragona) |
| Beiersdorf (b) | 1 | Tres Cantos (Madrid) |
| Bella Aurora (a) | - | - |
| Berioska | 1 | Cheste (Valencia) |
| Chanel | - | - |
| Clarins | - | - |
| Colgate-Palmolive | - | - |
| Cosbar | 1 | El Prat de Llobregat (Barcelona) |
| Coty | 1 | Granollers (Barcelona) |
| Coty Beauty | - | - |
| Cristian Lay | 2 | Jerez de los Caballeros (Badajoz) (2) |
| De Ruy Perfumes | 2 | Alcalá de Guadaíra (Sevilla), Antequera (Málaga) |
| Dermofarm | 1 | Rubí (Barcelona) |
| Estée Lauder | - | - |
| Farlabo | - | - |
| Future Cosmetics | - | - |
| Germaine de Capuccini | 1 | Alcoy (Alicante) |
| Grupo Boniquet Sparchim | 2 | Barcelona, Madrid |
| Henkel | - | - |
| Instituto Español | 1 | Hinojos (Huelva) |
| Isdin (c) | - | - |
| Johnson & Johnson | - | - |
| L'Oréal | 2 | Alcalá de Henares (Madrid), Villalonquén (Burgos) |
| Laboratorios Belloch | 1 | Paterna (Valencia) |
| Laboratorios Lamarvi | 1 | Lliçá de Vall (Barcelona) |
| Laboratorios Maverick | 2 | San Fernando de Henares (Madrid), Ulldecona (Tarragona) |
| Laboratorios Saphir | 1 | Zaragoza |
| LVMH | - | - |
| Mary Kay | - | - |
| Natura Bissé | 1 | Cerdanyola del Vallés (Barcelona) |
| Oriflame | - | - |
| Perfumes y Diseño (a) | - | - |
| Pierre Fabre | - | - |
| Procter & Gamble (d) | - | - |
| Puig (e) | 3 | Alcalá de Henares (Madrid), Barcelona, Vacarisses (Barcelona) |
| RNB | 1 | La Pobla de Vallbona (Valencia) |
| Shiseido | - | - |
| Sisley | - | - |
| Tahe | 1 | San Ginés (Murcia) |
| Unilever | - | - |
| Wecolors | 1 | Vilassar de Dalt (Barcelona) |
| Yodeyma | 1 | Toledo |
| Yves Rocher | - | - |

Nota: las empresas portuguesas analizadas no tienen plantas productivas en Portugal excepto Unilever Fima, que cuenta con una en Sacavém (Lisboa).

(a) subcontrata la producción a proveedores externos. Actualmente está en fase de construcción de una planta de producción propia en Sant Feliú de Llobregat (Barcelona). (b) la actividad de producción en España es desarrollada por otras empresas del grupo. (c) la actividad de producción en España es desarrollada por Grupo Puig y Laboratorios del Dr. Esteve, accionistas de la compañía. (d) la elaboración de los productos de la marca *Ambi Pur* se realiza en su planta de detergentes ubicada en Mataró (Barcelona). (e) además, cuenta con dos plantas en México y Francia.

Fuente: DBK.

Tabla 41

Oficinas y delegaciones en España y Portugal de las principales empresas, octubre 2019.

| Empresas españolas | Oficina central | Delegaciones | |
|-------------------------|---------------------------------------|--------------|---|
| | | Número | Localización |
| A.C. Cosmetics | Barcelona | - | - |
| AC Marca Personal Care | L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) | - | - |
| Air Val | Gavá (Barcelona) | 1 | Madrid |
| Angelini Beauty | Barcelona | 1 | Santa Cruz de Tenerife |
| Avon | Alcalá de Henares (Madrid) | - | - |
| Beautyge | Cornellá de Llobregat (Barcelona) | - | - |
| Beiersdorf (a) | Madrid | 2 | Argentona (Barcelona), Tres Cantos (Madrid) |
| Bella Aurora | Santa Coloma de Cervelló (Barcelona) | 1 | Santander |
| Berioska | Cheste (Valencia) | - | - |
| Chanel | Madrid | - | - |
| Clarins | Alcobendas (Madrid) | - | - |
| Colgate-Palmolive | Madrid | - | - |
| Cosbar | El Prat de Llobregat (Barcelona) | 3 | Alicante, Barcelona, Madrid |
| Coty | Barcelona | - | - |
| Coty Beauty | Barcelona | - | - |
| Cristian Lay | Jerez de los Caballeros (Badajoz) | 2 | Barcelona, Madrid |
| De Ruy Perfumes | Alcalá de Guadaíra (Sevilla) | - | - |
| Dermofarm | Rubí (Barcelona) | - | - |
| Estée Lauder | Madrid | 1 | Barcelona |
| Farlabo | Madrid | - | - |
| Future Cosmetics | Teia (Barcelona) | - | - |
| Germaine de Capuccini | Alcoy (Alicante) | 2 | Barcelona, Madrid |
| Grupo Boniquet Sparchim | Santa Perpètua de Mogoda (Barcelona) | 2 | Alcoy (Alicante), Arganda del Rey (Madrid) |
| Henkel | Barcelona | - | - |
| Instituto Español | Hinojos (Huelva) | - | - |
| Isdin | Barcelona | - | - |
| Johnson & Johnson | Madrid | - | - |
| L'Oréal | Madrid | 2 | Barcelona, Madrid |
| Laboratorios Belloch | Paterna (Valencia) | - | - |
| Laboratorios Lamarvi | Lliça de Vall (Barcelona) | - | - |
| Laboratorios Maverick | Ulldecona (Tarragona) | - | - |
| Laboratorios Saphir | Zaragoza | - | - |
| LVMH | Madrid | - | - |
| Mary Kay | Madrid | - | - |
| Natura Bissé | Cerdanyola del Vallés (Barcelona) | - | - |
| Oriflame | Alcobendas (Madrid) | - | - |
| Perfumes y Diseño | Madrid | - | - |
| Pierre Fabre | Barcelona | 1 | Madrid |
| Procter & Gamble | Alcobendas (Madrid) | 2 | Barcelona, Sevilla |
| Puig | L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) | 1 | Madrid |
| RNB | La Pobla de Vallbona (Valencia) | - | - |
| Shiseido | Madrid | - | - |
| Sisley | Madrid | - | - |
| Tahe | Murcia | - | - |
| Unilever | Viladecans (Barcelona) | - | - |
| Wecolors | Vilassar de Dalt (Barcelona) | - | - |
| Yodeyma | Madrid | 1 | Toledo |
| Yves Rocher | San Fernando de Henares (Madrid) | - | - |

(cont.)

(a) la delegación de Argentona acoge la división de farmacia y es la sede de Beiersdorf Manufacturing Argentona, S.A., mientras que la de Tres Cantos es la sede de Beiersdorf Manufacturing Tres Cantos, S.A., siendo ésta la filial encargada de la producción de cosméticos del grupo en España.

Tabla 41: (cont.)

| Empresas portuguesas | Oficina central | Delegaciones | |
|-----------------------|------------------------------|--------------|--------------|
| | | Número | Localización |
| A.C. Cosmetics | Lisboa | - | - |
| Aromas Internacionais | Oiã (Aveiro) | - | - |
| Avon | Sintra (Lisboa) | - | - |
| Beautyge | Lisboa | - | - |
| Beiersdorf | Barcarena (Lisboa) | - | - |
| CBMP | Sao Paio de Oleiros (Aveiro) | - | - |
| Chanel | Lisboa | - | - |
| Clarins | Lisboa | - | - |
| Colgate-Palmolive | Porto Salvo (Lisboa) | - | - |
| Coty Beauty | Porto Salvo (Lisboa) | - | - |
| Ganassini | Lisboa | - | - |
| Henkel | Bobadela (Lisboa) | - | - |
| Isdin | Lisboa | - | - |
| Johnson & Johnson | Porto Salvo (Lisboa) | - | - |
| L'Oréal | Algés (Lisboa) | - | - |
| LVMH | Lisboa | - | - |
| Mary Kay | Lisboa | - | - |
| Oriflame | Rio de Mouro (Lisboa) | - | - |
| Pierre Fabre | Lisboa | - | - |
| Procter & Gamble | Paço de Arcos (Lisboa) | - | - |
| Puig | Lisboa | - | - |
| Socosmet | Lisboa | - | - |
| Unilever Fima | Lisboa | - | - |
| Yves Rocher | Maia (Oporto) | - | - |

Nota: a octubre de 2019 el negocio de Coty ya había sido absorbido por Coty Beauty.

Fuente: DBK.

Tabla 42

Relaciones comerciales entre las principales empresas españolas y portuguesas, octubre 2019.

| Grupo | Empresa española | Empresa portuguesa | Relaciones comerciales |
|-----------------------|--|--|--|
| AC Cosmetics | AC Cosmetics, S.A. | AC Cosmetics, S.A. (sucursal em Portugal) | El grupo opera en Portugal a través de una sucursal de la filial española |
| Avon | Avon Cosmetics, S.A. | Avon Cosméticos, Lda. | Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de la filial española |
| Beautyge | Beautyge, S.L. | Beautyge Portugal- Produtos Cosméticos e Profissionais, Lda. | Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de su matriz española |
| Beiersdorf | Beiersdorf, S.A. | Beiersdorf Portuguesa, Lda. | Los productos vendidos por la empresa española proceden tanto de producción propia como de importación de otras empresas del grupo Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Chanel | Chanel, S.L. | Chanel, Lda. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Clarins | Clarins Spain, S.A. | Clarins (Portugal)- Comércio de Cosméticos, S.A. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Colgate- Palmolive | Colgate-Palmolive España, S.A. | Colgate-Palmolive, Unipessoal, Lda. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Cosbar | Cosmética Cosbar, S.L. | CBMP-Cosméticos, Unipessoal, Lda. | Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de la sociedad española |
| Coty | Coty Spain, S.L. Coty Beauty Spain, S.L. | Coty Beauty Portugal, S.A. (a) | A partir del 1 de enero de 2019, Coty Beauty Spain concentra la actividad de distribución del grupo Coty en España, mientras que Coty Spain se encarga principalmente de las actividades de fabricación Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de su matriz española |
| Dermofarm | Dermofarm, S.A. | Ganassini, Unipessoal, Lda. | Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de su matriz española |
| Estée Lauder | Estée Lauder, S.A. | Socosmet Sociedade de Cosmética, Lda. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |

(cont.)

(a) febrero de 2019.

Tabla 42: (cont.)

| Grupo | Empresa española | Empresa portuguesa | Relaciones comerciales |
|-------------------|---|--|--|
| Henkel | Henkel Ibérica, S.A. | Henkel Iberica Portugal, Unipessoal, Lda. | Los productos vendidos por la empresa española proceden tanto de producción propia como de importación de otras empresas del grupo Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Isdin | Isdin, S.A. | Isdin-Laboratório Farmacêutico, Unipessoal, Lda. | Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de su matriz española |
| Johnson & Johnson | Johnson & Johnson, S.A. | Johnson & Johnson, Lda. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| L'Oréal | L'Oréal España, S.A. | L'Oréal Portugal, Unipessoal, Lda. | Los productos vendidos por la empresa española proceden tanto de producción propia como de importación de otras empresas del grupo Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de la empresa española y de otras empresas del grupo |
| LVMH | LVMH Iberia, S.L. | LVMH Perfumes e Cosmética, Lda. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Mary Kay | Mary Kay Cosmetics de España, S.A. | Mary Kay Cosmetics, Sociedade Unipessoal, Lda. | Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de la filial española |
| Oriflame | Oriflame Cosméticos, S.A. | Oriflame Cosmetics, Lda. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Perfumes y Diseño | Perfumes y Diseño Holding, S.L. y sociedades dependientes | Aromas Internacionais-Comercialização de Perfumaria, Modas e Serviços Diversos, Lda. | Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de las filiales españolas |
| Pierre Fabre | Pierre Fabre Ibérica, S.A. | Pierre Fabre Dermo-Cosmétique Portugal, Lda. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Puig | Puig, S.L. y sociedades dependientes | Perfumes e Cosméticos Puig Portugal-Distribuidora, S.A. | Los productos vendidos por la empresa portuguesa proceden de la importación de su matriz española |
| Unilever | Unilever España, S.A. | Unilever Fima, Lda. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |
| Yves Rocher | Yves Rocher España, S.A. | Yves Rocher (Portugal) Cosméticos, S.A. | Los productos vendidos por ambas empresas proceden de la importación de otras empresas del grupo |

Fuente: DBK.

2.2. Diversificación

La mayor parte de las empresas analizadas obtienen la totalidad o un porcentaje muy elevado de sus ingresos en el sector de perfumería y cosmética, de modo que el grado de diversificación hacia otras actividades es bajo, centrándose, en los casos en que existe, en campos relacionados (hogar, moda y confección o farmacia y parafarmacia). Por ejemplo, **Beiersdorf**, **Dermofarm**, **Isdin** y **Pierre Fabre** obtienen un porcentaje minoritario de sus ingresos en el sector de farmacia y parafarmacia, mientras que **Colgate-Palmolive** y **Grupo Boniquet Sparchim** comercializan productos para el hogar y **Avon**, **Oriflame** y **Perfumes y Diseño** artículos de moda y complementos.

Como excepciones cabe destacar a una serie de operadores multinacionales con una fuerte orientación a actividades ajenas a las propias del sector. Así, alrededor del 80% del negocio de **Henkel** se deriva de la venta de adhesivos y productos de limpieza. En este último sector obtienen también un importante porcentaje de sus ingresos el grupo **Unilever**, que además comercializa productos de alimentación; y el grupo **Procter & Gamble**, con presencia también en los ámbitos de farmacia, alimentación, derivados del papel y baterías. Por su parte, el grupo **Johnson & Johnson** centra su actividad en los sectores de productos farmacéuticos, material médico, parafarmacia y óptica. Estos tres últimos operadores generan menos del 25% de su facturación en el sector de perfumería y cosmética.

El grupo menos especializado es el operador español **Cristian Lay**, en el que la venta de productos de confección, complementos, marroquinería y joyería y relojería, fundamentalmente, aporta más del 90% de su cifra de negocios. Entre las restantes empresas únicamente **LVMH** obtiene más del 50% de sus ingresos fuera del sector, concretamente en la moda.

Por otro lado, alrededor de la mitad de los operadores analizados en el mercado español realizan parte o la totalidad de su producción en España, desarrollando también en su mayoría actividades de exportación. Cabe señalar las inversiones anunciadas por empresas como **Beiersdorf** (55 millones de euros) o **L'Oréal** (23 millones de euros) para ampliar y modernizar sus fábricas españolas, mientras que **Bella Aurora** comenzará a producir sus propios productos en 2020 en Barcelona. La única compañía portuguesa analizada con producción propia es **Unilever Fima**, de forma que el resto centra su actividad en la distribución de productos importados.

La mayoría de los operadores están presentes en varios segmentos de actividad, con las excepciones de **Dermofarm**, **Natura Bissé** y **Ganassini** (Portugal), centradas en el de cuidado de la piel, **Beautyge** (Portugal) (cuidado del cabello) y **Wecolors** (cosmética decorativa). La totalidad de las ventas de **Laboratorios Saphir** y **Aromas Internacionais** se producen en el segmento de perfumes y fragancias, donde **Puig**, **Perfumes y Diseño** y **Yodeyma** obtienen más del 95% de sus ingresos.

Tabla 43
Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2017-2018.

(Mill. euros)

| Empresas españolas | Facturación total | | Facturación en el sector | B/A (%) |
|------------------------------|-------------------|--------------|--------------------------|---------|
| | 2017 | 2018 (A) | 2018 (B) | |
| A.C. Cosmetics | 18,65 | 18,10 | 18,10 | 100,0 |
| AC Marca Personal Care | 60,27 | 55,59 | 55,59 | 100,0 |
| Air Val (a) | 38,29 | 42,58 | 42,58 | 100,0 |
| Angelini Beauty | 30,52 | 31,63 | 29,49 | 93,2 |
| Avon | 107,56 | 100,00 (b) | 76,00 (b) | 76,0 |
| Beautyge (b) | 150,00 | 155,00 | 155,00 | 100,0 |
| Beiersdorf | 150,01 | 155,00 (b) | 125,00 (b) | 80,6 |
| Bella Aurora | 24,61 | 28,04 | 28,04 | 100,0 |
| Berioska | 47,53 | 51,15 | 51,15 | 100,0 |
| Chanel | 149,32 | 158,00 (b) | 82,00 (b) | 51,9 |
| Clarins | 50,71 | 54,06 | 54,06 | 100,0 |
| Colgate-Palmolive | 126,26 | 127,73 | 125,75 | 98,4 |
| Cosbar | 28,69 | 30,01 | 29,79 | 99,3 |
| Coty (c) | 298,97 | 342,85 | 342,85 | 100,0 |
| Coty Beauty (c) (d) | 34,24 | 49,92 | 49,92 | 100,0 |
| Cristian Lay | 487,41 | 500,00 (b) | 41,00 (b) | 8,2 |
| De Ruy Perfumes | 53,36 | 59,83 | 59,83 | 100,0 |
| Dermofarm | 42,02 | 43,24 | 43,24 (e) | 100,0 |
| Estée Lauder (c) | 162,52 | 170,00 | 170,00 | 100,0 |
| Farlabo | 23,71 | 23,16 | 23,16 | 100,0 |
| Future Cosmetics | 29,02 | 29,46 | 29,46 | 100,0 |
| Germaine de Capuccini | 26,24 | 29,01 | 29,01 | 100,0 |
| Grupo Boniquet Sparchim | 42,76 | 44,00 (b) | 39,00 (b) | 88,6 |
| Henkel | 499,84 | 500,00 (b) | 105,00 (b) | 21,0 |
| Instituto Español | 26,28 | 27,50 (b) | 27,50 (b) | 100,0 |
| Isdin | 205,77 | 246,09 | 192,77 | 78,3 |
| Johnson & Johnson | 317,18 | 310,00 (b) | 65,00 (b) | 21,0 |
| L'Oréal | 884,17 | 897,49 | 897,49 | 100,0 |
| Laboratorios Belloch | 21,44 | 19,49 | 19,25 | 100,0 |
| Laboratorios Lamarvi | 31,12 | 31,22 | 31,22 | 100,0 |
| Laboratorios Maverick | 113,56 | 117,10 | 117,10 | 100,0 |
| Laboratorios Saphir | 37,60 | 38,00 (b) | 38,00 (b) | 100,0 |
| LVMH | 266,78 | 289,39 | 123,54 | 42,7 |
| Mary Kay | 36,53 | 31,13 | 31,13 | 100,0 |
| Natura Bissé | 61,00 | 65,00 | 65,00 (f) | 100,0 |
| Oriflame (a) | 15,00 | 14,50 | 13,50 | 93,1 |
| Perfumes y Diseño | 58,91 | 62,49 | 57,54 | 92,1 |
| Pierre Fabre | 134,30 | 127,77 | 84,72 | 66,3 |
| Procter & Gamble (b) (c) (d) | 685,00 | 625,00 | 99,00 | 15,8 |
| Puig | 1.935,17 (g) | 1.932,69 (g) | 1.009,11 (h) | 52,2 |
| RNB | 80,15 | 91,62 | 91,62 | 100,0 |
| Shiseido | 106,09 | 104,32 | 104,32 | 100,0 |
| Sisley | 29,37 | 31,81 | 31,81 | 100,0 |
| Tahe | 25,26 | 24,39 | 24,39 (i) | 100,0 |
| Unilever | 522,41 | 504,99 | 124,00 (b) | 24,6 |
| Wecolors | 31,97 | 33,50 (b) | 33,50 (b) | 100,0 |
| Yodeyma | 49,40 | 55,00 (b) | 55,00 (b) | 100,0 |
| Yves Rocher | 64,50 | 65,00 (b) | 65,00 (b) | 100,0 |

(cont.)

Nota: se considera facturación en el sector la derivada exclusivamente de la comercialización de productos de perfumería y cosmética.

(a) corresponde a la suma de la facturación de las sociedades Air Val Internacional, S.A., Tailored Perfumes, S.L. y Tailored Fragrances Distributions, S.L. (b) estimación DBK. (c) ejercicios cerrados a 30 de junio del año indicado. (d) corresponde al valor de las ventas en España, y no a su cifra de negocios (comisiones por ventas). (e) incluye un pequeño porcentaje de venta de productos farmacéuticos. (f) incluye venta minorista y nutricosmética. (g) facturación del grupo a escala internacional, incluyendo filiales en el extranjero. (h) corresponde a la facturación de las sociedades españolas del grupo. La facturación en el sector del grupo a escala mundial, excluyendo su división de moda, fue de 1.682,46 millones de euros en 2016, 1.829,35 millones en 2017 y 1.798,46 millones en 2018. (i) incluye un pequeño porcentaje de venta de máquinas y accesorios de peluquería.

Tabla 43: (cont.)

(Mill. euros)

| Empresas portuguesas | Facturación total | | Facturación en el sector | B/A (%) |
|-----------------------|-------------------|-----------|--------------------------|---------|
| | 2017 | 2018 (A) | 2018 (B) | |
| A.C. Cosmetics | 2,22 | 2,28 | 2,28 | 100,0 |
| Aromas Internacionais | 4,81 | 4,91 | 4,91 | 100,0 |
| Avon | 29,16 | 27,63 | 24,50 (b) | 88,7 |
| Beautyge (b) | 4,75 | 5,00 | 5,00 | 100,0 |
| Beiersdorf | 48,60 | 48,45 | 43,15 (b) | 89,1 |
| CBMP | 0,01 | 0,31 | 0,31 | 100,0 |
| Chanel | 10,09 | 11,06 | 7,70 (b) | 69,6 |
| Clarins | 9,91 | 10,88 | 10,88 | 100,0 |
| Colgate-Palmolive (b) | 45,50 | 46,50 | 43,75 | 94,1 |
| Coty (c) | 5,99 | 6,93 | 6,93 | 100,0 |
| Coty Beauty (c) | 7,79 | 14,60 | 14,60 | 100,0 |
| Ganassini | 0,66 | 0,65 | 0,65 | 100,0 |
| Henkel (b) | 65,00 | 64,00 | 9,25 | 14,5 |
| Isdin | 11,91 | 13,00 (b) | 9,75 (b) | 75,0 |
| Johnson & Johnson | 90,40 | 93,00 (b) | 30,75 (b) | 33,1 |
| L'Oréal | 150,67 | 149,76 | 149,76 | 100,0 |
| LVMH | 12,14 | 13,20 | 13,20 | 100,0 |
| Mary Kay | 5,84 | 5,58 | 5,58 | 100,0 |
| Oriflame | 27,28 | 27,88 | 25,75 (b) | 92,4 |
| Pierre Fabre | 39,03 | 38,63 | 29,25 (b) | 75,7 |
| Procter & Gamble (c) | 39,03 | 38,17 | 29,50 (b) | 77,3 |
| Puig | 17,50 | 18,90 | 18,90 | 100,0 |
| Socosmet (c) | 18,22 | 17,53 | 17,53 | 100,0 |
| Unilever Fima | 346,96 | 322,35 | 44,00 (b) | 13,6 |
| Yves Rocher | 15,97 | 14,65 | 14,65 | 100,0 |

Nota: se considera facturación en el sector la derivada exclusivamente de la comercialización de productos de perfumería y cosmética.

(b) estimación DBK. (c) ejercicios cerrados a 30 de junio del año indicado.

Fuente: DBK.

Tabla 44
Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2018.

| Empresas españolas | Facturación fuera del sector (mill. euros) | % sobre facturación total | Actividad |
|-----------------------------|---|----------------------------------|---|
| A.C. Cosmetics | - | - | - |
| AC Marca Personal Care | - | - | - |
| Air Val | - | - | - |
| Angelini Beauty | 2,14 | 6,8 | Servicios asociados |
| Avon (a) | 24,00 | 24,0 | Bisutería, lencería, productos para el hogar |
| Beautyge | - | - | - |
| Beiersdorf (a) | 30,00 | 19,4 | Apósitos, vendas, esparadrapos y similares |
| Bella Aurora | - | - | - |
| Berioska | - | - | - |
| Chanel (a) | 76,00 | 48,1 | Confeción, complementos, joyería, relojería |
| Clarins | - | - | - |
| Colgate-Palmolive | 1,98 | 1,6 | Productos de limpieza para el hogar |
| Cosbar | 0,22 | 0,7 | Trabajos para terceros |
| Coty | - | - | - |
| Coty Beauty | - | - | - |
| Cristian Lay (a) | 459,00 | 91,8 | Confeción, complementos, lencería, marroquinería, joyería, relojería, servicios |
| De Ruy Perfumes | - | - | - |
| Dermofarm | nd | nd | Productos farmacéuticos |
| Estée Lauder | - | - | - |
| Farlabo | - | - | - |
| Future Cosmetics | - | - | - |
| Germaine de Capuccini | - | - | - |
| Grupo Boniquet Sparchim (a) | 5,00 | 11,4 | Productos de limpieza para el hogar, edulcorantes, parafarmacia, productos zoonosanitarios |
| Henkel (a) | 395,00 | 79,0 | Productos de limpieza, adhesivos |
| Instituto Español | - | - | - |
| Isdin | 53,32 | 21,7 | Productos farmacéuticos |
| Johnson & Johnson (a) | 245,00 | 79,0 | Productos farmacéuticos, material médico-quirúrgico, parafarmacia, óptica, celulosa, otros productos de consumo |
| L'Oréal | - | - | - |
| Laboratorios Belloch | - | - | - |
| Laboratorios Lamarvi | - | - | - |
| Laboratorios Maverick | - | - | - |
| Laboratorios Saphir | - | - | - |
| LVMH | 165,85 | 57,3 | Confeción y complementos de lujo, zapatería, bisutería, relojería |
| Mary Kay | - | - | - |
| Natura Bissé | nd | nd | Venta minorista y nutricosmética |
| Oriflame (a) | 1,00 | 6,9 | Confeción, complementos, relojes, juguetes, complementos para el hogar |
| Perfumes y Diseño | 4,95 | 7,9 | Moda |
| Pierre Fabre | 43,05 | 33,7 | Especialidades farmacéuticas, productos dietéticos, prestación de servicios |
| Procter & Gamble (a) | 526,00 | 84,2 | Productos de limpieza para el hogar, productos farmacéuticos, celulosa, alimentación, baterías, productos de afeitado e higiene bucal |
| Puig | 923,58 | 47,8 | Facturación de filiales en el extranjero y moda |
| RNB | - | - | - |
| Shiseido | - | - | - |
| Sisley | - | - | - |
| Tahe | nd | nd | Venta de máquinas y accesorios de peluquería |
| Unilever (a) | 380,99 | 75,4 | Productos de limpieza para el hogar, alimentación |
| Wecolors | - | - | - |
| Yodeyma | - | - | - |
| Yves Rocher | - | - | - |

(cont.)

(a) estimación DBK.

Tabla 44: (cont.)

| Empresas portuguesas | Facturación fuera del sector (mill. euros) | % sobre facturación total | Actividad |
|-----------------------|--|---------------------------|---|
| A.C. Cosmetics | - | - | - |
| Aromas Internacionais | - | - | - |
| Avon (a) | 3,13 | 11,3 | Bisutería, lencería, productos para el hogar |
| Beautyge | - | - | - |
| Beiersdorf (a) | 5,30 | 10,9 | Apósitos, vendas, esparadrapos y similares |
| CBMP | - | - | - |
| Chanel (a) | 3,36 | 30,4 | Confección, complementos, joyería, relojería |
| Clarins | - | - | - |
| Colgate-Palmolive (a) | 2,75 | 5,9 | Productos de limpieza para el hogar |
| Coty | - | - | - |
| Coty Beauty | - | - | - |
| Ganassini | - | - | - |
| Henkel (a) | 54,75 | 85,5 | Productos para el hogar, adhesivos |
| Isdin (a) | 3,25 | 25,0 | Productos farmacéuticos |
| Johnson & Johnson (a) | 62,25 | 66,9 | Productos farmacéuticos, material médico-quirúrgico, parafarmacia, óptica, celulosa, otros productos de consumo |
| L'Oréal | - | - | - |
| LVMH | - | - | - |
| Mary Kay | - | - | - |
| Oriflame (a) | 2,13 | 7,6 | Confección, complementos, relojes, juguetes, complementos para el hogar |
| Pierre Fabre (a) | 9,38 | 24,3 | Especialidades farmacéuticas, productos dietéticos, prestación de servicios |
| Procter & Gamble (a) | 8,67 | 22,7 | Productos farmacéuticos, celulosa, alimentación, baterías, productos de afeitado e higiene bucal |
| Puig | - | - | - |
| Socosmet | - | - | - |
| Unilever Fima (a) | 278,35 | 86,4 | Productos de limpieza para el hogar y de alimentación |
| Yves Rocher | - | - | - |

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 45
Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2018.

(% sobre facturación en el sector)

| Empresas españolas | Producción | Importación | Exportación | Mercado interior |
|-------------------------|------------|-------------|-------------|------------------|
| A.C. Cosmetics | - | 100,0 | 12,6 | 87,4 |
| AC Marca Personal Care | 100,0 | - | - | 100,0 |
| Air Val | 100,0 | - | 56,0 | 44,0 |
| Angelini Beauty | 62,0 | 38,0 | 29,5 | 70,5 |
| Avon | - | 100,0 | 65,0 (a) | 35,0 (a) |
| Beautyge (a) | 80,0 | 20,0 | 30,0 | 70,0 |
| Beiersdorf | nd (b) | nd (b) | - | 100,0 |
| Bella Aurora | 65,5 | 34,5 | 3,3 | 96,7 |
| Berioska | 100,0 | - | 34,5 | 65,5 |
| Chanel | - | 100,0 | ns | 100,0 |
| Clarins | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Colgate-Palmolive | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Cosbar | 90,0 (a) | 10,0 (a) | 25,2 | 74,8 |
| Coty | 60,0 | 40,0 | 41,0 | 59,0 |
| Coty Beauty | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Cristian Lay (a) | 85,0 (c) | 10,0 | 13,0 | 87,0 |
| De Ruy Perfumes | 100,0 | - | 13,4 | 86,6 |
| Dermofarm | 100,0 (d) | - | 25,5 | 74,5 |
| Estée Lauder | - | 100,0 | 6,5 | 93,5 |
| Farlabo | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Future Cosmetics | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Germaine de Capuccini | 100,0 | - | 45,0 | 55,0 |
| Grupo Boniquet Sparchim | 100,0 (e) | - | 38,0 (a) | 62,0 (a) |
| Henkel | - | 100,0 | 1,0 (a) | 99,0 (a) |
| Instituto Español | 100,0 | - | 22,0 (a) | 78,0 (a) |
| Isdin | 100,0 (f) | - | 53,8 | 46,2 |
| Johnson & Johnson | - | 100,0 | - | 100,0 |
| L'Oréal (a) | 15,0 | 85,0 | 7,0 | 93,0 |
| Laboratorios Belloch | 100,0 | - | 9,7 | 90,3 |
| Laboratorios Lamarvi | 100,0 | - | 54,7 | 45,3 |
| Laboratorios Maverick | 100,0 | - | - | 100,0 |
| Laboratorios Saphir | 100,0 | - | 4,0 (a) | 96,0 (a) |
| LVMH | - | 100,0 | ns | 100,0 |
| Mary Kay | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Natura Bissé | 100,0 | - | 74,0 | 26,0 |
| Oriflame | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Perfumes y Diseño | 87,8 | 12,2 | 62,8 | 37,3 |
| Pierre Fabre | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Procter & Gamble | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Puig | 100,0 | - | 74,4 | 25,6 |
| RNB | 100,0 | - | 3,0 | 90,0 |
| Shiseido | - | 100,0 | 4,0 (a) | 96,0 (a) |
| Sisley | - | 100,0 | 4,8 | 95,2 |
| Tahe | 100,0 | - | 20,4 | 79,6 |
| Unilever | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Wecolors | 100,0 | - | 2,5 (a) | 97,5 (a) |
| Yodeyma | 100,0 (g) | - | 82,0 (a) | 18,0 (a) |
| Yves Rocher | - | 100,0 | - | 100,0 |

(cont.)

(a) estimación DBK. (b) la actividad de producción e importación en España es desarrollada por Beiersdorf Manufacturing Tres Cantos, S.A. (c) la actividad de producción en España es desarrollada por Perseida, S.L. (d) parte de su facturación se deriva de la venta de productos fabricados por otras empresas en España. (e) la actividad de producción en España es desarrollada por Laboratorios Sparchim, S.L. y Laboratorios Boniquet Sparchim, S.L. (f) la actividad de producción en España es desarrollada por Grupo Puig y Laboratorio Dr. Esteve, accionistas de la compañía. (g) parte de su facturación se deriva de la venta de productos importados por otras empresas en España.

Tabla 45: (cont.)

(% sobre facturación en el sector)

| Empresas portuguesas | Producción | Importación | Exportación | Mercado interior |
|-----------------------|------------|-------------|-------------|------------------|
| A.C. Cosmetics | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Aromas Internacionais | - | 100,0 | 23,0 | 77,0 |
| Avon | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Beautyge | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Beiersdorf | - | 100,0 | - | 100,0 |
| CBMP | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Chanel | - | 100,0 | ns | 100,0 |
| Clarins | - | 100,0 | 1,1 | 98,9 |
| Colgate-Palmolive | - | 100,0 | 7,0 (a) | 93,0 (a) |
| Coty | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Coty Beauty | - | 100,0 | 2,0 | 98,0 |
| Ganassini | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Henkel | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Isdin | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Johnson & Johnson | - | 100,0 | - | 100,0 |
| L'Oréal | - | 100,0 | 0,1 | 99,9 |
| LVMH | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Mary Kay | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Oriflame | - | 100,0 | 18,0 (a) | 82,0 (a) |
| Pierre Fabre | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Procter & Gamble | - | 100,0 | - | 100,0 |
| Puig | - | 100,0 | 0,5 | 99,5 |
| Socosmet | - | 100,0 | 1,1 | 98,9 |
| Unilever Fima | 20,0 (a) | 80,0 (a) | - | 100,0 |
| Yves Rocher | - | 100,0 | 0,8 | 99,2 |

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 46
Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2018.

(% sobre facturación en el sector en el mercado interior)

| Empresas españolas | Cuidado de la piel | Aseo | Perfumes y fragancias | Cuidado del cabello | Cosmética decorativa |
|-----------------------------|---------------------------|-------------|------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| A.C. Cosmetics | 81,8 | - | 0,1 | 1,1 | 17,0 |
| AC Marca Personal Care | ** | ** | * | * | - |
| Air Val | - | 4,4 | 95,6 | - | - |
| Angelini Beauty | 13,3 | - | 86,7 | - | - |
| Avon (a) | 25,0 | 15,0 | 25,0 | 10,0 | 25,0 |
| Beautyge | ** | * | ** | * | * |
| Beiersdorf (a) | 60,0 | 40,0 | - | - | - |
| Bella Aurora | 65,5 | - | - | 22,2 | 12,3 |
| Berioska (b) | 50,0 | 40,0 | - | 10,0 | - |
| Chanel (a) | 25,0 | - | 55,0 | - | 20,0 |
| Clarins | 57,0 | ns | 27,0 | ns | 16,0 |
| Colgate-Palmolive | 0,5 | 99,5 | - | - | - |
| Cosbar | 12,1 | - | - | 87,9 | - |
| Coty | 23,0 | - | 58,0 | - | 19,0 |
| Coty Beauty | 9,0 | 2,0 | 64,0 | 21,0 | 4,0 |
| Cristian Lay (a) | 35,0 | 12,0 | 20,0 | 5,0 | 28,0 |
| De Ruy Perfumes | * | * | ** | - | - |
| Dermofarm | 100,0 | - | ns | - | - |
| Estée Lauder | 67,0 | - | 22,0 | 4,0 | 7,0 |
| Farlabo (a) | 5,0 | - | 90,0 | ns | 5,0 |
| Future Cosmetics | * | ns | ns | ns | ** |
| Germaine de Capuccini | 99,0 | - | - | - | 1,0 |
| Grupo Boniquet Sparchim (c) | 17,0 | 83,0 | - | - | - |
| Henkel | * | ** | * | * | - |
| Instituto Español | * | * | * | * | - |
| Isdin (a) | 90,0 | * | - | 10,0 (d) | ns |
| Johnson & Johnson (a) | 35,0 | 55,0 | ns | 10,0 | ns |
| L'Oréal (a) | 32,0 | 5,0 | 6,0 | 33,0 | 24,0 |
| Laboratorios Belloch | 13,5 | - | - | 86,5 | - |
| Laboratorios Lamarvi | * | * | - | ** | * |
| Laboratorios Maverick (e) | 0,9 | 58,4 | 1,2 | 39,5 | - |
| Laboratorios Saphir | - | - | 100,0 | - | - |
| LVMH | 33,4 | - | 60,1 | - | 6,5 |
| Mary Kay | 63,3 | 3,5 | 1,5 | - | 31,7 |
| Natura Bissé | 100,0 | - | - | - | - |
| Oriflame (a) | 40,0 | 10,0 | 10,0 | 15,0 | 25,0 |
| Perfumes y Diseño | 1,3 | - | 98,7 | - | - |
| Pierre Fabre | 76,6 | 7,9 | - | 15,5 | - |
| Procter & Gamble | * | ** | - | ** | - |
| Puig | 0,6 | 1,8 | 97,6 | - | - |
| RNB | 80,0 | 2,0 | 18,0 | - | - |
| Shiseido (b) | ** | * | 57,8 | * | * |
| Sisley | * | - | * | - | * |
| Tahe | * | - | - | ** | * |
| Unilever | * | ** | * | * | - |
| Wecolors | - | - | - | - | 100,0 |
| Yodeyma (b) | - | - | 99,4 | 0,5 | 0,1 |
| Yves Rocher (b) | 53,5 | 7,6 | 15,9 | 4,8 | 18,2 |

(cont.)

Nota: en las empresas en las que los porcentajes no están disponibles, los asteriscos indican los segmentos de actividad en los que está presente la empresa. Se indican con doble asterisco los segmentos de mayor peso.

(a) estimación DBK. (b) 2017. (c) 2016. (d) incluye aseo. (e) 2015.

Tabla 46: (cont.)

(% sobre facturación en el sector en el mercado interior)

| Empresas portuguesas | Cuidado de la piel | Aseo | Perfumes y fragancias | Cuidado del cabello | Cosmética decorativa |
|-----------------------------|---------------------------|-------------|------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| A.C. Cosmetics | 84,5 | - | 0,5 | 1,0 | 14,0 |
| Aromas Internacionais | - | - | 100,0 | - | - |
| Avon (a) | 25,0 | 15,0 | 25,0 | 10,0 | 25,0 |
| Beautyge | - | - | - | 100,0 | - |
| Beiersdorf (a) | 60,0 | 40,0 | - | - | - |
| CBMP | - | - | - | 100,0 | - |
| Chanel | * | - | ** | - | * |
| Clarins | ** | * | ** | * | * |
| Colgate-Palmolive | - | 100,0 | - | - | - |
| Coty | 17,0 | - | 83,0 | - | - |
| Coty Beauty | - | - | - | 100,0 | - |
| Ganassini | 100,0 | - | - | - | - |
| Henkel | * | ** | * | * | - |
| Isdin (a) | 90,0 | - | - | 10,0 | - |
| Johnson & Johnson | ** | ** | * | * | * |
| L'Oréal | ** | * | * | ** | * |
| LVMH | 33,0 | - | 60,0 | - | 7,0 |
| Mary Kay | ** | - | * | - | * |
| Oriflame | ** | * | * | * | ** |
| Pierre Fabre (b) | 70,7 | 24,3 | - | 5,0 | - |
| Procter & Gamble | * | ** | - | * | - |
| Puig | - | 0,2 | 99,8 | - | - |
| Socosmet | ** | - | * | - | - |
| Unilever Fima (a) | 40,0 | 35,0 | 5,0 | 20,0 | - |
| Yves Rocher (a) | 45,0 | 15,0 | 20,0 | 5,0 | 15,0 |

Nota: en las empresas en las que los porcentajes no están disponibles, los asteriscos indican los segmentos de actividad en los que está presente la empresa. Se indican con doble asterisco los segmentos de mayor peso.

(a) estimación DBK. (b) 2017.

Fuente: DBK.

2.3. Marketing mix

En un escenario marcado por la transformación digital, las iniciativas de desarrollo de nuevas referencias de productos de perfumería y cosmética se centran en potenciar la personalización y reducir los plazos de lanzamiento. A este respecto, las nuevas herramientas tecnológicas permiten ampliar los conocimientos sobre los consumidores y dar una respuesta más rápida a sus necesidades, facilitando la mejora de la eficiencia y la productividad.

Por ejemplo, **Beiersdorf** cuenta con proyectos de digitalización conectados a Internet de las Cosas (IoT) e Inteligencia Artificial para obtener datos de los consumidores sobre sus deseos y necesidades en relación con el cuidado de la piel, además de haber establecido la unidad “Digital Technology & Ventures” para probar nuevas tecnologías en este ámbito.

Entre las innovaciones desarrolladas por **L’Oréal** se encuentran la incubadora tecnológica de belleza dedicada a satisfacer las necesidades de los consumidores mediante innovaciones disruptivas, la marca de inteligencia artificial/realidad aumentada Modiface adquirida en 2018, los laboratorios internos de impresión en 3D y el proyecto orientado a la personalización del producto para la coloración.

Por su parte, **Procter & Gamble** está utilizando el big data para analizar el comportamiento de los consumidores y reducir su tiempo de respuesta ante los cambios en la demanda, mientras que **Coty** ha realizado importantes inversiones en su planta de Granollers con el fin de reducir el plazo de lanzamiento de nuevos productos. Varios de estos operadores, y otros como **Puig**, cuentan también con programas de inversión y desarrollo en *startups* que han derivado en proyectos tecnológicos reales.

Por otro lado, en un contexto de mayor preocupación social por la salud, el medio ambiente y el bienestar animal, son varias las empresas que están apostando por la cosmética “bio” o vegana, bien mediante la creación de líneas propias, bien mediante la compra de compañías especializadas. Así, **Shiseido** adquirió en octubre de 2019 la firma Drunk Elephant, mientras que **L’Oréal** compró en agosto de 2018 la empresa alemana Logocos Naturkosmetic AG.

La firma de acuerdos de licencia para el lanzamiento de líneas de perfumes constituye una importante herramienta de marketing para las empresas del sector. Además de las habituales licencias de firmas de lujo y celebridades, en los últimos años se han establecido numerosos acuerdos con grupos de distribución de moda. Entre los más recientes cabe señalar los de **RNB** y Zara (Grupo Inditex), **Cristian Lay** y Stradivarius (Grupo Inditex), **Air Val** y Pepe Jeans, y **Perfumes y Diseño** y El Ganso.

Tabla 47

Principales marcas de las principales empresas, octubre 2019.

| Empresa | Marcas |
|------------------------|---|
| A.C. Cosmetics | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Sensai Perfumes y fragancias: Sensai Cuidado del cabello: Sensai Cosmética decorativa: Sensai |
| AC Marca Personal Care | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Avena Kinesia, Denenes, Ecran, Fortuny Cosmetics, Genomask, Genosun, Genové, Hydrocéan, Lactovit, Lida Aseo: Avena Kinesia, Denenes, Genocután, Hidrogenesse, Lactovit, Lida, Noxzema Cuidado del cabello: Denenes, Giorgi, Pilopectan Perfumes y Fragancias: Denenes |
| Air Val | <ul style="list-style-type: none"> Perfumes y fragancias: Barbie, Ben 10, Bob Esponja, Disney, Disney Princess, Frozen, Hello Kitty, LOL Surprise, Marvel, Minnie Mouse, Miraculous, My Llama, My Unicorn, Pepe Jeans, PJ Masks, Shimmer & Shine, Spider-Man, Vampirina |
| Angelini Beauty | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Anne Möller, Möller Pour Homme, Rexaline Perfumes y fragancias: Angel Schlessler, Anne Möller, Armand Bassi, Blumarine, Gianfranco Ferre, Laura Biagiotti, Mandarina Duck, Trussardi, Versace |
| Avon | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Anew, Avon, Avon Care, Avon Care Sun, Avon True, Avon Works, Clearskin, Distillery, Foot Works, K-Beauty, Mission, Naturals, Planet Spa, Skin So Soft Aseo: Avon, Naturals, Senses, Skin So Soft Perfumes y fragancias: Always, Attraction, Avon Life, Avon Luck, Encanto, Eve, Far Away, Incadessence, Perceive, Pur Blanca, Rare, Soft Musk, Today, Tomorrow Cuidado del cabello: Advanced Techniques, Naturals, Remington Cosmética decorativa: Anew, Avon True, Color Trend, Luxe, Mark |
| Beautyge (a) | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: CND, Cutex, Elizabeth Arden, Gatineau, Natural Honey, Revlon Aseo: American Crew, CND, Cutex, Floïd, Natural Honey Perfumes y fragancias: American Crew, Britnie Spears, Christina Aguilera, Elizabeth Arden, Floïd, Juicy Couture, Natural Honey Cuidado del cabello: Abba, American Crew, D:FI, Fixpray, Floïd, Geniol, Intercosmo, Intragen, Lanofil, Orofluido, Revlon, Cosmética decorativa: CND, Cutex, Elizabeth Arden, Intercosmo (Voilà make up), Revlon |
| Beiersdorf | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Eucerin, Liposan, Nivea, Nivea Men Aseo: Eucerin, Hansaplast, Nivea, Nivea Men |
| Bella Aurora | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Bella, Bella Aurora, Lullage, Cuidado del cabello: Fixonia, Goldwell, Jon Frieda, Kerzo Forte Cosmética decorativa: Mavala, SensatioNail |
| Berioska | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Babaria Aseo: Babaria Cuidado del cabello: Babaria |

(cont.)

(a) en Portugal sólo distribuye productos de cuidado del cabello.

Tabla 47: (cont.)

| Empresa | Marcas |
|-------------------------|--|
| Chanel | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Chanel Perfumes y fragancias: Chanel Cosmética decorativa: Chanel |
| Clarins | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Clarins Men, Clarins París Aseo: Clarins Men, Clarins París Perfumes y fragancias: Azzaro, Clarins, Thierry Mugler Cuidado del cabello: Clarins Men, Clarins París Cosmética decorativa: Clarins París, Thierry Mugler |
| Colgate-Palmolive (b) | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Sanex Aseo: Colgate, Neutro-Balance, Palmolive, Profidén, Sanex |
| Cosbar/CBMP | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Montibello Cuidado del cabello: Kevin Murphy, Montibello |
| Coty (c) | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Boss Skin, Bottega Veneta, Burberry, Lancaster, Monange, O-P-I, Philosophy Perfumes y fragancias: Adidas, Alexander McQueen, Balenciaga, Bottega Veneta, Bourjois, Bruno Banani, Burberry, Calvin Klein, Chloé, Davidoff, Eau de Lancaster, Escada, Gucci, Hugo Boss, James Bond 007, Jill Sander, Joop!, Katy Perry, Lacoste, Marc Jacobs, Mexx, Miu Miu, Nautica, Philosophy, Roberto Cavalli, Stella Mc Cartney, Tiffany & Co Cuidado del cabello: Biocolor, Clairol, Clairol Professional, ghd, Kadus Professional, Londa Professional, Monange, Nioxin, Sassoon Profesional, Sebastian Professional, System Professional, Wella, Wella Professional Aseo: Boss Skin, Monange, Philosophy Cosmética decorativa: Astor, Bourjois, Burberry, CK One Color, Covergirl, Gucci, Lancaster, Max Factor, O-P-I, Rimmel London, Risqué, Sally Hansen |
| Cristian Lay | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Beclay, Cristian Lay Aseo: Beclay, Cristian Lay, Miguel Ángel Leal Perfumes y fragancias: Beclay, Cristian Lay, GG Paris, Flower of Zen, Klickiss, Miguel Ángel Leal, Mimitos, Stradivarius Cuidado del cabello: Beclay, Cristian Lay Cosmética decorativa: Beclay, Cristian Lay, Miguel Ángel Leal |
| De Ruy Perfumes | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Apotheke, Gisèle Denis, Nesti Dante Aseo: Gisèle Denis, Nesti Dante Perfumes y fragancias: Agua Fresca, Apotheke, Carlos Moyá, Fashion & Fragances, Nesti Dante, Nike, Titto Bluni |
| Dermofarm/Ganassini (d) | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Axovital, Comodynes, Rilastil Cumlaude Lab, Sensilis Aseo: Rilastil Cumlaude Lab Cuidado del cabello: Sensilis Cosmética decorativa: Comodynes, Sensilis |

(cont.)

(b) la marca *Profidén* no se comercializa en Portugal. (c) incluye las marcas gestionadas por Coty Spain y Coty Beauty Spain. (d) en Portugal sólo distribuye las marcas Comodynes y Sensilis.

Tabla 47: (cont.)

| Empresa | Marcas |
|-------------------------------|--|
| Estée Lauder/ Socosmet (e) | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Aveda, Becca, Bobbi Brown, Clinique, Clinique for Men, Darphin, Estée Lauder, GlamGlow, Jo Malone, La Mer, Lab Series Skincare for Men, Le Labo, M·A·C, Origins, Tom Ford Perfumes y fragancias: Aerin, Aramis, Aveda, Bobbi Brown, Kilian, Clinique, Donna Karan, Ermenegildo Zegna, Estée Lauder, Frédéric Malle, Jo Malone, Kiton, Le Labo, Marni, Michael Kors, Rodin Olio Lusso, Tom Ford, Tommy Hilfiger, Tory Burch Cuidado del cabello: Aveda, Bumble&Bumble, Jo Malone, Lab Series Skincare for Men, Le Labo, Origins Cosmética decorativa: Aveda, Becca, Bobbi Brown, Clinique, Estée Lauder, GlamGlow, La Mer, M·A·C, Origins, Rodin Olio Lusso, Smashbox, Tom Ford, Too Faced |
| Farlabo | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Declaré, Delarom, StriVectin Perfumes y fragancias: Abercrombie & Fitch, Agent Provocateur, Baldessarini, Boucheron, Coach New York, Courrèges, Dunhill, Hollister, Jimmy Choo, Karl Lagerfeld, Lanvin, Lolita Lempicka, Mont Blanc, N°4711, Oscar de la Renta, Paul Smith, Police, Repetto, Rochas, Tabac Original, The Merchant of Venice, Van Cleef & Arpels Cosmética decorativa: Helena Rubinstein, Juvena, Marlies Möller, Orlane |
| Future Cosmetics | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: 7th Heaven, It'sSkin, Poo Pourri, Skin Generics, St. Moriz Aseo: Poo Pourri, Tree Hut Perfumes y fragancias: Body Fantasies Cuidado del cabello: Hask Cosmética decorativa: Absolute, Catrice, Essence, Gosh, Palladio, Sleek |
| Germaine de Capuccini | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Germaine de Capuccini Cosmética decorativa: Germaine de Capuccini |
| Grupo Boniquet Sparchim | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Dermanen, Prevex Aseo: Biancoril, Deenthal Pro, Dermanen, Prevex Baby, Prevex |
| Henkel | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Diadermine, Fa, La Toja Aseo: Barnängen, Denivit, Fa, La Toja, Licor del Polo, Magno, Vademecum Perfumes y fragancias: Fa Cuidado del cabello: Gliss, Indola, Schwarzkopf, Schwarzkopf Professional, Syoss, Authentic Beauty Concept |
| Instituto Español | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Instituto Español Aseo: Instituto Español Perfumes y fragancias: Aire de Sevilla, Gotas de Oro, Gotitas de Oro, Marc Misaki, Poseidon Cuidado del cabello: Gotitas de Oro, Instituto Español |
| Isdin | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Isdin, Isdinceutics Aseo: Isdin Cuidado del cabello: Finastopic, Lambdapil Cosmética decorativa: Isdin, Isdinceutics |

(cont.)

(e) Socosmet sólo distribuye en Portugal productos de cuidado de la piel y perfumes y fragancias.

Tabla 47: (cont.)

| Empresa | Marcas |
|-----------------------|---|
| Johnson & Johnson | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Aveeno, Clean & Clear, Desitin, Johnson's Baby, Le Petit Marseillais, Lubriderm, Neutrógena, Penaten, Piz Buin, Roc • Aseo: Aveeno, Johnson's Baby, Le Petit Marseillais, Listerine, Neutrógena • Perfumes y fragancias: Johnson's Baby • Cuidado del cabello: Aveeno, Johnson's Baby, Le Petit Marseillais, Neutrógena, Rogaine • Cosmética decorativa: Neutrógena |
| L'Oréal | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: AcneFree, Ambi, Biotherm, Carita, CeraVe, Decleor, Garnier (Delial), Giorgio Armani, Helena Rubinstein, House 99, IT Cosmetics, Kiehl's, La Roche-Posay, Lancôme, L'Oréal Men Expert, L'Oréal Paris, Roger&Gallet, Skin Ceuticals, Societe Des Thermes, Vichy, Vichy Homme, Yves Saint Laurent • Aseo: Biotherm, Decléor, Kiehl's, La Roche-Posay, L'Oréal Men Expert, L'Oréal Paris, Roger&Gallet, Vichy, Vichy Homme • Perfumes y fragancias: Atelier, Biotherm, Biotherm Homme, Cacharel, Diesel, Giorgio Armani, Guy Laroche, Kiehl's, Lancôme, Maison Margiela, Proenza Schouler, Ralph Lauren, Roger&Gallet, Valentino, Viktor&Rolf, Yves Saint Laurent • Cuidado del cabello: Garnier, House 99, Kerastase, Kiehl's, La Roche-Posay, L'Oréal Men Expert, L'Oréal Paris (Elnett, Elvive, Excellence, Hair Expertisse, Préférence, Studio Line), L'Oréal Professionel, Matrix, Pureology, Redken, Shu Uemura Art of Hair, Vichy (Dercos), Pulp Riot • Cosmética decorativa: 3CE, Bonjour, Essie, Giorgio Armani, Helena Rubinstein, IT Cosmetics, La Roche-Posay, Lancôme, L'Oréal Paris, Maybelline New York, NYX Cosmetics, Urban Decay, Vichy, Yves Saint Laurent |
| Laboratorios Belloch | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Nelly • Cuidado del cabello: Nelly |
| Laboratorios Lamarvi | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Salerm Cosmetics • Aseo: Salerm Cosmetics • Cuidado del cabello: Salerm Cosmetics • Cosmética decorativa: Salerm Cosmetics |
| Laboratorios Maverick | <ul style="list-style-type: none"> • Aseo: Deliplus, Square Men • Cuidado del cabello: Deliplus, Stylus • Perfumes y fragancias: Deliplus |
| Laboratorios Saphir | <ul style="list-style-type: none"> • Perfumes y fragancias: Flores de Saphir, Fruits Attraction, Hannibal Laguna, Les Jours, Pertegaz, Saphir, Saphir Kids |
| LVMH | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Aqua di Parma, Benefit, Fresh, Givenchy, Guerlain, Kenzo, Make Up Forever • Perfumes y fragancias: Aqua di Parma, Christian Dior, Francis Kurdjian, Fresh, Givenchy, Guerlain, Kenzo, Loewe • Cosmética decorativa: Benefit, Christian Dior, Fresh, Givenchy, Guerlain, Make Up Forever |
| Mary Kay | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Mary Kay, MK Men • Aseo: Mary Kay, MK Men • Perfumes y fragancias: Belara, Believe+Wonder, Cityscape, Fearlessly, Flor de Loto & Bambú, MK High Intensity, MK Men, Thinking of You, True Original, Velocity • Cosmética decorativa: Mary Kay |

(cont.)

Tabla 47: (cont.)

| Empresa | Marcas |
|---|--|
| Natura Bissé | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Natura Bissé |
| Oriflame | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Oriflame Aseo: Oriflame Perfumes y fragancias: Amber Elixir, Born to Fly, Eclat, Feel Good, Giordani Gold, Love Potion, Lovely Garden, Lucía, Posses, Sensity, So Fever, Sublime Nature Cuidado del cabello: Oriflame Cosmética decorativa: Giordani Gold, Oriflame, The One, Very Me |
| Perfumes y Diseño/ Aromas Internacionais | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Ahava, Goutal, REN Perfumes y fragancias: Desigual, El Ganso, Goutal, Halloween, Juliette Has a Gun, Missoni, Mosquino, Salvatore Ferragamo, Starck Paris, The Nights Collection, Tous, Versace |
| Pierre Fabre | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: A-Derma, Avène, Ducray, Elancyl, Galenic, Klorane, Pierre Fabre Aseo: A-Derma, Avène, Ducray, Klorane Cuidado del cabello: Ducray, Klorane, René Furterer Cosmética decorativa: Teint Lumiere |
| Procter & Gamble | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Gillette, Olay Aseo: Braun, Gillette, Olay, Old Spice, Oral-B Cuidado del cabello: Aussie, Herbal Essences, H&S, Pantene Pro-V |
| Puig | <ul style="list-style-type: none"> Aseo: Heno de Pravia, Lavanda Puig Perfumes y fragancias: Adolfo Domínguez, Agatha Ruiz de la Prada, Agua Brava, Antonio Banderas, Anouk, Arfisticrazy, Azur, Benetton, Brummel, Carolina Herrera, Christian Louboutin, Comme des Garçons, David Bustamante, Don Algodón, Dries Van Noten, Eric Buterbaugh, Fleur de Jour, Hero Sport, Jean Paul Gaultier, L'Artisan Parfumeur, Malú, Manuel Carrasco, Nina Ricci, Pachá Ibiza, Paco Rabanne, Paula Echevarría, Penhaligon's, Quorum, Shakira, Sex Symbol, SportMan, Springfield, Victorio & Lucchino, Zinnia |
| RNB | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Deliplus, Solcare Aseo: Deliplus Perfumes y fragancias: 9.60, Afán, Codizia, Comotú, Complicity, Cool Wood, Elección, Enciende, Gesto, Hortensia, Ikiru, Límite, Luz de Flor, Magic Chic, Melodia, Musk, Oud Noir, Peppa Pig, Pic Nic, Rose Nude, Sesgo, Simply Flowers, Superman, Very Woman, Vuela |
| Shiseido | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Laura Mercier, NARS, Shiseido, Shiseido Men Aseo: Laura Mercier, Shiseido, Shiseido Men, Zen for Men Cuidado del cabello: Adenogen, Shiseido Perfumes y fragancias: Azzedine Alaïa, Dolce & Gabbana, Elie Saab, Ever Bloom, Hermés, Issey Miyake, Laura Mercier, Narciso Rodríguez, Rising Sun, Serge Lutens, Zadig & Voltaire, Zen Cosmética decorativa: Laura Mercier, NARS, Serge Lutens, Shiseido |
| Sisley | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Sisley Perfumes y fragancias: Izia, Sisley, Soir, Tropicale Cosmética decorativa: Sisley |
| Tahe | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado del cabello: Tahe |

(cont.)

Tabla 47: (cont.)

| Empresa | Marcas |
|--------------------------------|---|
| Unilever/ Unilever Fima (f) | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Dove, Pond's, Vasenol • Aseo: Axe, Dove, Pond's, Rexona, Signal, Vasenol, Williams • Perfumes y fragancias: Axe, Williams • Cuidado del cabello: Axe, Living Proof, Sunsilk, Timotei, TRESemmé |
| Wecolors | <ul style="list-style-type: none"> • Cosmética decorativa: Deliplus |
| Yodeyma | <ul style="list-style-type: none"> • Perfumes y fragancias: Yodeyma |
| Yves Rocher | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Yves Rocher • Aseo: Yves Rocher • Perfumes y fragancias: Ambre Noir, Comme une Evidence, Cuir Vetiver, Fraîcheur Végétale, Les Plaisirs Nature, Moment de Bonheur, Monoï de Tahiti, Nature, Nature pour Homme, Naturelle, Quelques Notes d'Amour, Secrets d'Essences, Un Matin au Jardin • Cuidado del cabello: Yves Rocher • Cosmética decorativa: Yves Rocher |

(f) Unilever Jerónimo Martins no comercializa en Portugal las marcas Pond's y Williams. La marca Linic, por el contrario, únicamente se comercializa en Portugal.

Fuente: DBK.

Tabla 48

Principales productos lanzados por algunas de las principales empresas españolas, 2018-octubre 2019.

| Empresas españolas | Productos |
|------------------------|---|
| A.C. Cosmetics | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: línea Absolute Silk-Micro Mousse, Fluid y Cream |
| AC Marca Personal Care | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Ecran Bronce+FPS 20 (bruma protectora y leche protectora), Ecran Naturals FPS 50 y FPS 30, Lactovit leche corporal en mousse Aseo: Lactovit desodorante Invisible Men, nueva gama Avena Kinesia para pieles secas, sensibles y atópicas Cuidado del cabello: Giorgi Sublime Cream (espuma en crema), Giorgi Rizos Descarados, Giorgi Cera en Gel |
| Air Val | <ul style="list-style-type: none"> Perfumes y fragancias: Pepe Jeans, Eau My Unicorn |
| Angelini Beauty | <ul style="list-style-type: none"> Perfumes y fragancias: Femme Adorable (Angel Schlessler) |
| Avon | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Mission, Anew Perfect Skin Perfumes y fragancias: Luminata, Avon Life Colour, V for Victory, Eve Confidencence Cosmética decorativa: Avon Mark Prism (barra de labios), Avon Mark Big & Extreme (máscara de pestañas), Luminous Velvet Avon True Color (barra de labios), Avon True Supershock Definition (máscara de pestañas), Avon Mark Epic (barra de labios) |
| Beautyge | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Retinol Ceramide Capsules (Elizabeth Arden) Aseo: Natural Honey Miraculous Cuidado del cabello: Orofluido Amazonia Perfumes y fragancias: White Tea (Elizabeth Arden) Cosmética decorativa: Revlon Colorstay Gel Envy, Revlon Colorstay Exactify Liquid Liner, Revlon Colorstay Creme Gel Pencil, Revlon Volumazing Mascara, Revlon Mega Multiplier Mascara, Revlon Ultra HD Gel Lipcolor, Revlon Ultra HD Mate Lipcolor, Revlon Colorstay Exactify Liquid Liner, Flawless Finish (Elizabeth Arden) |
| Beiersdorf | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Nivea aceite loción en coco, Nivea Men cuidado de la barba, Nivea Q10 Power Anti-arrugas+firmeza, Liposan Crayon, Nivea Care & Fragance (Care&Coconut, Care&Orange, Care&Roses), Nivea MicellAir Skin Breathe, Nivea Cellular Hyaluron Filler Cushion 3 en 1, Nivea Soft Mix It Aseo: Nivea Men cuidado de la barba, Nivea Fresh Natural Cuidado del cabello: Nivea Champú Micelar |
| Bella Aurora | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Bio 10 Forte, B-Core 221 TM, Vitamin inFusion, Splendor Booster Vitamina C+Ácido Hialurónico, protector solar SPF100+Sensible, Bella Elixir de Peonia, Bella Anti-Edad SPF 50+, Bella Beach&Sport SPF 50+, Bella Pre-Base SPF 50+, Bella Aurora Eyes Cuidado del cabello: Kerzo Forte |
| Berioska | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: ampollas hyaluronic acid y vitamina C, línea Babaria con aceite de cannabis |
| Chanel | <ul style="list-style-type: none"> Perfumes y fragancias: Gabrielle Chanel Essence |

(cont.)

Tabla 48: (cont.)

| Empresas españolas | Productos |
|--------------------|--|
| Clarins | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Extra-Firming Yeux, Extra-Firming Phyto Serum, My Clarins, Multi-Intensive Rose Lumière, V Shaping Facial Lift, Plant Gold L'Or des Plantes, Scrubs (Pure, Confort & Fresh), Clarins Men tratamientos Super Hydratants, nueva gama protectores solares Perfumes y fragancias: Angel Eau Croissiere, Flora futura 90 ml, Angel EDT, Aura Sensuelle, Alien Fusion, Alien Man, Amen Ultimate, Angel EDP 100ml Cosmética decorativa: Mascara Wonder Perfect 4D, Waterproof Pencils, Sombras Mono (satin, velvet & sparkle), Joli Rouge Lacquer, Instant Poreless, Glow to Go, Everlasting Youth Fluid, Joli Blush, Lip Perfector Intense |
| Colgate-Palmolive | <ul style="list-style-type: none"> Aseo: Colgate Connect E1 |
| Cosbar | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Montibello Hyalufeel Cuidado del cabello: Montibello (Collour Correction, Decode Zero), Kevin Murphy (Autumn.Angel, Bedroom.Hair, Cool.Angel, Sugared.Angel, Touchable) |
| Coty (a) | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Skin Life Hydra Serum (Lancaster), Skin Life Night Recovery Cream (Lancaster), Instant Glow (Lancaster), Riviera LimitedEdition (Lancaster), Ultimate Miracle Worker (Philosophy), Anti-Wrinkle Miracle (Philosophy), Renewed Hope in a Jar (Philosophy), Hands of Hope (Philosophy), Ultimate Miracle Worker (Philosophy) Cuidado del cabello: Clairol Root Touch-Up, Clairol Nice'n Easy, Clairol Natural Instincts, Wella Koleston, Wella Insta Recharge, Wella Opal-Essence by Illumina Color, Wella Color Fresh, Wella Color Fresh Create, Wella Painting Balayage System, Clairol Nice'n Easy Perfumes y fragancias: Miami Blossom (Escada), Cool Water Intense (Davidoff), Amber Garden (Alexander McQueen), Luminous Orchid (Alexander McQueen), Vetiver Moss (Alexander McQueen), Twist (Miu Miu), Daisy Sunshine (Marc Jacobs), Illusione (Bottega Venetta), Tiffany & Love Eau, Chloé L'eau, Boss Bottled Infinite (Hugo Boss), Her (Burberry), My Burberry Blush (Burberry), Women (Calvin Klein), Guilty Oud (Gucci), Guilty Absolute pour Femme (Gucci), Bloom (Gucci), Urban Journey (Hugo Boss), Boss Bottled Tonic (Hugo Boss), Eau de Velours (Bottega Veneta), Daisy Love (Marc Jacobs), Florobotanica (Balenciaga), Indivisible (Katy Perry), Grace Roses (Philosophy), Softly (Jil Sander), Cool Water Woman Wave (Davidoff) Cosmética decorativa: All Day Flawless 3in1 Foundation (Max Factor), Lash Revival Mascara (Max Factor), Facefinity All Day Flawless Concealer (Max Factor), Miracle Sculpting Wands (Max Factor), Miracle Prep Beauty Protect Primer SPF30 (Max Factor), Masterpiece Kohl Kajal Pencil (Max Factor), Somey Eye Drama Kit Matte (Max Factor), Lash Revival Volume Boosting Primer (Max Factor), Facefinity All Day Matte Panstik (Max Factor), Volume Infusion Mascara (Max Factor), Brow Revival (Max Factor), Masterpiece Nudes Palette Matte (Max Factor), Crème Puff Blush Matte (Max Factor), Rimmel London X Halloween, Jelly Collection (Rimmel London), Lasting Radiance Collection (Rimmel London), Bourjois Rouge Edition Velvet, Bourjois Healthy Mix, Sally Hansen Insta-Dry, Sally Hansen Miracle Gel, Sally Hansen Hard As Nails Vitamin Strenght Serum, Trublend Undercover Concealer (Covergirl), Exhibicionist Summer Blue (Covergirl), Exhibicionist Lipstick (Covergirl), O.P.I X Hello Kitty |
| Cristian Lay | <ul style="list-style-type: none"> Perfumes y fragancias: Stradivarius, GG Paris, Flower of Zen |
| Dermofarm | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Sensilis Hydra Essence, Sensilis Origin Pro EGF 5, Sensilis Upgrade Chrono Lift Filler & Blur, Rilastil Multirepair Cosmética Decorativa: Comodynes Second Skin, Sensilis Gloss Touch Smooth & Flavour, Comodynes Jelly Mask |

(cont.)

(a) incluye las marcas gestionadas por Coty Spain y por Coty Beauty Spain.

Tabla 48: (cont.)

| Empresas españolas | Productos |
|-----------------------|---|
| Estée Lauder | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Clinique Smart Clinical, Mositure Surge 96H y 72H (Clinique), Fresh Pressed Vitamin AyC (Clinique), Even Better Refresh (Clinique), CFM Super Energizer Revitalizing Suprem+Night, Advanced Night Repair, Perfectionist Pro, DayWear Eye, DayWear Matte Oil Control, Re-Nutriv de Estée Lauder, Intensive Skin Serum Foundation SPF40 (Bobbi Brown) • Aseo: Aveda Cherry Almond, Bronze Goddess (gel y desodorante) • Cuidado del cabello: Aveda Sap Moss, Aveda Cherry Almond, Aveda Damage Remedy • Perfumes y fragancias: Métallique (Tom Ford), Fougère Platine (Tom Ford), Flouggère d'Argent (Tom Ford), Bronze Goddess (Tom Ford), Neroli Portofino All Over Body Sprays (Tom Ford), Vert de Fleur (Tom Ford), DKNY Stories, Honeysuckle & Davana (Jo Malone), Do It for Love (Killian), Dark Lord (Killian), Lost Cherry (Tom Ford), Fucking Fabulous (Tom Ford) • Cosmética decorativa: Sunptuous Rebel Mascara, Pure Color Envy, Double Wear Radiant Concealer, Double Wear Light Soft Matte Hydra Make SPF 10, Pure Color Desire Rouges Excess, Volcano Goddess Eyeshadow (Becca), Shimmering Skin Perfector (Becca), Luxe Shine Intense (Bobbi Brown), Shooting Cleansing Oil (Bobbi Brown), Skin Long-Wear Weightless Foundation SPF15 (Bobbi Brown), Crushed Liquid Lip (Bobbi Brown), Luxe Eye Shadow, Bobbi to Go-Primer Plus Mattifier, Luxe Liquid Lip Velvet Matte (Bobbi Brown), Even Better Pop Lip Colour Foundation (Clinique) |
| Farlabo | <ul style="list-style-type: none"> • Perfumes y fragancias: Mademoiselle Rochas Couture, First Instinct Blue (Abercrombie & Fitch), Jimmy Choo Blossom Special Edition, Hollister Festival Vibes |
| Germaine de Capuccini | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: #RepairNightProgress, B-Calm, Timexpert SRNS, Up & Tone Arms, The Perfect Match • Perfumes y fragancias: Le Jardin de Carmen Vidal • Cosmética decorativa: Show |
| Henkel | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Diadermine Lift+Multiprotector, Diadermine Expert Activitamin, Diadermine Lift+Booster, Barnängen Nordic Care • Aseo: Barnängen Nordic Rituals, La Toja Selection • Cuidado del cabello: gama All Hair Types (Authentic Beauty Concept), Mad About Lengths y Mad About Curls Superfood (Schwarzkopf), gamas Amplify y Replenish (Authentic Beauty Concept), OSiS+ Long Hair Texture Styling (Schwarzkopf), Authentic Beauty Concept (nueva marca vegana de productos premium), Syoss Oleo Intense, OSiS+ Session Label Super Dry Memory Net (Schwarzkopf), Syoss Hair Mascara, Syoss (lanzamiento de la marca en España) |
| Instituto Español | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: loción Urea, loción Detox • Aseo: gel de baño Recicla • Perfumes y fragancias: Gardenias, Oh My God!, Deep |
| Isdin | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado la piel: Isdin Body Senses, Isdin Daily Protection, Isdinceutics Instant Flash, Isdin FusionWater, Isdin FusionWater Color, Isdin Flavo-C Ultraglican, Isdin Flavo-C Melatonin, Isdin Micellar Solution 4en1, Isdin Live Young, Isdin Pigment Expert, Isdin Night Peel |
| Johnson & Johnson | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: Neutrogena Skin Detox, Piz Buin Hydro Infusion Sun Gel Cream, Clean & Clear Simply Gentle • Aseo: Listerine Go Tabs, Listerine Nightly Reset • Cuidado del cabello: nueva marca "Ogyx" |

(cont.)

Tabla 48: (cont.)

| Empresas españolas | Productos |
|----------------------|---|
| L'Oréal | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Like Plankton Elixir (Biotherm), Blue Therapy Red Algae Uplift (Biotherm), Crema de día anti-edad regeneradora de lavanda (Garnier), Agua Micelar Ultra Piel Sensible (La Roche Posay), Discoloration Defense Serum (Skinceuticals), Absolu Precious Cells (Lancôme), Calendula Serum-Infused Water Cream (Kiehl's), Facial Fuel Daily Energizing Moisture Treatment for Men (Kiehl's), Love Oil for Lips (Kiehl's), Made for All Gentle Body Cleanser (Kiehl's), Centella Sensitive Cica-Cream (Kiehl's), Revitalift Filler, Revitalift Cicacrem, Age Perfect Golden Age SPF20, marca CeraVe, marca House 99, Crema Nera Extrema Acqua Pantelleria Essence (Giorgio Armani), Healthy Glow By Glam Beige, Biotherm Aquasource Gel Crema, Biotherm Blue Therapy Red Algae Uplift Cream, Biotherm Therapy Multi-Defender PNM SPF25, Biotherm Beurre Corporel Aseo: línea geles L'Oréal Men Expert (Taurina Hydra Energetic, Cargón Total Clean, Efecto Hielo Cool Power, Calmante Hydra Sensitive) Cuidado del cabello: Fructis Hair Food Papaya (Garnier), Mascarilla Leche Miel Reparadora (Garnier), Majirel Glow (L'Oréal Professionel), Absolut Repair Resurfacing Golden Masque (L'Oréal Professionel), Vitamino Color (L'Oréal Professionel), Serioxyl (L'Oréal Professionel), K Water (Kérastase), marca Pulp Riot, marca House 99, Elvive Hot Mask, L'Oréal Men Expert Barber Club, Colorista Hair Makeup, Elvive Dream Long Perfumes y fragancias: Sí Passione (Giorgio Armani), Armani Code Absolu (Giorgio Armani), Libre (Yves Saint Laurent), Spice Bomb Night Vision (Viktor & Rolf), Yes I Am (Cacharel), Only the Brave Street (Diesel), Acqua Di Giò Absolu (Giorgio Armani), Armani Code A-List (Giorgio Armani), La Vie Est Belle L'Eclat L'eau (Lancôme) Cosmética decorativa: Fit Me+Afina Poros (Maybelline), Natural Silky Lightweight Foundation (Giorgio Armani), Volume Effet Faux Cils the Curler (Yves Saint Laurent), Lancôme Teint Idole Ultra Wear Nude, L'absolu Rouge Drama Matte (Lancôme), L'absolu Mademoiselle Shine (Lancôme), Stay Naked Weightless Liquid Foundation (Urban Decay), All Nighter Waterproof (Urban Proof), línea de maquillaje Wanted de Isabel Marant (Smile-Color Riche, Smoke, Amaze, Shine), colección Havana by Camila Cabello, L'Oréal Paris Color Riche Mate, L'Oréal Infallible 24h, Bonjour Nudista, Bonjour Glow Mon Amour, Bonjour La Vie en Glow, Bonjour Life's a Peach, L'Oréal XFiber, L'Oréal Micro Tattoo Brow Artist, L'Oréal Superliner Tattoo Signature, línea de labiales Balmain, L'Oréal Magic Mani, Eyes to Kill Eye Quattro Eyeshadow (Giorgio Armani), Eyes to Kill Stellar Eyeshadow (Giorgio Armani), Neo Nude A-Line (Giorgio Armani), Neo Nude Compact Powder Foundation (Giorgio Armani) |
| Laboratorios Belloch | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado del cabello: perfume y mascarilla capilar |
| Laboratorios Lamarvi | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado del cabello: Salerm Homme Power Gel, Salerm Homme Strong Hair Spray, Salerm Biokera Vegan, Salerm Biokera Fresh, Keratin Shot Co-Wash Forte, Salerm Homme Gray Hair Shampoo, Salerm Homme Hair & Beard Wash Cosmética decorativa: Salerm Beauty Line (gama de lacas de uñas) |
| Laboratorios Saphir | <ul style="list-style-type: none"> Perfumes y fragancias: Flores de Saphir, Affaire, Vive La Femme, nuevos aromas de la gama Fruits Attraction, Les Jours, Aguas Frescas de Pertegaz |

(cont.)

Tabla 48: (cont.)

| Empresas españolas | Productos |
|--------------------|--|
| LVMH | <ul style="list-style-type: none"> Perfumes y fragancias: Mon Guerlain Intense, Amyris Extrait de Parfum (Francis Kurkdjian), Gentle Fluidity (Francis Kurkdjian), Joy (Dior), L'Interdit (Givenchy) Cosmética decorativa: Terracota On The Go (Guerlain), L'Essentiel (Guerlain), Bad Gal Bang (Benefit) |
| Mary Kay | <ul style="list-style-type: none"> Cosmética decorativa: baseS de maquillaje TimeWise 3D, gel volumizador de cejas y delineador de cejas preciso, lápiz de labios líquido metálico Mary Kay At Play |
| Natura Bissé | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Diamond Cocoon Sheer, The Cure Sheer Oil-Free Fluid SPF20, C+C Vitamin Soufflé Mask, Diamond White Matte Finish Sun Protection SPF 50PA+++ , Mango nourishing Balm |
| Oriflame | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: sérum escultor para cuello y escote NovAge, mascarilla de manos Swedish Spa Perfumes y fragancias: Essenza Sensuale (Giordani Gold), Miss Giordani Intense, The ONE Disguise Cosmética decorativa: barra de labios Jewel (Giordani Gold), Metamorfosis (Giordani Gold), Giordani Gold MasterCreation (maquillaje, barra de labios), MasterCreation |
| Perfumes y Diseño | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Goutal handcare collection, Ahava (Apple of Sodom, Extreme lotion SPF 30, Extreme cuello y escote), REN (crema vitamina C de Radiance, protector solar SPF 30, antispot treatment) Perfumes y fragancias: Halloween Man X- HWN, TOUS Gems Power, Tous The Luminous Gold, Desigual Fresh Festival, Dark Fresh Festival, Salvatore Ferragamo (Amo Flowerful, UOMO urban Style, Signorina Ribelle), Goutal Paris – Etoile d' une Nuit, Ed. Lim Art of Flower (Eau d' Hadrien + Petite Cherie), Juliette Has a Gun – Vanilla vibes, Not a perfume Superdose, Starck Paris (Peau de Nuit Infinite, Peau de Lumiere Magique) |
| Pierre Fabre | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Hidrosis Control, Exomega Control, Beauté Regard, Aqua Urban, Aqua Porcelaine, Serum Secret Excellence Cuidado del cabello: Densiage, Triphasic Champú y Progresive, Okara, Forticea Champu y Spray Cosmética decorativa: Teint Lumiere (polvos y compactos) |
| Procter & Gamble | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Olay Whips, Olay Total Effects 7in1 Aseo: Gillette Series 3X Cuidado del cabello: Hair Biology (Pantene Pro-V), Bourbon & Miel de Manuka (Herbal Essences), Fruto de Café Árabe (Herbal Essences), Flor de la Pasión & Leche de Arroz (Herbal Essences), Herbal Essences Aceite de Argán de Marruecos, H&S Suprême Hidrata, H&S Men Ultra, H&S 3Action, H&S Nutre y Cuida, H&S Tea Tree Fresh, Pantene Pro-V Repara & Protege |
| Puig | <ul style="list-style-type: none"> Perfumes y fragancias: Scandal a Paris (Jean Paul Gaultier), Good Girl (Carolina Herrera), Bad Boy (Carolina Herrera), Lady Million Empire (Paco Rabanne), Nina Rouge (Nina Ricci), Historie D'Oranges (L'Artisan Parfumeur), Agua Fresca Gardenia Musk (Adolfo Domínguez), Agua Fresca Mimosa Coriandro (Adolfo Domínguez), Unica (Adolfo Domínguez), Sweet Dream (Shakira), 1 Million Lucky (Paco Rabanne), Bella (Nina Ricci), Good Girl EDP Légère (Carolina Herrera), Invictus Aqua (Paco Rabanne), Lady Million Lucky (Paco Rabanne), Olympéa Aqua (Paco Rabanne), Pure XS FH (Paco Rabanne), Scandal by Night (Jean Paul Gaultier), marca Dries Van Noten |

(cont.)

Tabla 48: (cont.)

| Empresas españolas | Productos |
|--------------------|---|
| RNB | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Loción Nutritiva Almendras, Hidrante Corporal Sugarland, Exfoliante Coco, Manteca Coco, Aceite Rosa Mosqueta 100%, Aceite de Belleza Aseo: gel limpiador de manos sin aclarado Perfumes y fragancias: Ikiru, Simply Flowers (Jazmin, Azahar, Peonia, Rosa y Jazmín) |
| Shiseido | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Shiseido Bene-fiance, Shiseido Ultimune Eye, Shiseido Synchro Skin Self-Refreshing Foundation SPF30, Waso, línea de protección solar Shiseido resistente al agua, línea Shiseido Future Solution LX, línea Shiseido Ultimune, línea Shiseido Bio-Performance Liftdynamic Perfumes y fragancias: K (Dolce & Gabbana), The One Grey (Dolce & Gabbana), Gil of Now (Elie Saab), Nuit D'Issey Bleu Astral (Issey Miyake), The Only One (Dolce & Gabanna) Cosmética decorativa: Flawless Lumière Radiance-Perfecting Foundation (Laura Mercier), Tinted Moisturizer (Laura Mercier), Clé de Peau Beauté |
| Sisley | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Sisleyouth Anti-Pollution, Huile Affinante Au Gingembre Blanc pour les Jambes, Cellulinov, Sisleya l'Intégral Anti-Âge Sérums Concentrés Anti-Rides, Émulsion Écologique Edition Limitée, Sisleya l'Intégral Anti-Âge Sérums Concentrés Fermeté, Soin Velours Aux Fleurs de Safran Cuidado del cabello: nueva marca Hair Rituel (champús, acondicionador, mascarilla, sérum y aceite) Perfumes y fragancias: Eau Florale Cosmética decorativa: Phyto Teint Ultra Eclat, Les Phyto-Ombres, Stylo Lumière, Le Phyto-Rouge, Phyto-Sourcils Fix, Phyto-Sourcils Design |
| Tahe | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: crema de manos Idealis Silk, emulsión tratante con cera natural de arroz, aceite puro de rosa mosqueta, bálsamo desmaquillante wonderbalm, Tahe Intense reparador facial, agua micelar en aceite H2O Cuidado del cabello: champú anti-polución micellar, champú iluminador Illuminating, champú Defender, champú anti-caída Fitoxil Men, Fitoxil Forte, Tahe Repair Mask, Tahe Original Organic Care |
| Unilever | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: Pond's Cold Cream Cleanser, Dove Hidronutrición, Dove Nutrición Esencial, Dove Cuidado Envolvente, Dove Intensiva, Dove Secretos Hidratantes Ritual (revitalizador y restaurador), Baby Dove Hidratación Profunda, Baby Dove Sensitive sin Fragancia Aseo: Axe Chill, Axe Gold, Dove 0%, Dove Agua Micelar, Baby Dove Hidratación Profunda, Baby Dove Sensitive sin Fragancia Cuidado del vabello: Baby Dove Hidratación Profunda |
| Yves Rocher | <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la piel: tratamiento densificador alta tolerancia, leche calmante rostro & cuerpo, aceite corporal infundado con pétalos de rosa, bálsamo condiciones extremas enriquecido con carité, aceite exfoliante de manos, mascarillas y peeling Aseo: geles de ducha (Cerezo, Madreselva, Lirio de los Valles, Té Verde, Verbena, Rosa, Suave), gel de ducha sin espuma Cuidado del cabello: mascarilla capilar reparadora, baño de aceites florales multi-uso, tratamiento de noche, programa capilar anti-polución, champú concentrado Perfumes y fragancias: Cosmética decorativa: barra de labios Rouge Vertige #PinkMantra, dúo polvos de sol, fondo de maquillaje Pure Light, fondo de maquillaje |

Fuente: DBK.

Tabla 49
Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2018.

(% sobre facturación en el sector en el mercado interior)

| Empresas españolas | Canal profesional | Canal consumo | | | |
|-----------------------------|-------------------|--------------------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------------|
| | | G. superficies y supermercados | Comercio especializado (a) | Farmacias y parafarmacias | Venta directa y otros |
| A.C. Cosmetics | - | - | 99,0 | - | 1,0 |
| Air Val | - | 100,0 | - | - | - |
| Angelini Beauty | - | - | 100,0 | - | - |
| Avon | - | - | - | - | 100,0 |
| Beiersdorf (b) | - | 75,0 | - | 25,0 | - |
| Bella Aurora | 18,0 | 7,6 | 38,0 | 11,5 | 24,9 |
| Berioska (c) | - | 40,0 | 60,0 | - | - |
| Chanel | - | - | 100,0 | - | - |
| Clarins | - | - | 100,0 | - | - |
| Colgate-Palmolive | - | 99,6 | - | 0,4 | - |
| Coty | - | 52,0 | 48,0 | - | - |
| Coty Beauty | 32,0 | 31,0 | 35,0 | - | 2,0 |
| Cristian Lay (b) | - | 25,0 | - | - | 75,0 |
| De Ruy Perfumes | - | 100,0 | - | - | - |
| Dermofarm | - | - | - | 100,0 | - |
| Estée Lauder | 3,0 | - | 94,0 | 3,0 | - |
| Germaine de Capuccini | 100,0 | - | - | - | - |
| Grupo Boniquet Sparchim (d) | - | 50,0 | - | 50,0 | - |
| Isdin | - | - | - | 100,0 | - |
| Laboratorios Belloch | 8,5 | 46,0 | 23,0 | - | 22,5 |
| Laboratorios Maverick | - | 100,0 (e) | - | - | - |
| LVMH | - | - | 100,0 | - | - |
| Mary Kay | - | - | - | - | 100,0 |
| Oriflame (b) | 20,0 | - | - | - | 80,0 |
| Perfumes y Diseño | - | - | 100,0 | - | - |
| Pierre Fabre (f) | 13,0 | 13,0 | - | 74,0 | - |
| Puig | - | 100,0 | - | - | - |
| RNB | - | 100,0 (e) | - | - | - |
| Shiseido | - | - | 100,0 | - | - |
| Unilever | - | 100,0 | - | - | - |
| Wecolors | - | 100,0 (e) | - | - | - |
| Yodeyma | - | - | - | - | 100,0 |
| Yves Rocher | - | - | 100,0 (g) | - | - |
| Empresas portuguesas | | | | | |
| A.C. Cosmetics | - | - | 99,5 | - | 0,5 |
| Aromas Internacionais | - | - | 100,0 | - | - |
| Avon | - | - | - | - | 100,0 |
| Chanel | - | - | 100,0 | - | - |
| Clarins | - | - | 100,0 | - | - |
| Colgate-Palmolive | - | 100,0 | - | ns | - |
| Coty | - | - | 100,0 | - | - |
| Coty Beauty | - | - | 100,0 | - | - |
| Ganassini | - | - | - | 100,0 | - |
| Isdin | - | - | - | 100,0 | - |
| LVMH | - | - | 100,0 | - | - |
| Mary Kay | - | - | - | - | 100,0 |
| Pierre Fabre (c) | - | 25,5 | - | 74,5 | - |
| Puig | - | 100,0 | - | - | - |
| Socosmet | - | - | 100,0 | - | - |
| Yves Rocher | - | - | 100,0 (g) | - | - |

(a) incluye El Corte Inglés. (b) estimación DBK. (c) 2017. (d) 2016. (e) proveedor de Mercadona. (f) El Corte Inglés se incluye en el canal de grandes superficies y supermercados. (g) tiendas propias.

Fuente: DBK.

Tabla 50

Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2018.

(% sobre facturación en el sector en el mercado interior)

| Empresas españolas | Madrid | Cataluña | Comunidad | | | Otras |
|------------------------|--|----------|-----------|------------|------------|----------|
| | | | Andalucía | Valenciana | País Vasco | |
| A.C. Cosmetics | 19,0 | 12,5 | 13,0 | 15,0 | 10,5 | 30,0 |
| AC Marca Personal Care | Península (95%), Canarias (5%) | | | | | |
| Air Val (a) | 23,0 | 17,0 | 16,0 | 20,0 | 8,0 | 16,0 |
| Angelini Beauty | 19,9 | 14,4 | 16,8 | 19,9 | 1,2 | 27,8 (b) |
| Bella Aurora | 33,0 | 22,0 | 15,0 | 12,0 | 10,0 | 8,0 |
| Berioska | Levante (36,8%), Centro-Oeste (29,2%), Sur (15,2%), Norte (7,8%), resto de zonas (11,0%) | | | | | |
| Chanel | 21,0 | 15,0 | 16,0 | 18,0 | 20,0 | 10,0 |
| Germaine de Capuccini | 12,0 | 14,0 | 16,0 | 16,0 | 6,0 | 36,0 |
| Laboratorios Belloch | 14,8 | 6,1 | 13,3 | 36,6 | 3,0 | 26,2 |
| LVMH | 60,3 | 11,5 | 2,8 | 5,0 | 12,5 | 7,9 |
| Perfumes y Diseño | 23,6 | 5,2 | 15,3 | 13,9 | 0,3 | 41,6 |
| Pierre Fabre | 15,7 | 16,0 | 18,2 | 8,3 | 5,6 | 36,2 |
| RNB | 20,0 | 10,0 | 13,0 | 31,0 | 2,0 | 24,0 |
| Yves Rocher (c) | 26,0 | 16,0 | 10,0 | 6,0 | 8,0 | 34,0 |

| Empresas portuguesas | Norte | Centro | Lisboa | Alentejo | Algarve | Azores y |
|-----------------------|-------|--------|--------|----------|---------|----------|
| | | | | | | Madeira |
| A.C. Cosmetics | 29,0 | 13,0 | 45,0 | 3,0 | 10,0 | - |
| Aromas Internacionais | 30,0 | 20,0 | 50,0 | - | - | - |
| Pierre Fabre (c) | 39,5 | 13,6 | 29,5 | 8,3 | 5,8 | 3,3 |

(a) 2016. (b) Castilla y León (9,5%), Galicia (6,7%), Aragón (4,2%), Murcia (3,2%), Asturias (2,1%), Baleares (1,9%), otras (0,2%). (c) 2017.

Fuente: DBK.

Tabla 51

Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por áreas de destino, 2018.

(% sobre facturación en el sector en el exterior)

| Empresas españolas | Area |
|---------------------------------|--|
| A.C. Cosmetics | Portugal (88%), resto de Europa (12%) |
| Air Val | Portugal (8,7%), resto de Europa (39,6%), América del Norte (25,8%), América del Sur y Centroamérica (16,7%), otras áreas (9,2%) |
| Angelini Beauty | Portugal (11%), otros Unión Europea (30%), resto de Europa (32%), América del Norte (15%), América del Sur (1%), Oriente Medio (7%), resto del mundo (4%) |
| Avon (a) (b) | Europa (56,3%), Asia (21,9%), África (21,8%) |
| Beautyge (c) | Europa (75,1%), América (20,7%), Asia (2,3%), África (1,9%) |
| Bella Aurora | Portugal (9,0%), otros Unión Europea (Italia) (6,0%), otros países de Europa (0,5%), América del Sur (México) (22,0%), otras áreas (China) (62,5%) |
| Berioska | Portugal (35,1%), resto de Europa (1,0%), América (46,8%), Asia (11,8%), África (5,3%) |
| Chanel | Andorra (100%) |
| Coty | Suiza (76,5%), Unión Europea (11,8%), América del Norte (7,9%), resto del mundo (3,8%) |
| De Ruy Perfumes | Unión Europea (37,2%), resto del mundo (62,8%) |
| Dermofarm | Europa (76,6%), Asia y Australia (14,6%), América (7,3%), África (1,5%) |
| Estée Lauder | Portugal (75%), otros Unión Europea (25%) |
| Germaine de Capuccini | Portugal (2%), otros Unión Europea (39%), resto de Europa (17%), América del Sur (22%), América del Norte (5%), otras áreas (15%) |
| Grupo Boniquet Sparchim (a) (b) | Unión Europea (57%), resto del mundo (43%) |
| Henkel (a) | Unión Europea (100%) |
| Instituto Español (a) | Unión Europea (3,8%), resto del mundo (96,2%) |
| L'Oréal (c) | Portugal (100%) |
| Laboratorios Belloch | Portugal (17,4%), otros Unión Europea (Hungria) (5,5%), otros países de Europa (Federación Rusa) (2,5%), América del Sur (Costa Rica) (4,4%), América del Norte (Estados Unidos) (2,2%), resto del mundo (Australia) (68,0%) |
| Laboratorios Lamarvi | Europa (12,1%), América (85,1%), Asia (0,9%), África (1,6%), Oceanía (0,3%) |
| Laboratorios Saphir (a) | Unión Europea (73,5%), resto del mundo (26,5%) |
| LVMH | Andorra (100%) |
| Natura Bissé | Otros Unión Europea (6%), América del Norte (41%), otras áreas (53%) |
| Perfumes y Diseño | Portugal (1,2%), otros Unión Europea (12,1%), otros países de Europa (7,4%), América del Sur (39,2%), América del Norte (23,8%), otras áreas (16,3%) |
| Puig | Portugal (1%), otros Unión Europea (39%), otros países de Europa (5%), América del Sur (17%), América del Norte (7%), resto del mundo (31%) |
| RNB (a) | Reino Unido y Francia (100%) |
| Shiseido (a) | Andorra (100%) |
| Sisley (a) | Andorra (79,9%), Francia (20,1%) |
| Tahe | Unión Europea (43,2%), resto del mundo (56,8%) |
| Wecolors (a) | Unión Europea (100%) |
| Yodeyma (a) | Portugal (9,3%), Italia (62,3%), Polonia (11,4%), Rep. Checa (5,0%), Rumania (3,2%), otros Unión Europea (5,5%), Rusia, Turquía, Serbia y Ucrania (3,3%) |
| Empresas portuguesas | |
| Aromas Internacionais | Francia y Países Bajos (100%) |
| Chanel | Unión Europea (100%) |
| Clarins | Unión Europea (100%) |
| L'Oréal | Unión Europea (100%) |
| Oriflame | Unión Europea (100%) |
| Puig (a) | Unión Europea (100%) |
| Socosmet | Unión Europea (100%) |
| Yves Rocher | Unión Europea (100%) |

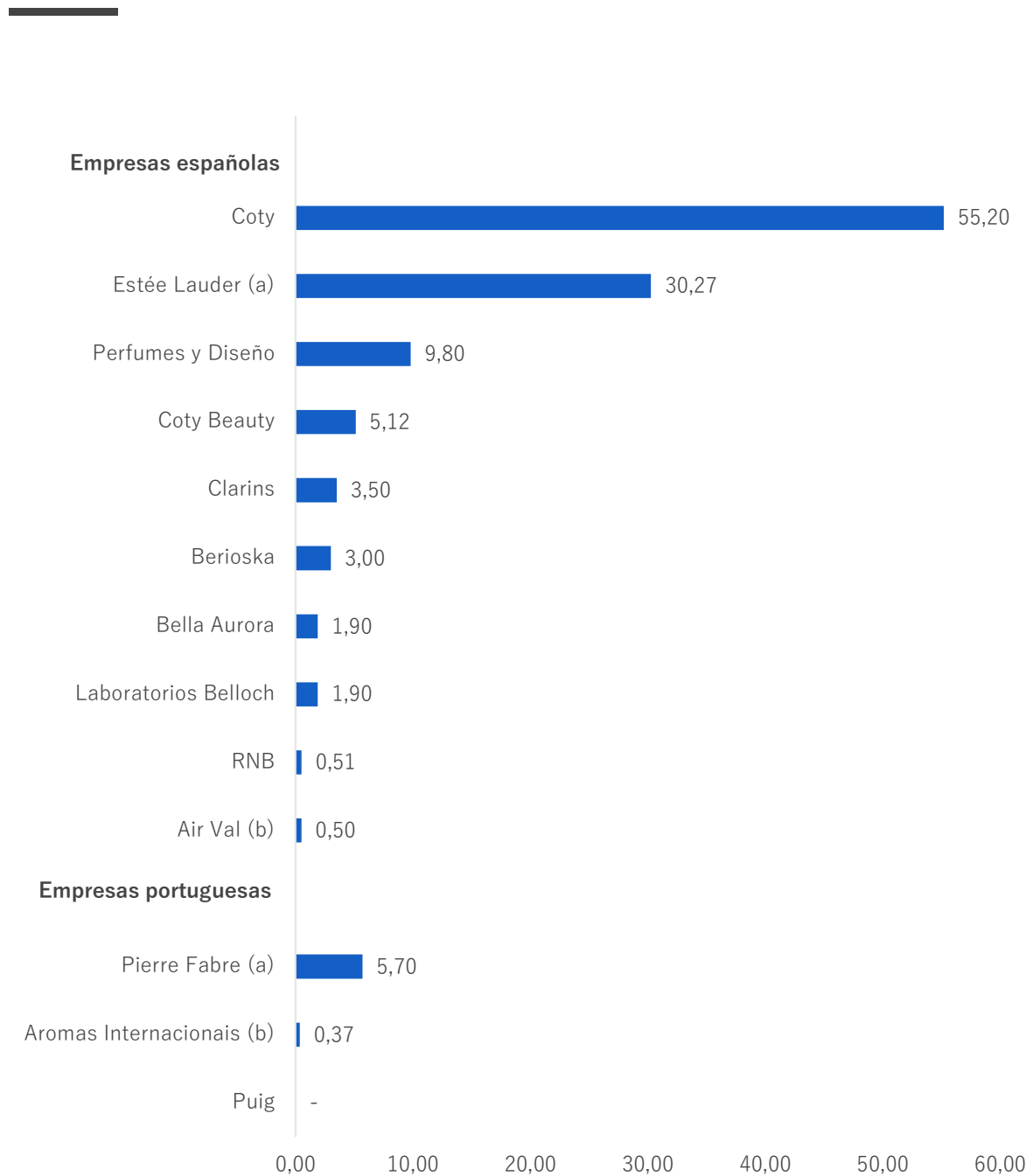
(a) 2017. (b) corresponde a la distribución de las exportaciones totales de la empresa, incluyendo otros productos. (c) 2016.

Fuente: DBK.

Tabla 52

Inversión en acciones de marketing de algunas de las principales empresas, 2018.

(Mill. euros)



(a) 2017. (b) 2016.

Fuente: DBK.

Tabla 53
Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2018.

| Empresas españolas | TV | Radio | Diarios | Revistas | Exterior | Internet |
|---------------------------|----|-------|---------|----------|----------|----------|
| A.C. Cosmetics (a) | - | * | * | * | - | * |
| Air Val | - | * | - | * | - | * |
| Angelini Beauty (b) | * | - | - | * | * | * |
| Beiersdorf | * | * | * | * | * | * |
| Bella Aurora | * | - | - | * | - | * |
| Berioska | * | - | - | * | - | * |
| Clarins (c) | * | - | * | * | - | * |
| Colgate-Palmolive | * | - | - | * | - | * |
| Coty (d) | * | - | * | * | * | * |
| Coty Beauty (d) | * | - | * | * | * | * |
| Estée Lauder | * | * | * | * | * | * |
| L'Oréal | * | * | * | * | * | * |
| Laboratorios Belloch | - | - | - | - | * | * |
| Laboratorios Maverick (a) | - | - | - | - | - | - |
| LVMH | * | - | * | * | * | * |
| Mary Kay (a) (e) | - | - | - | * | - | - |
| Perfumes y Diseño (f) | - | - | * | * | * | * |
| Pierre Fabre (g) | * | - | - | * | - | * |
| Procter & Gamble | * | * | * | * | * | * |
| Puig | * | - | * | * | * | * |
| RNB (h) | - | - | - | - | - | * |
| Yves Rocher (i) | - | - | - | * | - | * |
| Empresas portuguesas | | | | | | |
| Aromas Internacionais | - | - | - | * | - | * |
| Coty (j) | * | - | * | * | - | * |
| Coty Beauty (j) | * | - | * | * | - | * |
| Pierre Fabre (e) (k) | - | - | - | * | - | * |
| Puig | * | - | - | * | * | * |

(a) 2016. (b) Carat, Podium, Global Media, Be ADV. (c) A3Media, Mediaset, Grupo Hearst (Esquire, ELLE), Grupo Zeta (Woman), Condé Nast (Glamour, Vogue), Zinet Media (Marie Claire), Unidad Editorial (Telva), Facebook, YouTube, IG. (d) televisión (A3, T5), revistas (Vanity Fair, Hola), exterior (mobiliario urbano, centros comerciales, fachadas, paradas de autobuses, estaciones de metro, street marketing, material de oficina y accesorios), internet (YouTube, Amazon, Facebook, pop-ups, banners, posicionamiento en buscadores, marketing a través de *influencers*, *content marketing* y anuncios en webs). (e) diarios (Expansión), revistas (Telva, Glamour, Women's Health, Elle, Vogue, Vanity Fair, Yo Dona, SModa, AR, Marie Claire). (f) Vogue, Glamour, Telva, Hola, Cosmopolitan, Yo Dona, Mujer Hoy, TAP, TAP Amnet, Spotify. (g) diarios (correo farmacéutico), revistas (Infarmacias, Farmaventas, Elle, Mujer de Hoy, Telva). (h) redes sociales. (i) 2017. (j) TVI, ARTV, Diário de Notícias, Portugal News, VIDAS, Gente, Caras, Google, Facebook, YouTube. (k) revistas (Saber Viver, Maxima, Prevenir, Activa), internet (Facebook, Instagram, Google, YouTube).

Fuente: DBK.

Tabla 54

Otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2018-octubre 2019.

| Empresas españolas | Acciones |
|--------------------|---|
| Air Val | <ul style="list-style-type: none"> • Donación de una incubadora para atender a bebés nazcan en condiciones difíciles en Camerún • Acuerdo de colaboración con la Fundación Nuria García, dedicada a mejorar las condiciones de vida de la infancia • Edición de <i>newsletters</i> |
| Avon | <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso Avon Stand4her: iniciativas encaminadas a potenciar el emprendimiento femenino, mejorar las condiciones económicas y promover una vida segura, libre y saludable • Campañas y eventos contra la violencia doméstica y el cáncer de mama y acuerdos de colaboración con entidades y organismos dedicadas a ambas causas: UNIFEM, Asociación Española Contra el Cáncer, Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social • Fundación Avon for Women • Apps para Android y iPhone • Becas Avon contra el cáncer de mama • Redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube) • Blog Avon • Edición de la revista AVON Actual |
| Beiersdorf | <ul style="list-style-type: none"> • Sorteo de regalos a través de su web • Asesoría dermatológica en su web • Blog Eucerin sobre cuidado de la piel • Acuerdo de cooperación con la ONG de apoyo a la infancia Plan Internacional • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) • Edición de <i>newsletters</i> |
| Bella Aurora | <ul style="list-style-type: none"> • Participación en el triatlón solidario Wanderlust 108 en Barcelona • Bella Aurora Inspiring Talks: programa de conferencias • Beauty Day solidario de Bella Aurora • Colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer en campañas sobre protección solar • Campaña #MeSientoMásBellaQueNunca • Participación en ferias: Infarma |
| Berioska | <ul style="list-style-type: none"> • Consejos Babaria: diversos consejos para el cuidado de piel y cabello en su web • Buzón de sugerencias para acercarse a los clientes • Apoyo a la Fundación Dasyc en la recaudación de fondos para prevenir la exclusión social de personas con discapacidad • Sorteos a través de sus medios sociales • Redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube) • Edición de <i>newsletters</i> |
| Chanel | <ul style="list-style-type: none"> • Fundación Chanel: apoyo de proyectos que mejoren las condiciones económicas y sociales de las mujeres • "Playlist" musicales en su web • Consejos sobre cosmética en su web • Tarjetas regalo • Edición de <i>newsletters</i> |

(cont.)

Tabla 54: (cont.)

| Empresas españolas | Acciones |
|-----------------------|---|
| Clarins | <ul style="list-style-type: none"> • Clarins Skin Spa: tratamientos de belleza en spas y hoteles de todo el mundo • Club Clarins de belleza • Acuerdos de colaboración con las asociaciones Etincelle y Belle & Bien, contra el cáncer de mama, con la asociación Jardins du Monde para personas sin acceso a medicamentos y con la fundación Arthritis Courtin, dedicada a la investigación sobre poliartritis y reumatismo • Consejos de belleza personalizados a través de su web y guías de belleza • Premio Femme Dynamisante, para la preservación de especies de plantas protegidas • Redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube) • Edición de <i>newsletters</i> |
| Colgate-Palmolive | <ul style="list-style-type: none"> • Programa Sonrisas Brillantes, Futuros Brillantes, para promover hábitos de higiene saludables a los niños • Centro de salud bucodental en su web • Consejos de salud bucal infantil con juegos y videos de Dr. Rabbit • Eventos de salud gingival (revisión gratuita de encías) • Redes sociales (Twitter, Youtube, LinkedIn) • Blog <i>In Beauty</i> |
| Cosbar | <ul style="list-style-type: none"> • Adhesión al movimiento Global Wellness Day, dedicado a promover hábitos saludables • Patrocinio de certámenes de cine, belleza, etc. • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) • Edición de <i>newsletters</i> |
| Coty | <ul style="list-style-type: none"> • Secretos de Belleza Astor en su página web • Colaboración en la lucha contra el cáncer de mama • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) • Edición de <i>newsletters</i> |
| Cristian Lay | <ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn) • Blog con consejos de estética • Edición de <i>newsletters</i> |
| Dermofarm | <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Teaming, por el que los empleados donan una cantidad mensual a una ONG elegida cada año por ellos mismos, como Médicos Sin Fronteras, la Asociación Española Contra el Cáncer o la Fundación Pascual Maragall • Campañas de reciclaje específicas coordinadas con ONGs • Colaboración con el programa Ponte Guapa y Te Sentirás Mejor, impulsado por la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa) para mujeres con cáncer de mama • Edición de <i>newsletters</i> |
| Estée Lauder | <ul style="list-style-type: none"> • Estée Club: programa de fidelización • Campañas de concienciación sobre el cáncer de mama. Donaciones a asociaciones de lucha contra la enfermedad. Línea de productos para recaudar fondos contra la enfermedad • Blog con consejos de estética • Servicios de asesoramiento de belleza • Redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube) |
| Germaine de Capuccini | <ul style="list-style-type: none"> • Jornadas ExpertDay Skin en centros de belleza • Acuerdos con diferentes hoteles para el uso de sus productos en los SPAs • Participación en ferias: Cosmoprof Bolonia, Beauty Fair Utrecht, • Colaboración con diversas series de televisión (La Embajada, Las Chicas del Cable, etc.) • Firma de cosmética exclusiva de los Premios Goya • Blog de cosmética y cuidados • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) • Edición de <i>newsletters</i> |

(cont.)

Tabla 54: (cont.)

| Empresas españolas | Acciones |
|--------------------|---|
| Henkel | <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo con UNICEF para luchar contra la desnutrición infantil • Iniciativa 'Alliance to End Plastic Waste', que pretende minimizar y gestionar los residuos plásticos en el medio ambiente • Patrocinio de la Media Maratón de Montornés • Colaboración con el programa Ponte Guapa y Te Sentirás Mejor, impulsado por la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa) para mujeres con cáncer de mama • Programa I Ambassador, para fomentar e implicar a los trabajadores a desarrollar acciones sostenibles • Programa de voluntariado Welcome Home para ayudar a construir un hogar seguro para los colectivos más necesitados • Acuerdo con la Fundación Quiero Trabajo para ayudar a mujeres en situación social desfavorecida • Colaboración con las ONG Artistas Diversos, Close the Gap, Cruz Roja, PLAN Internacional, Payasos sin Fronteras • Adhesión al proyecto Universidad-Empresa de AECOC que favorece la incorporación de jóvenes a su plantilla • Colaboración con la Fundación Fupar para la integración de personas discapacitadas • Integración en el Charter de la Diversidad, liderado por la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad de Oportunidades de la Comisión Europea • Acuerdo de colaboración con Cruz Roja para la donación de productos a colectivos vulnerables • Fundación Fritz Henkel para agrupar las actividades de compromiso social de la empresa • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn) |
| Instituto Español | <ul style="list-style-type: none"> • Patrocinio de la gala de los Premios Goya 2019 y de los Premios Hombres Esquire 2019 • Colaboración con el Banco de Alimentos de Sevilla, las asociaciones El Mago Merlín y Nuevo Futuro y otras asociaciones y residencias locales • Redes sociales (Facebook, Instagram) • Blog de cosmética y cuidados • Edición de <i>newsletters</i> |
| Isdin | <ul style="list-style-type: none"> • Campaña de donación contra el cáncer de mama • Campañas de divulgación y concienciación de hábitos saludables, especialmente relacionados con la piel • Colaboración a través de subvenciones con la Asociación Española de Esclerodermia (AEE) • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn) • Edición de <i>newsletters</i> |
| L'Oréal | <ul style="list-style-type: none"> • Programa Write Her Future: programa mundial de lucha contra el analfabetismo de mujeres jóvenes • Sharing Beauty with All: programa de sostenibilidad • Programa Embellece Tu Futuro, en colaboración con la Fundación Tomillo, para la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión social • Acuerdos con el campus de <i>startups</i> Station F y con la empresa Digital Founders Factory para el desarrollo de <i>startups</i> digitales de belleza en etapas tempranas • Programa Stem Talent Girl para impulsar la vocación de las niñas por las ciencias • Acuerdo con la Fundación Aspanias Burgos para la creación de la Escuela de Excelencia Industrial, con el objeto de mejorar la empleabilidad de personas en riesgo de exclusión • Iniciativa Ponles Cara para dar a conocer a científicas españolas de prestigio • Diversos actos para celebrar el Día de la Mujer |

(cont.)

Tabla 54: (cont.)

| Empresas españolas | Acciones |
|----------------------|--|
| L'Oréal (cont.) | <ul style="list-style-type: none"> • Participación en galas de premios, festivales de cine, congresos de moda y otros eventos • Participación en el Día de la Tierra • Becas de investigación L'Oréal-Unesco Por las Mujeres en la Ciencia • Programa para la inserción laboral de universitarios con discapacidad • Fundación L'Oréal • Becas L'Oréal Impulsa para que jóvenes en riesgo de abandono del sistema educativo puedan cursar estudios de peluquería y estética personal • L'Oréal Paris TV: Tutoriales de maquillaje en su web • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn) • Blog L'Oréal España • Edición de la revista MyNews y de <i>newsletters</i> de las diferentes marcas |
| Laboratorios Belloch | <ul style="list-style-type: none"> • Participación ferias: Cosmoprof (Valencia y Hong Kong) • Sorteos a través de su web por fechas señaladas (Día de la Madre, Halloween) • Visitas a la AFAV (Asociación Familiares Alzheimer Valencia) • Redes sociales (Facebook, Instagram) • Blog Nelly |
| Laboratorios Lamarvi | <ul style="list-style-type: none"> • Fundación Salerm Cosmetics: colaboración con ONG's y programa anual de becas. La empresa dona el 1,5% de sus beneficios anuales para su financiación • Fundación VMV: donaciones contra el cáncer y a favor de familias sin recursos • Colaboración con series de televisión • Vídeos sobre peluquería y tendencias en su web • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Pinterest) • Blog Salerm • Edición de la revista Salerm |
| LVMH | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Newsletters</i> y redes sociales de las diferentes marcas |
| Mary Kay | <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa Women's Entrepreneurship Accelerator en colaboración con la ONU, para colaborar con el emprendimiento femenino alrededor del mundo • Programa internacional de becas de investigación contra el cáncer de mama • Colaboración con la asociación GREFA para la rehabilitación de la fauna autóctona y su hábitat • Financiación de una escuela en la India en colaboración con la Fundación Vicente Ferrer • Campaña solidaria "Alza tu Mirada", para ayudar a mujeres víctimas de violencia de género • Patrocinio del XX Congreso Mundial de Dermatología y del Cornerstone Conference del International Women's Forum (IWF) • Donaciones a la Fundación Artofia Muscular Espinal • Colaboración con la Fundación Integra en el proyecto Un Nuevo Futuro con Mary Kay para la integración laboral de mujeres víctimas de la violencia de género • The Mary Kay Foundation: colaboración con distintas fundaciones y asociaciones contra la violencia de género y contra el cáncer de mama • Herramientas digitales de belleza • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) • Blog sobre belleza |
| Natura Bissé | <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de asesoramiento estético para el autocuidado de la piel de personas en tratamiento oncológico • Colaboración con el programa Ponte Guapa y Te Sentirás Mejor, impulsado por la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa) para mujeres con cáncer de mama • Daily Beauty Advisor: herramienta digital de belleza • Beauty Lovers Day: Día Internacional de la Belleza |

(cont.)

Tabla 54: (cont.)

| Empresas españolas | Acciones |
|----------------------|--|
| Natura Bissé (cont.) | <ul style="list-style-type: none"> • Fundación Ricardo Fisas Natura Bissé: colaboración con ONGs como Fundación Roure, Associació Catalana d'Integració i Desenvolupament Humà, Fundación Friends, Asociación Nuevos Caminos, Intermon Oxfam, Cáritas, Fundación Música del Corazón o Pro Mujer • Redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube) • Edición de newsletters |
| Oriflame | <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo de colaboración con la ONG Aldeas Infantiles desde el año 2010 • Estudio de maquillaje virtual • Fundación Oriflame para ayuda a mujeres y niños • Blog Beauty Edit: con consejos de belleza, novedades de productos y trucos de maquillaje • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) • Edición de <i>newsletters</i> |
| Perfumes y Diseño | <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad en el punto de venta en perfumerías (Bodybell, Douglas, Marionnaud, Primor, Aromas, Druni, If, Marvimundo) y El Corte Inglés • Colaboraciones con Fundación Arco Iris, Fundación Jesús del Pozo e Intermon-Oxfam • Edición de <i>newsletters</i> |
| Pierre Fabre | <ul style="list-style-type: none"> • Participación en el 49º Congreso Europeo de Investigación en Dermatología • Asociación con el Instituto Curie en el ámbito de la inmuno-oncología • Fundación Pierre Fabre • Patrocinio de eventos: Infarma • Publicidad en farmacias y parafarmacias |
| Procter & Gamble | <ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer • Acuerdos de colaboración con Aldeas Infantiles y Unicef desde el año 2007 • Consejos de belleza y salud en las webs de sus diferentes marcas • Redes sociales (Twitter, Youtube, LinkedIn) • Edición de <i>newsletters</i> de sus diferentes marcas |
| Puig | <ul style="list-style-type: none"> • Patrocinio de la Regata Puig Vela Clásica Barcelona • Participación en las principales ferias del sector • Redes sociales (Youtube, LinkedIn) |
| Shiseido | <ul style="list-style-type: none"> • Club Ginza: club para clientes con puntos, eventos y trato personalizado • Redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube) • Blog Shiseido • Edición de la revista The Light of Now |
| Sisley | <ul style="list-style-type: none"> • Suscripción de belleza • My Make-Up Tutorial: vídeo-tutoriales sobre maquillaje • Fundación Sisley, colabora con diferentes actividades y asociaciones benéficas • My Sisley Club: programa de fidelización por puntos • Redes sociales (Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube) • Blog de belleza • Edición de <i>newsletters</i> |
| Unilever | <ul style="list-style-type: none"> • Instituto Pond's: centro de belleza virtual • Plan Unilever por una Vida Sostenible • Fundación Unilever, asociada a cinco importantes organizaciones globales: Oxfam, Population Services International, Save the Children, UNICEF y el Programa Mundial de Alimentos • Club del Consumidor Unilever con promociones, cupones de descuento y otras ventajas • Concursos y promociones en las redes sociales de sus marcas Axe y Rexona • Redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn) |

(cont.)

Tabla 54: (cont.)

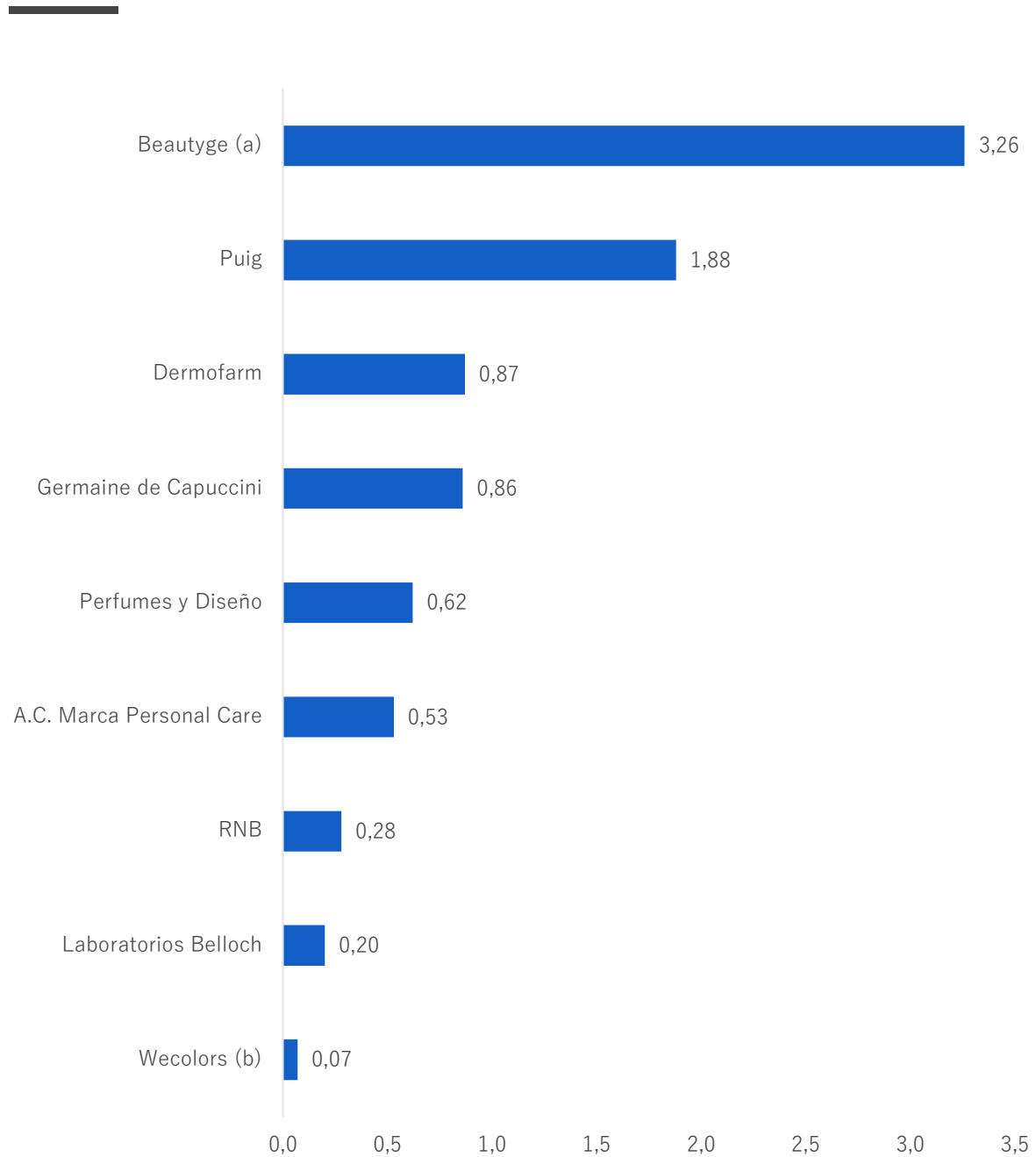
| Empresas españolas | Acciones |
|----------------------|--|
| Tahe | <ul style="list-style-type: none"> • Participación en ferias: Salón Look de Madrid, Expo Beauty Show (México), Expo Top Hair (Alemania) • Servicio de renting exclusivo con vehículos BMW para clientes del Programa Fidelidad • Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn) • Edición de <i>newsletter</i> |
| Yves Rocher | <ul style="list-style-type: none"> • Tarjeta Club Yves Rocher • Premio Tierra de Mujeres para mujeres que colaboran con el medio ambiente • Servicio de consejeras telefónicas para asesoramiento sobre productos y belleza • Diversas campañas y premios para concienciar sobre el medio ambiente a través de la Fundación Yves Rocher • Colaboración con la asociación HandiCapZero para acercar los productos de belleza a mujeres invidentes • <i>Blogzine</i>: guía de tendencias, moda y belleza • Redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube) • Edición de <i>newsletters</i> |
| Empresas portuguesas | |
| Avon | <ul style="list-style-type: none"> • Consejero de belleza online • Campañas contra la violencia de género • Edición de <i>newsletters</i> |
| Colgate-Palmolive | <ul style="list-style-type: none"> • Biblioteca de Saúde Oral, con artículos escritos por especialistas |

Fuente: DBK.

Tabla 55

Inversión en investigación y desarrollo de algunas de las principales empresas españolas, 2018.

(Mill. euros)



(a) 2016. (b) 2017.

Fuente: DBK.

2.4. Cuotas y resultados

L'Oréal, líder mundial del sector de perfumería y cosmética, también ocupa, con gran diferencia sobre el resto de los operadores, la primera posición en el mercado ibérico, con una facturación en 2018 cercana a los 985 millones de euros, concentrando el 18,8% del valor total.

A continuación se sitúa el grupo español **Puig**, que, pese al descenso de su negocio en 2018, mantiene el segundo lugar, con una cuota de mercado del 5,3% y unos ingresos de 277 millones de euros.

Por su parte, el grupo **Coty**, que en 2018 trasladó a la nueva sociedad **Coty Beauty** las ventas de los productos adquiridos a **Procter & Gamble**, obtuvo en ese año una facturación de 273 millones de euros, con una participación del 5,2% en el volumen total de negocio.

Estée Lauder y **Beiersdorf**, con cuotas de mercado respectivas del 3,4% y 3,2%, completaron en ese año el grupo de los cinco primeros operadores del mercado ibérico, los cuales reunieron una participación conjunta cercana al 36%.

L'Oréal lidera tanto el mercado español como el portugués, siendo su cuota en España (19,2% en 2018) similar a la que ostenta en Portugal (17,3%). La segunda posición en el mercado español corresponde a **Puig**, con una participación en ese año del 5,9%, por delante de **Coty** (4,6%), **Estée Lauder** (3,6%) y **Colgate-Palmolive** (2,9%).

Cabe mencionar que al considerar en conjunto a **Coty** y **Coty Beauty**, su cuota de mercado conjunta ascendió al 5,7%. Por otro lado, cabe señalar la importancia de los grupos **Beiersdorf**, **Unilever** y **LVMH**, con ingresos muy similares a los de **Colgate-Palmolive**, quinta empresa del sector.

Unilever Fima, por su parte, es la segunda empresa en Portugal (cuota del 5,1% en 2018), seguida de **Beiersdorf** (5,0%), **Colgate-Palmolive** (4,7%) y **Johnson & Johnson** (3,6%).

En lo que respecta a la actividad exportadora, cabe destacar el sólido liderazgo de **Puig** en el mercado español, suponiendo en 2018 sus ventas en el exterior más del 19% de las exportaciones totales del sector. Otras empresas como **Coty**, **Isdin**, **L'Oréal**, **Avon**, **Natura Bissé**, **Beautyge** y **Yodeyma** también generan un volumen de negocio significativo en mercados exteriores, superando todas ellas los 45 millones de euros.

Tabla 56
Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2016-2018.

(Mill. euros)

| Empresas españolas | 2016 | 2017 | % var. 2017/2016 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------------|-----------|------------|---------------------|------------|---------------------|
| Puig (a) | 1.789,76 | 1.935,17 | 8,1 | 1.932,69 | -0,1 |
| L'Oréal | 827,05 | 884,17 | 6,9 | 897,49 | 1,5 |
| Procter & Gamble (b) (c) (d) | 700,00 | 685,00 | -2,1 | 625,00 | -8,8 |
| Unilever | 523,02 | 522,41 | -0,1 | 504,99 | -3,3 |
| Henkel | 497,73 | 499,84 | 0,4 | 500,00 (d) | ns |
| Cristian Lay | 407,55 | 487,41 | 19,6 | 500,00 (d) | 2,6 |
| Coty (c) | 303,53 | 298,97 | -1,5 | 342,85 | 14,7 |
| Johnson & Johnson | 322,77 | 317,18 | -1,7 | 310,00 (d) | -2,3 |
| LVMH | 222,34 | 266,78 | 20,0 | 289,39 | 8,5 |
| Isdin | 180,53 | 205,77 | 14,0 | 246,09 | 19,6 |
| Estée Lauder (c) | 152,41 | 162,52 | 6,6 | 170,00 | 4,6 |
| Chanel | 133,45 | 149,32 | 11,9 | 158,00 (d) | 5,8 |
| Beiersdorf | 144,09 | 150,01 | 4,1 | 155,00 (d) | 3,3 |
| Beautyge | 142,70 | 150,00 (d) | 5,1 | 155,00 (d) | 3,3 |
| Pierre Fabre | 129,73 | 134,30 | 3,5 | 127,77 | -4,9 |
| Colgate-Palmolive | 124,22 | 126,26 | 1,6 | 127,73 | 1,2 |
| Laboratorios Maverick | 114,37 | 113,56 | -0,7 | 117,10 | 3,1 |
| Shiseido | 82,67 | 106,09 | 28,3 | 104,32 | -1,7 |
| Avon | 126,58 | 107,56 | -15,0 | 100,00 (d) | -7,0 |
| RNB | 94,13 | 80,15 | -14,9 | 91,62 | 14,3 |
| Yves Rocher | 63,10 | 64,50 | 2,2 | 65,00 (d) | 0,8 |
| Natura Bissé | 57,00 | 61,00 | 7,0 | 65,00 | 6,6 |
| Perfumes y Diseño | 57,94 | 58,91 | 1,7 | 62,49 | 6,1 |
| De Ruy Perfumes | 48,22 | 53,36 | 10,7 | 59,83 | 12,1 |
| AC Marca Personal Care | 60,56 | 60,27 | -0,5 | 55,59 | -7,8 |
| Yodeyma | 39,82 | 49,40 | 24,1 | 55,00 (d) | 11,3 |
| Clarins | 50,33 | 50,71 | 0,8 | 54,06 | 6,6 |
| Berioska | 46,53 | 47,53 | 2,1 | 51,15 | 7,6 |
| Coty Beauty (b) (c) | 35,00 (d) | 34,24 | -2,2 | 49,92 | 45,8 |
| Grupo Boniquet Sparchim | 40,79 | 42,76 | 4,8 | 44,00 (d) | 2,9 |
| Dermofarm | 41,58 | 42,02 | 1,1 | 43,24 | 2,9 |
| Air Val (e) | 43,06 | 38,29 | -11,1 | 42,58 | 11,2 |
| Laboratorios Saphir | 38,10 | 37,60 | -1,3 | 38,00 (d) | 1,1 |
| Weclolors | 30,14 | 31,97 | 6,1 | 33,50 (d) | 4,8 |
| Sisley | 26,59 | 29,37 | 10,5 | 31,81 | 8,3 |
| Angelini Beauty | 31,01 | 30,52 | -1,6 | 31,63 | 3,6 |
| Laboratorios Lamarvi | 37,20 | 31,12 | -16,3 | 31,22 | 0,3 |
| Mary Kay | 44,67 | 36,53 | -18,2 | 31,13 | -14,8 |
| Cosbar | 27,16 | 28,69 | 5,6 | 30,01 | 4,6 |
| Future Cosmetics | 24,72 | 29,02 | 17,4 | 29,46 | 1,5 |
| Germaine de Capuccini | 24,95 | 26,24 | 5,2 | 29,01 | 10,6 |
| Bella Aurora | 21,47 | 24,61 | 14,6 | 28,04 | 13,9 |
| Instituto Español | 24,32 | 26,28 | 8,1 | 27,50 (d) | 4,6 |
| Tahe | 22,70 | 25,26 | 11,3 | 24,39 | -3,4 |
| Farlabo | 22,82 | 23,71 | 3,9 | 23,16 | -2,3 |
| Laboratorios Belloch | 22,35 | 21,44 | -4,1 | 19,25 | -10,2 |
| A.C. Cosmetics | 18,77 | 18,65 | -0,6 | 18,10 | -2,9 |
| Oriflame (d) | 14,70 | 15,00 | 2,0 | 14,50 | -3,3 |

(cont.)

(a) facturación del grupo a escala internacional, incluyendo filiales en el extranjero. (b) corresponde al valor de las ventas en España, y no a su cifra de negocios (comisiones por ventas). (c) ejercicios cerrados a 30 de junio del año indicado. (d) estimación DBK. (e) corresponde a la suma de la facturación de las sociedades Air Val International, S.A., Tailored Perfumes, S.L. y Tailored Fragrances Distributions, S.L.

Tabla 56: (cont.)

| Empresas portuguesas | 2016 | 2017 | % var. 2017/2016 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|-----------------------|--------|-----------|---------------------|-----------|---------------------|
| Unilever Fima | 344,29 | 346,96 | 0,8 | 322,35 | -7,1 |
| L'Oréal | 147,62 | 150,67 | 2,1 | 149,76 | -0,6 |
| Johnson & Johnson | 86,66 | 90,40 | 4,3 | 93,00 (d) | 2,9 |
| Henkel | 65,79 | 65,00 (d) | -1,2 | 64,00 (d) | -1,5 |
| Beiersdorf | 48,72 | 48,60 | -0,2 | 48,45 | -0,3 |
| Colgate-Palmolive (d) | 43,00 | 45,50 | 5,8 | 46,50 | 2,2 |
| Pierre Fabre | 38,88 | 39,03 | 0,4 | 38,63 | -1,0 |
| Procter & Gamble (c) | 44,53 | 39,03 | -12,4 | 38,17 | -2,2 |
| Oriflame | 28,07 | 27,28 | -2,8 | 27,88 | 2,2 |
| Avon | 30,74 | 29,16 | -5,1 | 27,63 | -5,2 |
| Puig | 16,11 | 17,50 | 8,6 | 18,90 | 8,0 |
| Socosmet (c) | 18,47 | 18,22 | -1,4 | 17,53 | -3,8 |
| Yves Rocher | 17,71 | 15,97 | -9,8 | 14,65 | -8,3 |
| Coty Beauty (c) | 5,17 | 7,79 | 50,7 | 14,60 | 87,4 |
| LVMH | 11,20 | 12,14 | 8,4 | 13,20 | 8,7 |
| Isdin | 10,33 | 11,91 | 15,3 | 13,00 (d) | 9,2 |
| Chanel | 9,33 | 10,09 | 8,1 | 11,06 | 9,6 |
| Clarins | 9,61 | 9,91 | 3,1 | 10,88 | 9,8 |
| Coty (c) | 6,72 | 5,99 | -10,9 | 6,93 | 15,7 |
| Mary Kay | 5,98 | 5,84 | -2,3 | 5,58 | -4,5 |
| Beautyge | 4,46 | 4,75 (d) | 6,5 | 5,00 (d) | 5,3 |
| Aromas Internacionais | 4,33 | 4,81 | 11,1 | 4,91 | 2,1 |
| A.C. Cosmetics | 2,19 | 2,22 | 1,4 | 2,28 | 2,7 |
| Ganassini | 0,57 | 0,66 | 15,8 | 0,65 | -1,5 |
| CBMP | - | 0,01 | na | 0,31 | 3.000,0 |

(c) ejercicios cerrados a 30 de junio del año indicado. (d) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 57
Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2016-2018.

(Mill. euros)

| Empresas españolas | 2016 | 2017 | % var. 2017/2016 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------------|-----------|------------|---------------------|------------|---------------------|
| Puig (a) | 950,40 | 1.062,20 | 11,8 | 1.009,11 | -5,0 |
| L'Oréal | 827,05 | 884,17 | 6,9 | 897,49 | 1,5 |
| Coty (b) | 303,53 | 298,97 | -1,5 | 342,85 | 14,7 |
| Isdin | 133,51 | 159,58 | 19,5 | 192,77 | 20,8 |
| Estée Lauder (b) | 152,41 | 162,52 | 6,6 | 170,00 | 4,6 |
| Beautyge | 142,70 | 150,00 (c) | 5,1 | 155,00 (c) | 3,3 |
| Colgate-Palmolive | 122,11 | 124,20 | 1,7 | 125,75 | 1,2 |
| Beiersdorf (c) | 116,00 | 121,00 | 4,3 | 125,00 | 3,3 |
| Unilever (c) | 120,00 | 122,00 | 1,7 | 124,00 | 1,6 |
| LVMH | 101,65 | 113,20 | 11,4 | 123,54 | 9,1 |
| Laboratorios Maverick | 114,37 | 113,56 | -0,7 | 117,10 | 3,1 |
| Henkel | 117,06 | 108,74 | -7,1 | 105,00 (c) | -3,4 |
| Shiseido | 82,67 | 106,09 | 28,3 | 104,32 | -1,7 |
| Procter & Gamble (b) (c) (d) | 114,00 | 108,00 | -5,3 | 99,00 | -8,3 |
| RNB | 94,13 | 80,15 | -14,9 | 91,62 | 14,3 |
| Pierre Fabre | 87,29 | 89,21 | 2,2 | 84,72 | -5,0 |
| Chanel | 71,49 | 78,06 | 9,2 | 82,00 (c) | 5,0 |
| Avon | 95,00 | 81,00 | -14,7 | 76,00 (c) | -6,2 |
| Johnson & Johnson | 71,00 | 66,50 | -6,3 | 65,00 (c) | -2,3 |
| Yves Rocher | 63,10 | 64,50 | 2,2 | 65,00 (c) | 0,8 |
| Natura Bissé (e) | 57,00 | 61,00 | 7,0 | 65,00 | 6,6 |
| De Ruy Perfumes | 48,22 | 53,36 | 10,7 | 59,83 | 12,1 |
| Perfumes y Diseño | 50,77 | 52,45 | 3,3 | 57,54 | 9,7 |
| AC Marca Personal Care | 60,56 | 60,27 | -0,5 | 55,59 | -7,8 |
| Yodeyma | 39,82 | 49,40 | 24,1 | 55,00 (c) | 11,3 |
| Clarins | 50,33 | 50,71 | 0,8 | 54,06 | 6,6 |
| Berioska | 46,53 | 47,53 | 2,1 | 51,15 | 7,6 |
| Coty Beauty (b) (d) | 35,00 (c) | 34,24 | -2,2 | 49,92 | 45,8 |
| Dermofarm (f) | 41,58 | 42,02 | 1,1 | 43,24 | 2,9 |
| Air Val (g) | 43,06 | 38,29 | -11,1 | 42,58 | 11,2 |
| Cristian Lay (c) | 45,00 | 42,00 | -6,7 | 41,00 | -2,4 |
| Grupo Boniquet Sparchim | 36,26 | 37,91 | 4,6 | 39,00 (c) | 2,9 |
| Laboratorios Saphir | 38,10 | 37,60 | -1,3 | 38,00 (c) | 1,1 |
| Wecolors | 30,14 | 31,97 | 6,1 | 33,50 (c) | 4,8 |
| Sisley | 26,59 | 29,37 | 10,5 | 31,81 | 8,3 |
| Laboratorios Lamarvi | 37,20 | 31,12 | -16,3 | 31,22 | 0,3 |
| Mary Kay | 44,67 | 36,53 | -18,2 | 31,13 | -14,8 |
| Cosbar | 27,16 | 28,69 | 5,6 | 29,79 | 3,8 |
| Angelini Beauty | 28,13 | 27,62 | -1,8 | 29,49 | 6,8 |
| Future Cosmetics | 24,72 | 29,02 | 17,4 | 29,46 | 1,5 |
| Germaine de Capuccini | 24,95 | 26,24 | 5,2 | 29,01 | 10,6 |
| Bella Aurora | 21,47 | 24,61 | 14,6 | 28,04 | 13,9 |
| Instituto Español | 24,32 | 26,28 | 8,1 | 27,50 (c) | 4,6 |
| Tahe (h) | 22,70 | 25,26 | 11,3 | 24,39 | -3,4 |
| Farlabo | 22,82 | 23,71 | 3,9 | 23,16 | -2,3 |
| Laboratorios Belloch | 22,35 | 21,44 | -4,1 | 19,25 | -10,2 |
| A.C. Cosmetics | 18,77 | 18,65 | -0,6 | 18,10 | -2,9 |
| Oriflame (c) | 14,20 | 14,00 | -1,4 | 13,50 | -3,6 |

(cont.)

Nota: se considera facturación en el sector la derivada exclusivamente de la comercialización de productos de perfumería y cosmética.

(a) corresponde a la facturación de las sociedades españolas del grupo. La facturación en el sector del grupo a escala mundial, excluyendo su división de moda, fue de 1.682,46 millones de euros en 2016, 1.829,35 millones en 2017 y 1.798,46 millones en 2018. (b) ejercicios cerrados a 30 de junio del año indicado. (c) estimación DBK. (d) corresponde al valor de las ventas en España, y no a su cifra de negocios (comisiones por ventas). (e) incluye venta minorista y nutricosmética. (f) incluye un pequeño porcentaje de venta de productos farmacéuticos. (g) corresponde a la suma de la facturación de las sociedades Air Val Internacional, S.A., Tailored Perfumes, S.L. y Tailored Fragrances Distributions, S.L. (h) incluye un pequeño porcentaje de venta de máquinas y accesorios de peluquería.

Tabla 57: (cont.)

| Empresas portuguesas | 2016 | 2017 | % var. 2017/2016 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------------|--------|----------|---------------------|-----------|---------------------|
| L'Oréal | 147,62 | 150,67 | 2,1 | 149,76 | -0,6 |
| Unilever Fima (c) | 42,00 | 43,50 | 3,6 | 44,00 | 1,1 |
| Colgate-Palmolive (c) | 39,50 | 42,00 | 6,3 | 43,75 | 4,2 |
| Beiersdorf (c) | 42,75 | 43,00 | 0,6 | 43,15 | 0,3 |
| Johnson & Johnson (c) | 28,50 | 29,50 | 3,5 | 30,75 | 4,2 |
| Procter & Gamble (b) (c) | 33,00 | 30,00 | -9,1 | 29,50 | -1,7 |
| Pierre Fabre | 28,47 | 28,86 | 1,4 | 29,25 (c) | 1,4 |
| Oriflame (c) | 25,50 | 25,00 | -2,0 | 25,75 | 3,0 |
| Avon (c) | 26,20 | 25,50 | -2,7 | 24,50 | -3,9 |
| Puig | 16,11 | 17,50 | 8,6 | 18,90 | 8,0 |
| Socosmet (b) | 18,47 | 18,22 | -1,4 | 17,53 | -3,8 |
| Yves Rocher | 17,71 | 15,97 | -9,8 | 14,65 | -8,3 |
| Coty Beauty (b) | 5,17 | 7,79 | 50,7 | 14,60 | 87,4 |
| LVMH | 11,20 | 12,14 | 8,4 | 13,20 | 8,7 |
| Clarins | 9,61 | 9,91 | 3,1 | 10,88 | 9,8 |
| Isdin (c) | 7,70 | 8,75 | 13,6 | 9,75 | 11,4 |
| Henkel (c) | 8,50 | 9,00 | 5,9 | 9,25 | 2,8 |
| Chanel (c) | 6,35 | 7,00 | 10,2 | 7,70 | 10,0 |
| Coty (b) | 6,72 | 5,99 | -10,9 | 6,93 | 15,7 |
| Mary Kay | 5,98 | 5,84 | -2,3 | 5,58 | -4,5 |
| Beautyge | 4,46 | 4,75 (c) | 6,5 | 5,00 (c) | 5,3 |
| Aromas Internacionais | 4,33 | 4,81 | 11,1 | 4,91 | 2,1 |
| A.C. Cosmetics | 2,19 | 2,22 | 1,4 | 2,28 | 2,7 |
| Ganassini | 0,57 | 0,66 | 15,8 | 0,65 | -1,5 |
| CBMP | - | 0,01 | na | 0,31 | 3.000,0 |

Nota: se considera facturación en el sector la derivada exclusivamente de la comercialización de productos de perfumería y cosmética.

(b) ejercicios cerrados a 30 de junio del año indicado. (c) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 58

Cuotas de exportación en España de las principales empresas, 2017-2018.

| Empresa | 2017 | | 2018 | |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Mill. euros | % | Mill. euros | % |
| Puig | 794,30 | 22,8 | 751,24 | 19,4 |
| Coty | 146,50 | 4,2 | 140,57 | 3,6 |
| Isdin | 75,65 | 2,2 | 103,76 | 2,7 |
| L'Oréal (a) | 61,89 | 1,8 | 62,82 | 1,6 |
| Avon (a) | 54,27 | 1,6 | 49,40 | 1,3 |
| Natura Bissé | 47,58 | 1,4 | 48,10 | 1,2 |
| Beautyge (a) | 44,25 | 1,3 | 46,50 | 1,2 |
| Yodeyma | 37,70 | 1,1 | 45,10 (a) | 1,2 |
| Perfumes y Diseño | 32,41 | 0,9 | 36,11 | 0,9 |
| Air Val | 21,83 | 0,6 | 23,84 | 0,6 |
| Berioska | 15,19 | 0,4 | 17,67 | 0,5 |
| Laboratorios Lamarvi | 18,97 | 0,5 | 17,08 | 0,4 |
| Grupo Boniquet Sparchim (a) | 15,16 | 0,4 | 14,82 | 0,4 |
| Germaine de Capuccini | 11,80 | 0,3 | 13,05 | 0,3 |
| Estée Lauder | 8,54 | 0,2 | 11,05 | 0,3 |
| Dermofarm | 9,31 | 0,3 | 11,01 | 0,3 |
| Angelini Beauty | 6,07 | 0,2 | 8,70 | 0,2 |
| De Ruy Perfumes | 8,13 | 0,2 | 8,04 | 0,2 |
| Cosbar | 7,27 | 0,2 | 7,50 | 0,2 |
| Instituto Español | 6,03 | 0,2 | 6,05 (a) | 0,2 |
| Cristian Lay (a) | 5,46 | 0,2 | 5,33 | 0,1 |
| Tahe | 5,40 | 0,2 | 4,99 | 0,1 |
| Shiseido | 4,49 | 0,1 | 4,17 (a) | 0,1 |
| RNB | 2,40 | 0,1 | 2,75 | 0,1 |
| A.C. Cosmetics | 2,13 | 0,1 | 2,28 | 0,1 |
| Laboratorios Belloch | 1,80 | 0,1 | 1,87 | ns |
| Laboratorios Saphir | 1,47 | ns | 1,52 (a) | ns |
| Sisley | 1,26 | ns | 1,52 | ns |
| Henkel | 1,50 | ns | 1,05 (a) | ns |
| Bella Aurora | 0,90 | ns | 0,93 | ns |
| Wecolors | 0,59 | ns | 0,84 (a) | ns |
| Chanel | ns | ns | ns | ns |
| LVMH | ns | ns | ns | ns |
| Otras | 2.035,73 | 58,4 | 2.430,35 | 62,6 |
| TOTAL | 3.486 | 100,0 | 3.880 | 100,0 |

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 59
Cuotas de mercado en el mercado ibérico de las principales empresas, 2017-2018.

| Empresa | 2017 | | 2018 | |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Mill. euros | % | Mill. euros | % |
| L'Oréal (a) | 972,65 | 19,0 | 984,28 | 18,8 |
| Puig | 285,32 | 5,6 | 276,68 | 5,3 |
| Coty | 200,49 | 3,9 | 273,44 | 5,2 |
| Estée Lauder | 171,97 | 3,4 | 176,28 | 3,4 |
| Beiersdorf (a) | 164,00 | 3,2 | 168,15 | 3,2 |
| Unilever (a) | 165,50 | 3,2 | 168,00 | 3,2 |
| Colgate-Palmolive (a) | 163,26 | 3,2 | 166,44 | 3,2 |
| LVMH | 125,34 | 2,5 | 136,74 | 2,6 |
| Procter & Gamble (a) | 138,00 | 2,7 | 128,50 | 2,5 |
| Laboratorios Maverick | 113,56 | 2,2 | 117,10 | 2,2 |
| Pierre Fabre | 118,07 | 2,3 | 113,97 (a) | 2,2 |
| Beautyge (a) | 110,50 | 2,2 | 113,50 | 2,2 |
| Henkel (a) | 116,24 | 2,3 | 113,20 | 2,2 |
| Shiseido | 101,60 | 2,0 | 100,15 (a) | 1,9 |
| Isdin (a) | 92,68 | 1,8 | 98,76 | 1,9 |
| Johnson & Johnson (a) | 96,00 | 1,9 | 95,75 | 1,8 |
| Chanel (a) | 84,99 | 1,7 | 89,70 | 1,7 |
| RNB | 77,75 | 1,5 | 88,87 | 1,7 |
| Yves Rocher | 80,44 | 1,6 | 79,53 (a) | 1,5 |
| Clarins | 60,50 | 1,2 | 64,82 | 1,2 |
| AC Marca Personal Care | 60,27 | 1,2 | 55,59 | 1,1 |
| De Ruy Perfumes (a) | 46,28 | 0,9 | 52,79 | 1,0 |
| Avon (a) | 52,23 | 1,0 | 51,10 | 1,0 |
| Berioska | 37,97 | 0,7 | 39,68 | 0,8 |
| Cristian Lay (a) | 39,29 | 0,8 | 38,37 | 0,7 |
| Laboratorios Saphir (a) | 36,68 | 0,7 | 37,13 | 0,7 |
| Mary Kay | 42,37 | 0,8 | 36,71 | 0,7 |
| Oriflame (a) | 34,25 | 0,7 | 34,62 | 0,7 |
| Dermofarm | 33,37 | 0,7 | 32,88 | 0,6 |
| Wecolors | 31,38 | 0,6 | 32,66 (a) | 0,6 |
| Sisley | 28,11 | 0,5 | 30,29 | 0,6 |
| Future Cosmetics | 29,02 | 0,6 | 29,46 | 0,6 |
| Bella Aurora | 23,79 | 0,5 | 27,19 | 0,5 |
| Grupo Boniquet Sparchim (a) | 23,90 | 0,5 | 25,33 | 0,5 |
| Perfumes y Diseño | 23,42 | 0,5 | 25,21 | 0,5 |
| Farlabo | 23,71 | 0,5 | 23,16 | 0,4 |
| Cosbar | 21,43 | 0,4 | 22,60 | 0,4 |
| Angelini Beauty | 22,28 | 0,4 | 21,75 | 0,4 |
| Instituto Español | 20,25 | 0,4 | 21,45 (a) | 0,4 |
| Air Val | 17,46 (a) | 0,3 | 20,24 | 0,4 |
| Take (a) | 20,36 | 0,4 | 19,90 | 0,4 |
| A.C. Cosmetics | 18,74 | 0,4 | 18,10 | 0,3 |
| Laboratorios Belloch | 20,09 | 0,4 | 17,71 | 0,3 |
| Natura Bissé | 13,42 | 0,3 | 16,90 | 0,3 |
| Germaine de Capuccini | 14,68 | 0,3 | 16,22 | 0,3 |
| Laboratorios Lamarvi (a) | 12,90 | 0,3 | 14,84 | 0,3 |
| Yodeyma | 15,22 | 0,3 | 13,65 (a) | 0,3 |
| Otras | 911,45 | 17,8 | 892,60 | 17,1 |
| TOTAL | 5.113 | 100,0 | 5.222 | 100,0 |

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 60
Cuotas de mercado en España de las principales empresas, 2017-2018.

| Empresa | 2017 | | 2018 | |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Mill. euros | % | Mill. euros | % |
| L'Oréal (a) | 822,28 | 19,3 | 834,67 | 19,2 |
| Puig | 267,90 | 6,3 | 257,87 | 5,9 |
| Coty | 152,47 | 3,6 | 202,28 | 4,6 |
| Estée Lauder | 153,98 | 3,6 | 158,95 | 3,6 |
| Colgate-Palmolive | 124,20 | 2,9 | 125,75 | 2,9 |
| Beiersdorf (a) | 121,00 | 2,8 | 125,00 | 2,9 |
| Unilever (a) | 122,00 | 2,9 | 124,00 | 2,8 |
| LVMH | 113,20 | 2,7 | 123,54 | 2,8 |
| Laboratorios Maverick | 113,56 | 2,7 | 117,10 | 2,7 |
| Beautyge (a) | 105,75 | 2,5 | 108,50 | 2,5 |
| Henkel | 107,24 | 2,5 | 103,95 (a) | 2,4 |
| Shiseido | 101,60 | 2,4 | 100,15 (a) | 2,3 |
| Procter & Gamble (a) | 108,00 | 2,5 | 99,00 | 2,3 |
| Isdin | 83,93 | 2,0 | 89,01 | 2,0 |
| RNB | 77,75 | 1,8 | 88,87 | 2,0 |
| Pierre Fabre | 89,21 | 2,1 | 84,72 | 1,9 |
| Chanel | 78,06 | 1,8 | 82,00 (a) | 1,9 |
| Johnson & Johnson | 66,50 | 1,6 | 65,00 (a) | 1,5 |
| Yves Rocher | 64,50 | 1,5 | 65,00 (a) | 1,5 |
| AC Marca Personal Care | 60,27 | 1,4 | 55,59 | 1,3 |
| Clarins | 50,71 | 1,2 | 54,06 | 1,2 |
| De Ruy Perfumes | 45,23 | 1,1 | 51,79 | 1,2 |
| Coty Beauty | 34,24 | 0,8 | 49,92 | 1,1 |
| Laboratorios Saphir | 36,13 | 0,8 | 36,48 (a) | 0,8 |
| Cristian Lay (a) | 36,54 | 0,9 | 35,67 | 0,8 |
| Berioska | 32,34 | 0,8 | 33,48 | 0,8 |
| Wecolors | 31,38 | 0,7 | 32,66 (a) | 0,7 |
| Dermofarm | 32,71 | 0,8 | 32,23 | 0,7 |
| Mary Kay | 36,53 | 0,9 | 31,13 | 0,7 |
| Sisley | 28,11 | 0,7 | 30,29 | 0,7 |
| Future Cosmetics | 29,02 | 0,7 | 29,46 | 0,7 |
| Bella Aurora | 23,71 | 0,6 | 27,11 | 0,6 |
| Avon (a) | 26,73 | 0,6 | 26,60 | 0,6 |
| Grupo Boniquet Sparchim (a) | 22,75 | 0,5 | 24,18 | 0,6 |
| Farlabo | 23,71 | 0,6 | 23,16 | 0,5 |
| Cosbar | 21,42 | 0,5 | 22,29 | 0,5 |
| Instituto Español | 20,25 | 0,5 | 21,45 (a) | 0,5 |
| Perfumes y Diseño | 20,04 | 0,5 | 21,43 | 0,5 |
| Angelini Beauty | 21,55 | 0,5 | 20,79 | 0,5 |
| Tahe | 19,86 | 0,5 | 19,40 | 0,4 |
| Air Val | 16,46 | 0,4 | 18,74 | 0,4 |
| Laboratorios Belloch | 19,64 | 0,5 | 17,38 | 0,4 |
| Natura Bissé | 13,42 | 0,3 | 16,90 | 0,4 |
| Germaine de Capuccini | 14,44 | 0,3 | 15,96 | 0,4 |
| A.C. Cosmetics | 16,52 | 0,4 | 15,82 | 0,4 |
| Laboratorios Lamarvi | 12,15 | 0,3 | 14,14 | 0,3 |
| Oriflame (a) | 14,00 | 0,3 | 13,50 | 0,3 |
| Yodeyma | 11,70 | 0,3 | 9,90 (a) | 0,2 |
| Otras | 626,33 | 14,7 | 601,12 | 13,8 |
| TOTAL | 4.271 | 100,0 | 4.358 | 100,0 |

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 61

Cuotas de mercado en España de algunas de las principales empresas en el segmento de perfumes y fragancias, 2017.

| Empresa | Mill. euros | % |
|-------------------------|-------------|--------------|
| Puig | 251,68 | 29,1 |
| Coty | 117,32 | 13,6 |
| LVMH | 74,25 | 8,6 |
| Shiseido (a) | 58,72 | 6,8 |
| L'Oréal (b) | 50,08 | 5,8 |
| Chanel (b) | 45,10 | 5,2 |
| Laboratorios Saphir (b) | 36,48 | 4,2 |
| Estée Lauder | 34,97 | 4,0 |
| Coty Beauty | 31,95 | 3,7 |
| Farlabo (b) | 22,00 | 2,5 |
| Perfumes y Diseño | 21,16 | 2,4 |
| Angelini Beauty | 18,02 | 2,1 |
| Air Val | 17,91 | 2,1 |
| RNB | 16,00 | 1,8 |
| Clarins | 14,60 | 1,7 |
| Yodeyma (a) | 11,63 | 1,3 |
| Yves Rocher (a) | 10,26 | 1,2 |
| Cristian Lay (b) | 7,13 | 0,8 |
| Avon (b) | 6,65 | 0,8 |
| Oriflame (b) | 1,35 | 0,2 |
| Mary Kay | 0,47 | 0,1 |
| A.C. Cosmetics | 0,02 | ns |
| Dermofarm | ns | ns |
| Johnson & Johnson (b) | ns | ns |
| Otras | 18,41 | 2,1 |
| TOTAL | 865 | 100,0 |

(a) 2017. (b) estimación DBK.

Fuente: DBK.

Tabla 62

Cuotas de mercado en Portugal de las principales empresas, 2017-2018.

| Empresa | 2017 | | 2018 | |
|---------------------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| | Mill. euros | % | Mill. euros | % |
| L'Oréal | 150,37 | 17,9 | 149,61 | 17,3 |
| Unilever Fima (a) | 43,50 | 5,2 | 44,00 | 5,1 |
| Beiersdorf (a) | 43,00 | 5,1 | 43,15 | 5,0 |
| Colgate-Palmolive (a) | 39,06 | 4,6 | 40,69 | 4,7 |
| Johnson & Johnson (a) | 29,50 | 3,5 | 30,75 | 3,6 |
| Procter & Gamble (a) | 30,00 | 3,6 | 29,50 | 3,4 |
| Pierre Fabre | 28,86 | 3,4 | 29,25 (a) | 3,4 |
| Avon (a) | 25,50 | 3,0 | 24,50 | 2,8 |
| Oriflame (a) | 20,25 | 2,4 | 21,12 | 2,4 |
| Puig | 17,42 | 2,1 | 18,81 | 2,2 |
| Socosmet | 17,99 | 2,1 | 17,33 | 2,0 |
| Yves Rocher | 15,94 | 1,9 | 14,53 | 1,7 |
| Coty Beauty | 7,79 | 0,9 | 14,31 | 1,7 |
| LVMH | 12,14 | 1,4 | 13,20 | 1,5 |
| Clarins | 9,79 | 1,2 | 10,76 | 1,2 |
| Isdin (a) | 8,75 | 1,0 | 9,75 | 1,1 |
| Henkel (a) | 9,00 | 1,1 | 9,25 | 1,1 |
| Chanel (a) | 6,93 | 0,8 | 7,70 | 0,9 |
| Coty | 5,99 | 0,7 | 6,93 | 0,8 |
| Berioska (b) | 5,63 | 0,7 | 6,20 | 0,7 |
| Mary Kay | 5,84 | 0,7 | 5,58 | 0,6 |
| Beautyge (a) | 4,75 | 0,6 | 5,00 | 0,6 |
| Aromas Internacionais | 3,38 | 0,4 | 3,78 | 0,4 |
| Yodeyma (b) | 3,52 | 0,4 | 3,75 (a) | 0,4 |
| Cristian Lay (a) (b) | 2,75 | 0,3 | 2,70 | 0,3 |
| A.C. Cosmetics | 2,22 | 0,3 | 2,28 | 0,3 |
| Air Val (b) | 1,00 (a) | 0,1 | 1,50 | 0,2 |
| Grupo Boniquet Sparchim (a) (b) | 1,15 | 0,1 | 1,15 | 0,1 |
| De Ruy Perfumes (a) (b) | 1,05 | 0,1 | 1,00 | 0,1 |
| Angelini Beauty (b) | 0,73 | 0,1 | 0,96 | 0,1 |
| Laboratorios Lamarvi (a) (b) | 0,75 | 0,1 | 0,70 | 0,1 |
| Ganassini | 0,66 | 0,1 | 0,65 | 0,1 |
| Laboratorios Saphir (a) (b) | 0,55 | 0,1 | 0,65 | 0,1 |
| Tahe (a) (b) | 0,50 | 0,1 | 0,50 | 0,1 |
| Laboratorios Belloch (b) | 0,29 | ns | 0,33 | ns |
| CBMP | 0,01 | ns | 0,31 | ns |
| Germaine de Capuccini (b) | 0,24 | ns | 0,26 | ns |
| Bella Aurora | 0,08 | ns | 0,08 | ns |
| Otras | 285,12 | 33,9 | 291,49 | 33,7 |
| TOTAL | 842 | 100,0 | 864 | 100,0 |

(a) estimación DBK. (b) corresponde a las exportaciones destinadas a Portugal de la empresa española.

Fuente: DBK.

Tabla 63
Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2016-2018.

| Empresas españolas | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|-------------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| | BAI (Mill. euros) | BAI/ventas (%) | BAI (Mill. euros) | BAI/ventas (%) | BAI (Mill. euros) | BAI/ventas (%) |
| A.C. Cosmetics | 2,28 | 12,1 | 1,87 | 10,0 | 1,73 | 9,6 |
| AC Marca Personal Care | 2,63 | 4,3 | 1,25 | 2,1 | 2,01 | 3,6 |
| Air Val (a) | 1,76 | 4,6 | 0,92 | 2,9 | 0,40 | 1,3 |
| Angelini Beauty | -3,40 | -11,0 | -3,13 | -10,3 | -3,77 | -11,9 |
| Avon | 1,03 | 0,8 | -4,71 | -4,4 | nd | nd |
| Beautyge | 8,60 | 6,0 | nd | nd | nd | nd |
| Beiersdorf | 18,17 | 12,6 | 19,74 | 13,2 | nd | nd |
| Bella Aurora | 1,54 | 7,2 | 1,07 | 4,3 | 1,57 | 5,6 |
| Berioska | 6,38 | 13,7 | 6,34 | 13,3 | 7,30 | 14,3 |
| Chanel | 14,09 | 10,6 | 20,88 | 14,0 | nd | nd |
| Clarins | 1,19 | 2,4 | 0,61 | 1,2 | 1,62 | 3,0 |
| Colgate-Palmolive | 5,05 | 4,1 | 5,94 | 4,7 | 5,92 | 4,6 |
| Cosbar | 1,07 | 3,9 | 0,84 | 2,9 | 0,82 | 2,7 |
| Coty | 15,94 | 5,3 | -8,84 | -3,0 | -60,34 | -17,6 |
| Coty Beauty | nd | nd | nd | nd | nd | nd |
| Cristian Lay | 35,75 | 8,8 | 42,74 | 8,8 | nd | nd |
| De Ruy Perfumes | 3,60 | 7,5 | 2,01 | 3,8 | 5,36 | 9,0 |
| Dermofarm | 3,79 | 9,1 | 3,19 | 7,6 | 1,12 | 2,6 |
| Estée Lauder | 19,36 | 12,7 | 22,52 | 13,9 | nd | nd |
| Farlabo (b) | 0,50 | 3,3 | 0,91 | 5,8 | 1,02 | 6,5 |
| Future Cosmetics | 3,30 | 13,3 | 3,74 | 12,9 | 2,88 | 9,8 |
| Germaine de Capuccini | 2,50 | 10,0 | 4,94 | 18,8 | 22,63 | 78,0 |
| Grupo Boniquet Sparchim | 0,49 | 1,2 | 0,45 | 1,1 | nd | nd |
| Henkel | 46,14 | 9,3 | 32,35 | 6,5 | nd | nd |
| Instituto Español | 4,22 | 17,4 | 3,80 | 14,5 | 2,23 (c) | 12,6 (c) |
| Isdin | 14,51 | 8,0 | 11,80 | 5,7 | 29,28 | 11,9 |
| Johnson & Johnson | 15,41 | 4,8 | 20,67 | 6,5 | nd | nd |
| L'Oréal | 100,24 | 12,1 | 112,00 | 12,7 | 109,92 | 12,2 |
| Laboratorios Belloch | 1,31 | 5,9 | 0,98 | 4,6 | 0,88 | 4,6 |
| Laboratorios Lamarvi | 17,46 | 46,9 | 1,63 | 5,2 | 13,77 | 44,1 |
| Laboratorios Maverick | 8,76 | 7,7 | 5,03 | 4,4 | 9,49 | 8,1 |
| Laboratorios Saphir | 5,78 | 15,2 | 6,99 | 18,6 | nd | nd |
| LVMH | 36,25 | 16,3 | 51,28 | 19,2 | 49,49 | 17,1 |
| Mary Kay | 3,62 | 8,1 | -0,75 | -2,1 | -0,92 | -3,0 |
| Natura Bissé (d) | 4,10 | 7,2 | 4,27 | 7,0 | nd | nd |
| Oriflame | nd | nd | nd | nd | nd | nd |
| Perfumes y Diseño | 0,31 | 0,5 | -1,93 | -3,3 | 0,21 | 0,3 |
| Pierre Fabre | 6,26 | 4,8 | 6,78 | 5,0 | 7,49 | 5,9 |
| Procter & Gamble | nd | nd | nd | nd | nd | nd |
| Puig | 214,72 | 12,0 | 310,17 | 16,0 | 326,18 | 16,9 |
| RNB | -1,63 | -1,7 | 1,83 | 2,3 | 3,55 | 3,9 |
| Shiseido | 4,64 | 5,6 | 3,47 | 3,3 | nd | nd |
| Sisley | 0,88 | 3,3 | 1,40 | 4,8 | 1,84 | 5,8 |
| Tahé | 0,92 | 4,1 | 0,88 | 3,5 | 0,94 | 3,9 |
| Unilever | 13,29 | 2,5 | 16,38 | 3,1 | 19,16 | 3,8 |
| Wecolors | 3,70 | 12,3 | 2,92 | 9,1 | nd | nd |
| Yodeyma | 2,31 | 5,8 | 4,88 | 9,9 | nd | nd |
| Yves Rocher | -3,10 | -4,9 | -2,59 | -4,0 | nd | nd |

(cont.)

(a) corresponde a Air Val Internacional, S.A. (b) corresponde a Comercial Farlabo España, S.L. (c) ejercicio de 8 meses cerrado a 31 de agosto. (d) corresponde a Natura Bissé Internacional, S.A.

Tabla 63: (cont.)

| Empresas portuguesas | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| | BAI (Mill. euros) | BAI/ventas (%) | BAI (Mill. euros) | BAI/ventas (%) | BAI (Mill. euros) | BAI/ventas (%) |
| Aromas Internacionais | 0,21 | 4,8 | 0,27 | 5,6 | nd | nd |
| Avon | 0,32 | 1,0 | 0,83 | 2,9 | 0,75 | 2,7 |
| Beautyge | 0,46 | 10,3 | nd | nd | nd | nd |
| Beiersdorf | 9,40 | 19,3 | 9,43 | 19,4 | 8,84 | 18,2 |
| CBMP | - | - | -0,03 | -300,0 | -0,21 | -67,7 |
| Chanel | 0,34 | 3,6 | -0,22 | -2,2 | 0,57 | 5,2 |
| Clarins | 0,47 | 4,9 | 0,20 | 2,0 | 0,43 | 4,0 |
| Colgate-Palmolive | nd | nd | nd | nd | nd | nd |
| Coty | 0,20 | 3,0 | -0,25 | -4,2 | -0,05 | -0,7 |
| Coty Beauty | 0,25 (e) | 4,8 (e) | 0,33 (e) | 4,2 (e) | 0,61 | 4,2 |
| Ganassini | -0,16 | -28,1 | -0,17 | -25,8 | -0,19 | -29,2 |
| Henkel | 5,51 | 8,4 | nd | nd | nd | nd |
| Isdin | 1,30 | 12,6 | 1,31 | 11,0 | nd | nd |
| Johnson & Johnson | 8,48 | 9,8 | 6,60 | 7,3 | nd | nd |
| L'Oréal | 21,74 | 14,7 | 20,46 | 13,6 | 20,30 | 13,6 |
| LVMH | 0,70 | 6,3 | 1,20 | 9,9 | 0,79 | 6,0 |
| Mary Kay | -0,29 | -4,8 | -0,18 | -3,1 | -0,55 | -9,9 |
| Oriflame | 2,14 | 7,6 | 1,59 | 5,8 | 1,39 | 5,0 |
| Pierre Fabre | 2,05 | 5,3 | 1,84 | 4,7 | 1,99 | 5,2 |
| Procter & Gamble | 6,27 | 14,1 | 6,83 | 17,5 | 4,86 | 12,7 |
| Puig | 1,19 | 7,4 | 0,98 | 5,6 | nd | nd |
| Socosmet | 2,48 | 13,4 | 2,92 | 16,0 | 1,95 | 11,1 |
| Unilever Fima | 33,74 | 9,8 | 41,65 | 12,0 | 34,94 | 10,8 |
| Yves Rocher | 1,98 | 11,2 | 0,21 | 1,3 | 1,24 | 8,5 |

BAI: resultado antes de impuestos.

Nota: no disponible A.C. Cosmetics.

(e) corresponde a Wella Prestige Products Portugal, S.A.

Fuente: DBK.

3. PERSPECTIVAS

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

El mercado ibérico de perfumería y cosmética experimentará a corto y medio plazo una tendencia de moderado crecimiento, apoyada en los hábitos de consumo, caracterizados por la creciente preocupación de la población por el cuidado de su salud y su imagen, así como en el aumento del gasto de las familias. No obstante, las previsiones apuntan a una ralentización del ritmo de crecimiento del consumo privado y un retroceso del índice de confianza de los consumidores, en un contexto de desaceleración económica a escala mundial.

El proceso de salida de Reino Unido de la Unión Europea y el cariz proteccionista de la política exterior estadounidense representan una amenaza para el sector, no solo por su impacto en la economía sino también por la eventual implantación de aranceles que encarezcan los productos exportados y mermen su competitividad. Este escenario afecta especialmente a España, uno de los diez mayores exportadores de productos de perfumería y cosmética a nivel mundial, el segundo en el segmento de perfumes.

En el mercado interno los operadores del sector continuarán enfrentándose a un escenario condicionado por la intensa rivalidad en precio y la fuerte presión sobre los márgenes comerciales derivada del creciente avance de las marcas de distribución y *low cost*. Si bien la situación ha mejorado en el último trienio, especialmente en el segmento selectivo, los márgenes no han recuperado los niveles previos a la crisis.

Las principales oportunidades pasan por buscar nichos de mercado poco maduros o con características específicas, como la llamada cosmética natural y ecológica, que ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, especialmente en los segmentos de cuidado de la piel, cuidado del cabello y aseo; y la cosmética masculina, que muestra gran dinamismo, especialmente en los segmentos de cuidado de la piel y perfumería.

Los procesos de transformación digital brindan oportunidades asociadas a la venta online y la digitalización, que permiten a las empresas apostar por la venta directa y por una mayor interacción con los clientes, reduciendo costes de intermediación con el consiguiente impacto positivo en los márgenes. Operadores como **L'Oréal** o **Puig** ya han comenzado a explorar esta vía.

Se espera un avance en el proceso de concentración de la oferta, tanto en el segmento selectivo como en el de gran consumo, con una creciente consolidación de las marcas de la distribución, incluso en alta cosmética. Las empresas fabricantes continuarán dedicando importantes recursos al I+D+i y al marketing, invirtiendo en procesos productivos más sostenibles con el medio ambiente y más éticos con animales.

Tabla 64

Amenazas, oportunidades y tendencias, 2019.

| Oportunidades | Amenazas |
|---|---|
| Positiva evolución del consumo privado, aunque con una moderación del ritmo de crecimiento | Alta competencia en precio en el segmento de gran consumo: presión sobre los márgenes comerciales |
| Creciente preocupación por la imagen y el cuidado personal | “Brexit” y política exterior estadounidense: posible aplicación de aranceles |
| Potencial de crecimiento de nichos de mercado poco maduros: cosmética natural y ecológica, cosmética masculina, gamas para necesidades específicas | Entrada de los gigantes del comercio online a través de marcas propias |
| Transformación digital: avance de la venta online, desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles. Reducción de costes asociados a intermediarios | Fortalecimiento de la posición en el sector de las empresas de distribución alimentaria. Alta cuota de mercado de las marcas de la distribución |
| Mejor conocimiento de los clientes y sus preferencias a través de la utilización de redes sociales | Entrada de nuevos operadores centrados en cosmética natural o productos <i>low cost</i> |
| | Falsificaciones, especialmente en perfumes |
| Tendencias | |
| Concentración de la oferta: expansión de los grupos líderes, desaparición de operadores de pequeño y mediano tamaño | |
| Consolidación de las marcas de la distribución en el mercado de gran consumo, ampliación de su oferta de productos selectivos | |
| Estrategias de diferenciación de las empresas posicionadas en la gama selectiva basadas en la inversión en I+D+i y publicidad | |
| Procesos productivos más sostenibles y éticos | |
| Esfuerzo de innovación por parte de los fabricantes de marcas de la distribución | |
| Crecimiento del comercio electrónico | |
| Utilización de tiendas online y redes sociales para desarrollar políticas de fidelización de clientes | |

Fuente: DBK.

3.2. Previsiones de crecimiento

Las previsiones para el período 2019-2021 apuntan al mantenimiento de un leve crecimiento en las ventas de perfumería y cosmética en el mercado ibérico, si bien con tendencia a la ralentización, en paralelo a la evolución esperada del gasto de las familias.

La facturación sectorial en el conjunto del mercado ibérico cerrará el ejercicio 2019 con un aumento estimado en torno al 1,7%, ligeramente inferior al 2,1% contabilizado en el año anterior, esperándose una variación algo más alta en Portugal (+1,9%) que en España (+1,7%).

En los dos ejercicios siguientes se confirmará previsiblemente la tendencia a la desaceleración del ritmo de crecimiento del mercado, de modo que en 2021 el volumen total de negocio generado en España y Portugal se situará en alrededor de 5.450 millones de euros, tras aumentar un 1,5% en 2020 y un 1,1% en 2021.

Respecto a las previsiones efectuadas por algunas de las principales compañías sobre la evolución a corto y medio plazo de su facturación en el sector, éstas están, por lo general, alineadas con las previsiones del mercado, de modo que la mayoría de ellas esperan obtener en los próximos años aumentos de entre el 1% y el 3%.

Más optimistas son las previsiones de empresas como **Natura Bissé**, que confía en incrementar sus ingresos por encima del 10% anual en el período 2019-2021, y **Coty Beauty** (Portugal), que espera un aumento del 7-10% en 2019, en buena parte debido a la integración en su estructura del negocio de la sucursal de **Coty** en Portugal. Por su parte, **Air Val** prevé crecer a un ritmo del 4-6% durante el período 2019-2021, mientras que **Coty** (España) espera mantener el mismo ritmo hasta finalizar 2020.

Por otro lado, **Angelini Beauty** prevé un descenso de sus ventas superior al 10% en 2019, recuperando en 2020 a tasas de crecimiento positivo. Por su parte, **Puig** (Portugal) pronostica un descenso medio anual de 1-3% en sus ingresos de 2019 a 2021.

Tabla 65

Previsión de evolución del mercado, 2019-2021.

(Mill. euros)



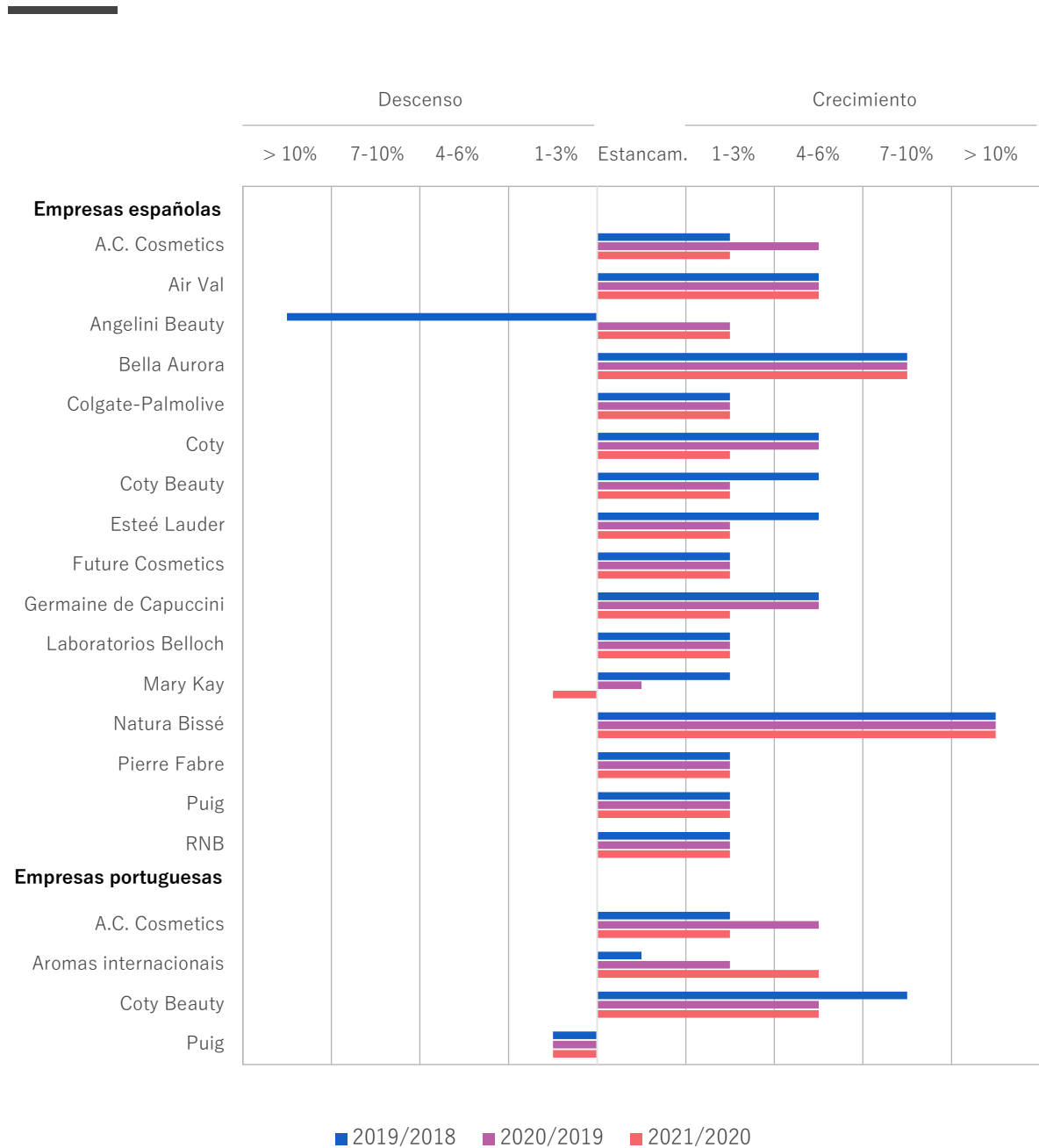
| | 16/15 | 17/16 | 18/17 | 19/18 | 20/19 | 21/20 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % var. total | 3,5% | 2,3% | 2,1% | 1,7% | 1,5% | 1,1% |
| % var. España | 3,8% | 2,2% | 2,0% | 1,7% | 1,5% | 1,1% |
| % var. Portugal | 1,9% | 2,9% | 2,6% | 1,9% | 1,7% | 1,1% |

Fuente: DBK.

Tabla 66

Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2019-2021.

(% de crecimiento)



Fuente: previsiones de las propias empresas.

4. PERFILES DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES

4.1. Empresas españolas

A.C. COSMETICS

Accionistas, 2018: Carla Capital, Ltd. (60%) (Reino Unido), Birka Stock AB (40%) (Suecia)

Número de empleados, 2018: 105

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 18,65 | 18,10 | -2,9 |
| En el sector | 18,65 | 18,10 | -2,9 |
| • Mercado interior | 16,52 (88,6%) | 15,82 (87,4%) | -4,2 |
| • Exportaciones | 2,13 (11,4%) | 2,28 (12,6%) | 7,0 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... 81,8% | - Canal profesional..... - |
| - Aseo..... - | - G. superficies/supermercados..... - |
| - Perfumes y fragancias..... 0,1% | - Comercio especializado..... 99,0% |
| - Cuidado del cabello..... 1,1% | - Farmacias y parafarmacias..... - |
| - Cosmética decorativa..... 17,0% | - Venta directa y otros 1,0% |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,1%
- Mercado:
 - España: 0,4%
 - Total mercado ibérico: 0,3%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: crecimiento 4-6%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

Fuente: DBK.

AC MARCA PERSONAL CARE

Accionistas, 2018: Grupo AC Marca, S.L. (100%) (España)

Número de empleados, 2018: 52

Plantas productivas, octubre 2019: 2. San Llorenç d'Hortons (Barcelona) (2)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 60,27 | 55,59 | -7,8 |
| En el sector | 60,27 | 55,59 | -7,8 |
| • Mercado interior | 60,27 (100%) | 55,59 (100%) | -7,8 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... **
 - Aseo..... **
 - Perfumes y fragancias..... *
 - Cuidado del cabello..... *
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 1,3%
 - Total mercado ibérico: 1,1%

Fuente: DBK.

AIR VAL

Accionistas, 2018: Europer, S.A. (49,54%) (España)

Número de empleados, 2018: 185 (a)

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Gavá (Barcelona)

Facturación (mill. euros) (b):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 38,29 | 42,58 | 11,2 |
| En el sector | 38,29 | 42,58 | 11,2 |
| • Mercado interior | 16,46 (43%) | 18,74 (44%) | 13,8 |
| • Exportaciones | 21,83 (57%) | 23,84 (56%) | 9,3 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|------------------------------------|---|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... - | - Canal profesional..... - |
| - Aseo..... 4,4% | - G. superficies/supermercados y comercio especializado..... 100,0% |
| - Perfumes y fragancias..... 95,6% | - Farmacias y parafarmacias..... - |
| - Cuidado del cabello..... - | - Venta directa y otros - |
| - Cosmética decorativa..... - | |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,6%
- Mercado:
 - España: 0,4%
 - Total mercado ibérico: 0,4%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 4-6%
- Var. 2020/2019: crecimiento 4-6%
- Var. 2021/2020: crecimiento 4-6%

(a) corresponde a la plantilla de Air Val International, S.A. (b) corresponde a la suma de las empresas Air Val International, S.A., Tailored Perfumes, S.L y Tailored Fragrances Distributions, S.L.

Fuente: DBK.

ANGELINI BEAUTY

Accionistas, 2018: Finaf Holding, S.p.A. Sucursal en España (100%) (España), integrada en el grupo Angelini (Italia)

Número de empleados, 2018: 104

Plantas productivas, octubre 2019 (a): -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 30,52 | 31,63 | 3,6 |
| En el sector | 27,62 | 29,49 | 6,8 |
| • Mercado interior | 21,55 (78,0%) | 20,79 (70,5%) | -3,5 |
| • Exportaciones | 6,07 (22,0%) | 8,70 (29,5%) | 43,4 |

Otros sectores de actividad: servicios asociados

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 13,3%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... 86,7%
 - Cuidado del cabello..... -
 - Cosmética decorativa..... -
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 100,0%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,2%
- Mercado:
 - España: 0,5%
 - Total mercado ibérico: 0,4%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: descenso > 10%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

(a) subcontrata la producción a proveedores externos.

Fuente: DBK.

AVON

Accionistas, 2018: Avon Products, Inc. (100%) (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 370

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 107,56 | 100,00 (a) | -7,0 |
| En el sector | 81,00 | 76,00 (a) | -6,2 |
| • Mercado interior (a) | 26,73 (33%) | 26,60 (35%) | -0,5 |
| • Exportaciones (a) | 54,27 (67%) | 49,40 (65%) | -9,0 |

Otros sectores de actividad: bisutería, lencería, productos para el hogar

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad (a): – Cuidado de la piel..... 25% – Aseo..... 15% – Perfumes y fragancias..... 25% – Cuidado del cabello..... 10% – Cosmética decorativa..... 25% | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados..... - – Comercio especializado..... - – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros 100% |
|--|--|

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: 1,3%
- Mercado:
 - España: 0,6%
 - Total mercado ibérico: 1,0%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

BEAUTYGE

Accionistas, 2018: Beautyge Beauty Group, S.L. (100%) (España), integrada en el grupo Revlon (Estados Unidos)

Número de empleados, 2016: 661

Plantas productivas, octubre 2019: 2. Cornellá (Barcelona), Plá de Santa María (Tarragona)

Facturación (mill. euros) (a):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|----------------|----------------|------------------|
| Total | 150,00 | 155,00 | 3,3 |
| En el sector | 150,00 | 155,00 | 3,3 |
| • Mercado interior | 105,75 (70,5%) | 108,50 (70,0%) | 2,6 |
| • Exportaciones | 44,25 (29,5%) | 46,50 (30,0%) | 5,1 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... **
 - Aseo..... *
 - Perfumes y fragancias..... **
 - Cuidado del cabello..... *
 - Cosmética decorativa..... *

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: 1,2%
- Mercado:
 - España: 2,5%
 - Total mercado ibérico: 2,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

BEIERSDORF

Accionistas, 2018: Beiersdorf Holding, S.L. (100%) (España), integrada en el grupo Beiersdorf (Alemania)

Número de empleados, 2017: 172

Plantas productivas, octubre 2019 (a): 1 Tres Cantos (Madrid)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 150,01 | 155,00 (b) | 3,3 |
| En el sector (b) | 121,00 | 125,00 | 3,3 |
| • Mercado interior (b) | 121,00 (100%) | 125,00 (100%) | 3,3 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: apósitos, vendas, esparadrapos y similares

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018 (b):

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... 60% – Aseo..... 40% – Perfumes y fragancias..... - – Cuidado del cabello..... - – Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados y comercio especializado..... 75% – Farmacias y parafarmacias..... 25% – Venta directa y otros..... - |
|--|--|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado (b):
 - España: 2,9%
 - Total mercado ibérico: 3,2%

(a) la actividad de producción en España es desarrollada por otras empresas del grupo. (b) estimación DBK.

Fuente: DBK.

BELLA AURORA

Accionistas, 2018: equipo directivo de Bella Aurora (59,97%) (España), Inversora y Fiduciaria, S.A. (20,00%) (España), EMESA Global Asset Management, S.L. (20,00%) (España)

Número de empleados, 2018: 151

Plantas productivas, octubre 2019 (a): -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 24,61 | 28,04 | 13,9 |
| En el sector | 24,61 | 28,04 | 13,9 |
| • Mercado interior | 23,71 (96,3%) | 27,11 (96,7%) | 14,3 |
| • Exportaciones | 0,90 (3,7%) | 0,93 (3,3%) | 3,3 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

| | |
|-----------------------------------|--|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| – Cuidado de la piel..... 65,5% | – Canal profesional..... 18,0% |
| – Aseo..... - | – G. superficies/supermercados..... 7,6% |
| – Perfumes y fragancias..... - | – Comercio especializado..... 38,0% |
| – Cuidado del cabello..... 22,2% | – Farmacias y parafarmacias..... 11,5% |
| – Cosmética decorativa..... 12,3% | – Venta directa y otros..... 24,9% |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: ns
- Mercado:
 - España: 0,6%
 - Total mercado ibérico: 0,5%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 7-10%
- Var. 2020/2019: crecimiento 7-10%
- Var. 2021/2020: crecimiento 7-10%

(a) subcontrata la producción a proveedores externos. Actualmente está en fase de construcción de una planta de producción propia en Sant Feliú de Llobregat (Barcelona).

Fuente: DBK.

BERIOSKA

Accionistas, 2018: Ricardo Eusebio Soucase Villar (90%) (España)

Número de empleados, 2018: 211

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Cheste (Valencia)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 47,53 | 51,15 | 7,6 |
| En el sector | 47,53 | 51,15 | 7,6 |
| • Mercado interior | 32,34 (68,0%) | 33,48 (65,5%) | 3,5 |
| • Exportaciones | 15,19 (32,0%) | 17,67 (34,5%) | 16,3 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2017:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... 50% – Aseo..... 40% – Perfumes y fragancias..... - – Cuidado del cabello..... 10% – Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados..... 40% – Comercio especializado..... 60% – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros - |
|--|---|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,5%
- Mercado:
 - España: 0,8%
 - Total mercado ibérico: 0,8%

Fuente: DBK.

CHANEL

Accionistas, 2018: Chanel Europe, B.V. (99,9%) (Países Bajos), integrada en el grupo Chanel (Francia)

Número de empleados, 2017: 321

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 (a) | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 149,32 | 158,00 | 5,8 |
| En el sector | 78,06 | 82,00 | 5,0 |
| • Mercado interior | 78,06 (100%) | 82,00 (100%) | 5,0 |
| • Exportaciones | ns | ns | - |

Otros sectores de actividad: confección, complementos, joyería, relojería

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (a):
 - Cuidado de la piel..... 25%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... 55%
 - Cuidado del cabello..... -
 - Cosmética decorativa..... 20%
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 100%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros..... -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: ns
- Mercado (a):
 - España: 1,9%
 - Total mercado ibérico: 1,7%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

CLARINS

Accionistas, 2018: Clarins, B.V. (99,9%) (Países Bajos), integrada en el grupo Clarins (Francia)

Número de empleados, 2018: 246

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 50,71 | 54,06 | 6,6 |
| En el sector | 50,71 | 54,06 | 6,6 |
| • Mercado interior | 50,71 (100%) | 54,06 (100%) | 6,6 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 57%
 - Aseo..... ns
 - Perfumes y fragancias..... 27%
 - Cuidado del cabello..... ns
 - Cosmética decorativa..... 16%
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 100%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 1,2%
 - Total mercado ibérico: 1,2%

Fuente: DBK.

COLGATE-PALMOLIVE

Accionistas, 2018: Colgate Palmolive Holding, S. Com.p.A (99,99%) (España), integrada en el grupo Colgate-Palmolive (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 90

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 126,26 | 127,73 | 1,2 |
| En el sector | 124,20 | 125,75 | 1,2 |
| • Mercado interior | 124,20 (100%) | 125,75 (100%) | 1,2 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos de limpieza para el hogar

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--------------------------------|--|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... 0,5% | - Canal profesional..... - |
| - Aseo..... 99,5% | - G. superficies/supermercados y comercio especializado..... 99,6% |
| - Perfumes y fragancias..... - | - Farmacias y parafarmacias..... 0,4% |
| - Cuidado del cabello..... - | - Venta directa y otros - |
| - Cosmética decorativa..... - | |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 2,9%
 - Total mercado ibérico: 3,2% (a)

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

COSBAR

Accionistas, 2018: Pere Urpi González (España), José Urpi Margarit (España), Francesc Adam Arniges (España)

Número de empleados, 2018: 258

Plantas productivas, octubre 2019: 1. El Prat de Llobregat (Barcelona)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 28,69 | 30,01 | 4,6 |
| En el sector | 28,69 | 29,79 | 3,8 |
| • Mercado interior | 21,42 (74,7%) | 22,29 (74,8%) | 4,1 |
| • Exportaciones | 7,27 (25,3%) | 7,50 (25,2%) | 3,1 |

Otros sectores de actividad: trabajos para terceros

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 12,1%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... 87,9%
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,2%
- Mercado:
 - España: 0,5%
 - Total mercado ibérico: 0,4%

Fuente: DBK.

COTY

Accionistas, 2018: Coty Holdings UK, Ltd. (100%) (Reino Unido), integrada en el grupo Coty (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 1.234

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Granollers (Barcelona)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 298,97 | 342,85 | 14,7 |
| En el sector | 298,97 | 342,85 | 14,7 |
| • Mercado interior | 152,47 (51%) | 202,28 (59%) | 32,7 |
| • Exportaciones | 146,50 (49%) | 140,57 (41%) | -4,0 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... 23% – Aseo..... - – Perfumes y fragancias..... 58% – Cuidado del cabello..... - – Cosmética decorativa..... 19% | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados..... 52% – Comercio especializado..... 48% – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros..... - |
|--|--|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 3,6%
- Mercado:
 - España: 4,6%
 - Total mercado ibérico: 5,2%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 4-6%
- Var. 2020/2019: crecimiento 4-6%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

Fuente: DBK.

COTY BEAUTY

Accionistas, 2018: Coty Holdings UK, Ltd. (100%) (Reino Unido), integrada en el grupo Coty (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 170

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros) (a):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 34,24 | 49,92 | 45,8 |
| En el sector | 34,24 | 49,92 | 45,8 |
| • Mercado interior | 34,24 (100%) | 49,92 (100%) | 45,8 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|----------------------------------|---|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... 9% | - Canal profesional..... 32% |
| - Aseo..... 2% | - G. superficies/supermercados..... 31% |
| - Perfumes y fragancias..... 64% | - Comercio especializado..... 35% |
| - Cuidado del cabello..... 21% | - Farmacias y parafarmacias..... - |
| - Cosmética decorativa..... 4% | - Venta directa y otros 2% |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 1,1%
 - Total mercado ibérico: 5,2%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 4-6%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

(a) corresponde al valor de las ventas en España, y no a su cifra de negocios (comisiones por ventas).

Fuente: DBK.

CRISTIAN LAY

Accionistas, 2018: Ricardo Leal Cordobés (España), M^a Carmen Zahinos Carrasco (España)

Número de empleados, 2017: 1.736 (a)

Plantas productivas, octubre 2019: 2. Jerez de los Caballeros (Badajoz) (2)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 487,41 | 500,00 (b) | 2,6 |
| En el sector (b) | 42,00 | 41,00 | -2,4 |
| • Mercado interior (b) | 36,54 (87%) | 35,67 (87%) | -2,4 |
| • Exportaciones (b) | 5,46 (13%) | 5,33 (13%) | -2,4 |

Otros sectores de actividad: confección, complementos, lencería, marroquinería, joyería, relojería, servicios

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018 (b):

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... 35% – Aseo..... 12% – Perfumes y fragancias..... 20% – Cuidado del cabello..... 5% – Cosmética decorativa..... 28% | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados..... 25% – Comercio especializado..... - – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros 75% |
|---|---|

Cuotas, 2018 (en valor) (b):

- Exportación: 0,1%
- Mercado:
 - España: 0,8%
 - Total mercado ibérico: 0,7%

(a) incluye plantilla en el extranjero. (b) estimación DBK.

Fuente: DBK.

DE RUY PERFUMES

Accionistas, 2018: Campomar, S.L. (100%) (España)

Número de empleados, 2018: 105

Plantas productivas, octubre 2019: 2. Alcalá de Guadaira (Sevilla), Antequera (Málaga)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 53,36 | 59,83 | 12,1 |
| En el sector | 53,36 | 59,83 | 12,1 |
| • Mercado interior | 45,23 (84,8%) | 51,79 (86,6%) | 14,5 |
| • Exportaciones | 8,13 (15,2%) | 8,04 (13,4%) | -1,1 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... * – Aseo..... * – Perfumes y fragancias..... ** – Cuidado del cabello..... - – Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados y comercio especializado..... 100% – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros..... - |
|---|---|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,2%
- Mercado:
 - España: 1,2%
 - Total mercado ibérico: 1,0% (a)

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

DERMOFARM

Accionistas, 2018: New FarmS, S.R.L. (55,13%) (España), Instituto Ganassini, S.p.A. (44,87%) (Italia)

Número de empleados, 2018: 267

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Rubí (Barcelona)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 42,02 | 43,24 | 2,9 |
| En el sector (a) | 42,02 | 43,24 | 2,9 |
| • Mercado interior | 32,71 (77,8%) | 32,23 (74,5%) | -1,4 |
| • Exportaciones | 9,31 (22,2%) | 11,01 (25,5%) | 18,2 |

Otros sectores de actividad: productos farmacéuticos

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| – Cuidado de la piel..... 100% | – Canal profesional..... - |
| – Aseo..... - | – G. superficies/supermercados..... - |
| – Perfumes y fragancias..... ns | – Comercio especializado..... - |
| – Cuidado del cabello..... - | – Farmacias y parafarmacias..... 100% |
| – Cosmética decorativa..... - | – Venta directa y otros..... - |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,3%
- Mercado:
 - España: 0,7%
 - Total mercado ibérico: 0,6%

(a) incluye un pequeño porcentaje de venta de productos farmacéuticos.

Fuente: DBK.

ESTÉE LAUDER

Accionistas, 2018: Estée Lauder Luxembourg, S.A.R.L. (99,9%) (Luxemburgo), integrada en el grupo Estée Lauder (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 1.310

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|----------------|----------------|------------------|
| Total | 162,52 | 170,00 | 4,6 |
| En el sector | 162,52 | 170,00 | 4,6 |
| • Mercado interior | 153,98 (94,7%) | 158,95 (93,5%) | 3,2 |
| • Exportaciones | 8,54 (5,3%) | 11,05 (6,5%) | 29,4 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 67%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... 22%
 - Cuidado del cabello..... 4%
 - Cosmética decorativa..... 7%
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... 3%
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 94%
 - Farmacias y parafarmacias..... 3%
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,3%
- Mercado:
 - España: 3,6%
 - Total mercado ibérico: 3,4%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 4-6%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

Fuente: DBK.

FARLABO

Accionistas, 2018: Farlabo Holding, AG (100%) (Suiza)

Número de empleados, 2018: 108 (a)

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 23,71 | 23,16 | -2,3 |
| En el sector | 23,71 | 23,16 | -2,3 |
| • Mercado interior | 23,71 (100%) | 23,16 (100%) | -2,3 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (b):
 - Cuidado de la piel..... 5%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... 90%
 - Cuidado del cabello..... ns
 - Cosmética decorativa..... 5%

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 0,5%
 - Total mercado ibérico: 0,4%

(a) corresponde a la suma de la plantilla de las empresas Comercial Farlabo España, S.L. y Parfums Rochas Spain, S.L. (b) estimación DBK.

Fuente: DBK.

FUTURE COSMETICS

Accionistas, 2018: Francisco Miguel Aiguade Pfeffermann (100%) (España)

Número de empleados, 2018: 40

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 29,02 | 29,46 | 1,5 |
| En el sector | 29,02 | 29,46 | 1,5 |
| • Mercado interior | 29,02 (100%) | 29,46 (100%) | 1,5 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... ns
 - Perfumes y fragancias..... ns
 - Cuidado del cabello..... ns
 - Cosmética decorativa..... **

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 0,7%
 - Total mercado ibérico: 0,6%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

Fuente: DBK.

GERMAINE DE CAPUCCINI

Accionistas, 2018: Raúl Vidal Ruz (32,41%) (España), Isabel Vidal Vidal (31,58%) (España), M^a Ángeles Vidal Masanet (31,58%) (España), Jesús Vidal Vidal (4,43%) (España)

Número de empleados, 2018: 168

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Alcoy (Alicante)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 26,24 | 29,01 | 10,6 |
| En el sector | 26,24 | 29,01 | 10,6 |
| • Mercado interior | 14,44 (55%) | 15,96 (55%) | 10,6 |
| • Exportaciones | 11,80 (45%) | 13,05 (45%) | 10,6 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 99%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... -
 - Cosmética decorativa..... 1%
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... 100%
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... -
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros..... -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,3%
- Mercado:
 - España: 0,4%
 - Total mercado ibérico: 0,3%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 4-6%
- Var. 2020/2019: crecimiento 4-6%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

Fuente: DBK.

GRUPO BONIQUET SPARCHIM

Accionistas, 2018: Laboratorios Boniquet Sparchim, S.L. (100%) (España)

Número de empleados, 2017: 23

Plantas productivas, octubre 2019: 2. Barcelona, Madrid

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 42,76 | 44,00 (a) | 2,9 |
| En el sector | 37,91 | 39,00 (a) | 2,9 |
| • Mercado interior (a) | 22,75 (60%) | 24,18 (62%) | 6,3 |
| • Exportaciones (a) | 15,16 (40%) | 14,82 (38%) | -2,3 |

Otros sectores de actividad: productos de limpieza para el hogar, edulcorantes, parafarmacia, productos zoosanitarios

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2016:

- | | |
|--------------------------------|---|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| – Cuidado de la piel..... 17% | – Canal profesional..... - |
| – Aseo..... 83% | – G. superficies/supermercados..... 50% |
| – Perfumes y fragancias..... - | – Comercio especializado..... - |
| – Cuidado del cabello..... - | – Farmacias y parafarmacias..... 50% |
| – Cosmética decorativa..... - | – Venta directa y otros - |

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: 0,4%
- Mercado:
 - España: 0,6%
 - Total mercado ibérico: 0,5%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

HENKEL

Accionistas, 2018: Henkel AG & Co. KGAA (100%) (Alemania)

Número de empleados, 2017: 481

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 (a) | % var. 2018/2017 |
|--------------------|----------------|----------------|------------------|
| Total | 499,84 | 500,00 | ns |
| En el sector | 108,74 | 105,00 | -3,4 |
| • Mercado interior | 107,24 (98,6%) | 103,95 (99,0%) | -3,1 |
| • Exportaciones | 1,50 (1,4%) | 1,05 (1,0%) | -29,9 |

Otros sectores de actividad: productos de limpieza, adhesivos

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... **
 - Perfumes y fragancias..... *
 - Cuidado del cabello..... *
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: ns
- Mercado:
 - España: 2,4%
 - Total mercado ibérico: 2,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

INSTITUTO ESPAÑOL

Accionistas, 2018: Grupo Granados Royo, S.L. (100%) (España)

Número de empleados, 2018: 18

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Hinojos (Huelva)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 (a) | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 26,28 | 27,50 | 4,6 |
| En el sector | 26,28 | 27,50 | 4,6 |
| • Mercado interior | 20,25 (77%) | 21,45 (78%) | 6,0 |
| • Exportaciones | 6,03 (23%) | 6,05 (22%) | 0,3 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... *
 - Cuidado del cabello..... *
 - Perfumes y fragancias..... *
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: 0,2%
- Mercado:
 - España: 0,5%
 - Total mercado ibérico: 0,4%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

ISDIN

Accionistas, 2018: Exea Empresarial, S.L. (49,99%) (España), propiedad de la familia Puig; Esteve Pharmaceuticals, S.A. (49,99%) (España)

Número de empleados, 2018: 906 (a)

Plantas productivas, octubre 2019 (b): -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|----------------|------------------|
| Total | 205,77 | 246,09 | 19,6 |
| En el sector | 159,58 | 192,77 | 20,8 |
| • Mercado interior | 83,93 (52,6%) | 89,01 (46,2%) | 6,1 |
| • Exportaciones | 75,65 (47,4%) | 103,76 (53,8%) | 37,2 |

Otros sectores de actividad: productos farmacéuticos

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (c):
 - Cuidado de la piel..... 90%
 - Aseo y cuidado del cabello..... 10%
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cosmética decorativa..... ns
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... -
 - Farmacias y parafarmacias..... 100%
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 2,7%
- Mercado:
 - España: 2,0%
 - Total mercado ibérico: 1,9% (c)

(a) incluye plantilla en el extranjero. (b) la actividad de producción en España es desarrollada por Grupo Puig y Laboratorios del Dr. Esteve, accionistas de la compañía. (c) estimación DBK.

Fuente: DBK.

JOHNSON & JOHNSON

Accionistas, 2018: Johnson & Johnson, Inc. (85,49%) (Estados Unidos), Cordis International, Corp. (10,27%) (Estados Unidos)

Número de empleados, 2017: 731

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 (a) | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 317,18 | 310,00 | -2,3 |
| En el sector | 66,50 | 65,00 | -2,3 |
| • Mercado interior | 66,50 (100%) | 65,00 (100%) | -2,3 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos farmacéuticos, material médico-quirúrgico, parafarmacia, óptica, celulosa, otros productos de consumo

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (a):
 - Cuidado de la piel..... 35%
 - Aseo..... 55%
 - Perfumes y fragancias..... ns
 - Cuidado del cabello..... 10%
 - Cosmética decorativa..... ns

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado (a):
 - España: 1,5%
 - Total mercado ibérico: 1,8%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

L'ORÉAL

Accionistas, 2018: L'Oréal, S.A. (63,86%) (Francia); Oomes, B.V. (36,14%) (Países Bajos), integrada en el grupo L'Oréal (Francia)

Número de empleados, 2018: 2.071

Plantas productivas, octubre 2019: 2. Alcalá de Henares (Madrid), Villalonquéjar (Burgos)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 884,17 | 897,49 | 1,5 |
| En el sector | 884,17 | 897,49 | 1,5 |
| • Mercado interior (a) | 822,28 (93%) | 834,67 (93%) | 1,5 |
| • Exportaciones (a) | 61,89 (7%) | 62,82 (7%) | 1,5 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (a):
 - Cuidado de la piel..... 32%
 - Aseo..... 5%
 - Perfumes y fragancias..... 6%
 - Cuidado del cabello..... 33%
 - Cosmética decorativa..... 24%

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: 1,6%
- Mercado:
 - España: 19,2%
 - Total mercado ibérico: 18,8%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

LABORATORIOS BELLOCH

Accionistas, 2018: María José Ramón Ros (28,70%) (España), María Carmen Consuelo Ramón Ros (28,70%) (España), Juan Enrique Ramón Ros (28,70%) (España), Laboratorios Belloch, S.A. (8,88%) (España), herederos familia Ros (5,00%) (España)

Número de empleados, 2018: 85

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Paterna (Valencia)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 21,44 | 19,25 | -10,2 |
| En el sector | 21,44 | 19,25 | -10,2 |
| • Mercado interior | 19,64 (91,6%) | 17,38 (90,3%) | -11,5 |
| • Exportaciones | 1,80 (8,4%) | 1,87 (9,7%) | 3,7 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|----------------------------------|---|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| – Cuidado de la piel..... 13,5% | – Canal profesional..... 8,5% |
| – Aseo..... - | – G. superficies/supermercados..... 46,0% |
| – Perfumes y fragancias..... - | – Comercio especializado..... 23,0% |
| – Cuidado del cabello..... 86,5% | – Farmacias y parafarmacias..... - |
| – Cosmética decorativa..... - | – Venta directa y otros 22,5% |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: ns
- Mercado:
 - España: 0,4%
 - Total mercado ibérico: 0,3%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

Fuente: DBK.

LABORATORIOS LAMARVI

Accionistas, 2018: Holpindus, S.L. (100%) (España), integrada en el grupo VMV (España)

Número de empleados, 2018: 57

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Lliçá de Vall (Barcelona)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 31,12 | 31,22 | 0,3 |
| En el sector | 31,12 | 31,22 | 0,3 |
| • Mercado interior | 12,15 (39,1%) | 14,14 (45,3%) | 16,4 |
| • Exportaciones | 18,97 (60,9%) | 17,08 (54,7%) | -10,0 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... *
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... **
 - Cosmética decorativa..... *

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,4%
- Mercado:
 - España: 0,3%
 - Total mercado ibérico: 0,3% (a)

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

LABORATORIOS MAVERICK

Accionistas, 2018: Ubesol, S.L. (100%) (España), integrada en el grupo Ubesol-Maverick (España)

Número de empleados, 2018: 463

Plantas productivas, octubre 2019: 2. San Fernando de Henares (Madrid), Ulldecona (Tarragona)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 113,56 | 117,10 | 3,1 |
| En el sector | 113,56 | 117,10 | 3,1 |
| • Mercado interior | 113,56 (100%) | 117,10 (100%) | 3,1 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (a):
 - Cuidado de la piel..... 0,9%
 - Aseo..... 58,4%
 - Perfumes y fragancias..... 1,2%
 - Cuidado del cabello..... 39,5%
 - Cosmética decorativa..... -
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados (b).. 100,0%
 - Comercio especializado..... -
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 2,7%
 - Total mercado ibérico: 2,2%

(a) 2015. (b) Mercadona.

Fuente: DBK.

LABORATORIOS SAPHIR

Accionistas, 2018: Global Saphir Group, S.L. (100%) (España)

Número de empleados, 2017: 60

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Zaragoza

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 (a) | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 37,60 | 38,00 | 1,1 |
| En el sector | 37,60 | 38,00 | 1,1 |
| • Mercado interior | 36,13 (96,1%) | 36,48 (96,0%) | 1,0 |
| • Exportaciones | 1,47 (3,9%) | 1,52 (4,0%) | 3,2 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... -
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... 100%
 - Cuidado del cabello..... -
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: ns
- Mercado:
 - España: 0,8%
 - Total mercado ibérico: 0,7%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

LVMH

Accionistas, 2018: Parfums Christian Dior, S.A. (61%) (Francia), Louis Vuitton Malletier, S.A. (22%) (Francia), Sephora, S.A. (17%) (Francia). integradas en el grupo LVMH (Francia), a su vez participado por el grupo Christian Dior (Francia)

Número de empleados, 2018: 1.101

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 266,78 | 289,39 | 8,5 |
| En el sector | 113,20 | 123,54 | 9,1 |
| • Mercado interior | 113,20 (100%) | 123,54 (100%) | 9,1 |
| • Exportaciones | ns | ns | - |

Otros sectores de actividad: confección y complementos de lujo, zapatería, bisutería, relojería

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: - Cuidado de la piel..... 33,4% - Aseo..... - - Perfumes y fragancias..... 60,1% - Cuidado del cabello..... - - Cosmética decorativa..... 6,5% | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: - Canal profesional..... - - G. superficies/supermercados..... - - Comercio especializado..... 100,0% - Farmacias y parafarmacias..... - - Venta directa y otros - |
|---|--|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: ns
- Mercado:
 - España: 2,8%
 - Total mercado ibérico: 2,6%

Fuente: DBK.

MARY KAY

Accionistas, 2018: Mary Kay, Inc. (99,99%) (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 91

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 36,53 | 31,13 | -14,8 |
| En el sector | 36,53 | 31,13 | -14,8 |
| • Mercado interior | 36,53 (100%) | 31,13 (100%) | -14,8 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| – Cuidado de la piel..... 63,3% | – Canal profesional..... - |
| – Aseo..... 3,5% | – G. superficies/supermercados..... - |
| – Perfumes y fragancias..... 1,5% | – Comercio especializado..... - |
| – Cuidado del cabello..... - | – Farmacias y parafarmacias..... - |
| – Cosmética decorativa..... 31,7% | – Venta directa y otros 100,0% |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 0,7%
 - Total mercado ibérico: 0,7%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: estancamiento
- Var. 2021/2020: descenso 1-3%

Fuente: DBK.

NATURA BISSÉ

Accionistas, 2018: Verónica Fisas Verges (50%) (España), María Gloria Verges Lasaga (50%) (España)

Número de empleados, 2018: 311

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Cerdanyola del Vallés (Barcelona)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 61,00 | 65,00 | 6,6 |
| En el sector (a) | 61,00 | 65,00 | 6,6 |
| • Mercado interior | 13,42 (22%) | 16,90 (26%) | 25,9 |
| • Exportaciones | 47,58 (78%) | 48,10 (74%) | 1,1 |

Otros sectores de actividad: venta minorista y nutricosmética

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 100%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... -
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 1,2%
- Mercado:
 - España: 0,4%
 - Total mercado ibérico: 0,3%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento > 10%
- Var. 2020/2019: crecimiento > 10%
- Var. 2021/2020: crecimiento > 10%

(a) incluye venta minorista y nutricosmética.

Fuente: DBK.

ORIFLAME

Accionistas, 2018: Oriflame Cosmetics Global, S.A. Luxembourg, Schaffhausen Branch (100%) (Suiza), integrada en el grupo Oriflame (Suecia)

Número de empleados, 2015: 34

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros) (a):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 15,00 | 14,50 | -3,3 |
| En el sector | 14,00 | 13,50 | -3,6 |
| • Mercado interior | 14,00 (100%) | 13,50 (100%) | -3,6 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: confección, complementos, relojes, juguetes, complementos para el hogar

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018 (a):

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... 40% – Aseo..... 10% – Perfumes y fragancias..... 10% – Cuidado del cabello..... 15% – Cosmética decorativa..... 25% | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... 20% – G. superficies/supermercados..... - – Comercio especializado..... - – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros 80% |
|--|---|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado (a):
 - España: 0,3%
 - Total mercado ibérico: 0,7%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

PERFUMES Y DISEÑO

Accionistas, 2018: Corle, Ltd. (53,78%) (Chipre), Colover Holding, AG (38,46%) (Suiza), Pedro Trólez Martínez (1,93%) (España)

Número de empleados, 2018: 307

Plantas productivas, octubre 2019 (a): -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 58,91 | 62,49 | 6,1 |
| En el sector | 52,45 | 57,54 | 9,7 |
| • Mercado interior | 20,04 (38,2%) | 21,43 (37,3%) | 7,0 |
| • Exportaciones | 32,41 (61,8%) | 36,11 (62,8%) | 11,4 |

Otros sectores de actividad: moda

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 1,3%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... 98,7%
 - Cuidado del cabello..... -
 - Cosmética decorativa..... -
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 100,0%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros..... -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,9%
- Mercado:
 - España: 0,5%
 - Total mercado ibérico: 0,5%

(a) subcontrata la producción a proveedores externos.

Fuente: DBK.

PIERRE FABRE

Accionistas, 2018: Pierre Fabre, S.A. (100%) (Francia)

Número de empleados, 2018: 471

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 134,30 | 127,77 | -4,9 |
| En el sector | 89,21 | 84,72 | -5,0 |
| • Mercado interior | 89,21 (100%) | 84,72 (100%) | -5,0 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: especialidades farmacéuticas, productos dietéticos, prestación de servicios

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|----------------------------------|--|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| – Cuidado de la piel..... 76,6% | – Canal profesional..... 13,0% |
| – Aseo..... 7,9% | – G. superficies/supermercados (a).... 13,0% |
| – Perfumes y fragancias..... - | – Comercio especializado..... - |
| – Cuidado del cabello..... 15,5% | – Farmacias y parafarmacias..... 74,0% |
| – Cosmética decorativa..... - | – Venta directa y otros - |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado:
 - España: 1,9%
 - Total mercado ibérico: 2,2% (b)

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

(a) El Corte Inglés se incluye en el canal de grandes superficies y supermercados. (b) estimación DBK.

Fuente: DBK.

PROCTER & GAMBLE

Accionistas, 2018: Procter & Gamble Productos de Consumo, S.L. (80%) (España), Procter & Gamble Holding, S.R.L. (20%) (Italia), integradas en el grupo Procter & Gamble (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 521

Plantas productivas, octubre 2019 (a): -

Facturación (mill. euros) (b) (c):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|--------------|------------------|
| Total | 685,00 | 625,00 | -8,8 |
| En el sector | 108,00 | 99,00 | -8,3 |
| • Mercado interior | 108,00 (100%) | 99,00 (100%) | -8,3 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos de limpieza para el hogar, productos farmacéuticos, celulosa, alimentación, baterías, productos de afeitado e higiene bucal

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... **
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... **
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado (c):
 - España: 2,3%
 - Total mercado ibérico: 2,5%

(a) a elaboración de los productos de la marca *Ambi Pur* se realiza en su planta de detergentes ubicada en Mataró (Barcelona). (b) corresponde al valor de las ventas en España, y no a su cifra de negocios (comisiones por ventas). (c) estimación DBK.

Fuente: DBK.

PUIG

Accionistas, 2018: Exea International, B.V. (48%) (Países Bajos), Exea Empresarial, S.L. (40%) (España), Puig Gest, S.A. (11%) (España), todas ellas propiedad de la familia Puig

Número de empleados, 2018: 4.563 (a)

Plantas productivas, octubre 2019 (b): 3. Alcalá de Henares (Madrid), Barcelona, Vacarisses (Barcelona)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|----------------|----------------|------------------|
| Total (c) | 1.935,17 | 1.932,69 | -0,1 |
| En el sector (d) | 1.062,20 | 1.009,11 | -5,0 |
| • Mercado interior | 267,90 (25,2%) | 257,87 (25,6%) | -3,7 |
| • Exportaciones | 794,30 (74,8%) | 751,24 (74,4%) | -5,4 |

Otros sectores de actividad: facturación de filiales en el extranjero y moda

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: - Cuidado de la piel..... 0,6% - Aseo..... 1,8% - Perfumes y fragancias..... 97,6% - Cuidado del cabello..... - - Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: - Canal profesional..... - - G. superficies/supermercados y comercio especializado..... 100,0% - Farmacias y parafarmacias..... - - Venta directa y otros..... - |
|--|---|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 19,4%
- Mercado:
 - España: 5,9%
 - Total mercado ibérico: 5,3%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

(a) incluye plantilla en el extranjero. (b) además, cuenta con dos plantas en México y Francia. (c) facturación del grupo a escala internacional, incluyendo filiales en el extranjero. (d) corresponde a la facturación de las sociedades españolas del grupo. La facturación en el sector del grupo a escala mundial, excluyendo su división de moda, fue de 1.682,46 millones de euros en 2016, 1.829,35 millones en 2017 y 1.798,46 millones en 2018.

Fuente: DBK.

RNB

Accionistas, 2018: Inversiones Antaviana, S.L. (50%) (España), Inversiones Puertoblanco, S.L. (50%) (España)

Número de empleados, 2018: 546

Plantas productivas, octubre 2019: 1. La Pobla de Vallbona (Valencia)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 80,15 | 91,62 | 14,3 |
| En el sector | 80,15 | 91,62 | 14,3 |
| • Mercado interior | 77,75 (97%) | 88,87 (97%) | 14,3 |
| • Exportaciones | 2,40 (3%) | 2,75 (3%) | 14,3 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... 80% – Aseo..... 2% – Perfumes y fragancias..... 18% – Cuidado del cabello..... - – Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados (a)..... 100% – Comercio especializado..... - – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros - |
|---|--|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,1%
- Mercado:
 - España: 2,0%
 - Total mercado ibérico: 1,7%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

(a) Mercadona.

Fuente: DBK.

SHISEIDO

Accionistas, 2018: Shiseido International Europe, S.A. (100%) (Francia), integrada en el grupo Shiseido (Japón)

Número de empleados, 2017: 301

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|----------------|--------------------|------------------|
| Total | 106,09 | 104,32 | -1,7 |
| En el sector | 106,09 | 104,32 | -1,7 |
| • Mercado interior | 101,60 (95,8%) | 100,15 (96,0%) (a) | -1,4 |
| • Exportaciones | 4,49 (4,2%) | 4,17 (4,0%) (a) | -7,1 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (b):
 - Cuidado de la piel..... **
 - Aseo..... *
 - Perfumes y fragancias..... 57,8%
 - Cuidado del cabello..... *
 - Cosmética decorativa..... *
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 100,0%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: 0,1%
- Mercado:
 - España: 2,3%
 - Total mercado ibérico: 1,9%

(a) estimación DBK. (b) 2017.

Fuente: DBK.

SISLEY

Accionistas, 2018: C.F.E.B. Sisley, SAS (99%) (Francia)

Número de empleados, 2018: 175

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 29,37 | 31,81 | 8,3 |
| En el sector | 29,37 | 31,81 | 8,3 |
| • Mercado interior | 28,11 (95,7%) | 30,29 (95,2%) | 7,8 |
| • Exportaciones | 1,26 (4,3%) | 1,52 (4,8%) | 20,7 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... -
 - Cuidado del cabello..... -
 - Perfumes y fragancias..... *
 - Cosmética decorativa..... *

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: ns
- Mercado:
 - España: 0,7%
 - Total mercado ibérico: 0,6%

Fuente: DBK.

TAHE

Accionistas, 2018: Nuestro Mundo Empresarial, S.L. (96,97%) (España)

Número de empleados, 2018: 244

Plantas productivas, octubre 2019: 1. San Ginés (Murcia)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 25,26 | 24,39 | -3,4 |
| En el sector (a) | 25,26 | 24,39 | -3,4 |
| • Mercado interior | 19,86 (78,6%) | 19,40 (79,6%) | -2,3 |
| • Exportaciones | 5,40 (21,4%) | 4,99 (20,4%) | -7,6 |

Otros sectores de actividad: venta de máquinas y accesorios de peluquería

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... **
 - Cosmética decorativa..... *

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: 0,1%
- Mercado:
 - España: 0,4%
 - Total mercado ibérico: 0,4% (b)

(a) incluye un pequeño porcentaje de venta de máquinas y accesorios de peluquería. (b) estimación DBK.

Fuente: DBK.

UNILEVER

Accionistas, 2018: Lipoma, B.V. (75%) (Países Bajos), Handelmaatschappij Noorda, B.V. (25%) (Países Bajos), integradas en el grupo Unilever (Reino Unido)

Número de empleados, 2018: 437

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 522,41 | 504,99 | -3,3 |
| En el sector (a) | 122,00 | 124,00 | 1,6 |
| • Mercado interior (a) | 122,00 (100%) | 124,00 (100%) | 1,6 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos de limpieza para el hogar, alimentación

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

| | |
|--------------------------------|---|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... * | - Canal profesional..... - |
| - Aseo..... ** | - G. superficies/supermercados y comercio especializado..... 100% |
| - Perfumes y fragancias..... * | - Farmacias y parafarmacias..... - |
| - Cuidado del cabello..... * | - Venta directa y otros..... - |
| - Cosmética decorativa..... - | |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado (a):
 - España: 2,8%
 - Total mercado ibérico: 3,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

WECOLORS

Accionistas, 2018: We Tree, S.L. (100%) (España)

Número de empleados, 2017: 53

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Vilassar de Dalt (Barcelona)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 (a) | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 31,97 | 33,50 | 4,8 |
| En el sector | 31,97 | 33,50 | 4,8 |
| • Mercado interior | 31,38 (98,1%) | 32,66 (97,5%) | 4,1 |
| • Exportaciones | 0,59 (1,9%) | 0,84 (2,5%) | 41,6 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... - – Aseo..... - – Perfumes y fragancias..... - – Cuidado del cabello..... - – Cosmética decorativa..... 100% | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados (b)..... 100% – Comercio especializado..... - – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros - |
|---|--|

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: ns
- Mercado:
 - España: 0,7%
 - Total mercado ibérico: 0,6%

(a) estimación DBK. (b) Mercadona.

Fuente: DBK.

YODEYMA

Accionistas, 2018: Adrasto, S.L. (100%) (España)

Número de empleados, 2017: 192

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Toledo

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 (a) | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 49,40 | 55,00 | 11,3 |
| En el sector | 49,40 | 55,00 | 11,3 |
| • Mercado interior | 11,70 (23,7%) | 9,90 (18,0%) | -15,4 |
| • Exportaciones | 37,70 (76,3%) | 45,10 (82,0%) | 19,6 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| • Segmentos de actividad (b): | • Canales de distribución: |
| – Cuidado de la piel..... - | – Canal profesional..... - |
| – Aseo..... - | – G. superficies/supermercados..... - |
| – Perfumes y fragancias..... 99,4% | – Comercio especializado..... - |
| – Cuidado del cabello..... 0,5% | – Farmacias y parafarmacias..... - |
| – Cosmética decorativa..... 0,1% | – Venta directa y otros 100,0% |

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Exportación: 1,2%
- Mercado:
 - España: 0,2%
 - Total mercado ibérico: 0,3%

(a) estimación DBK. (b) 2017.

Fuente: DBK.

YVES ROCHER

Accionistas, 2018: Yves Rocher International, S.R.L. (100%) (Francia)

Número de empleados, 2018: 341

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 (a) | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 64,50 | 65,00 | 0,8 |
| En el sector | 64,50 | 65,00 | 0,8 |
| • Mercado interior | 64,50 (100%) | 65,00 (100%) | 0,8 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (b):
 - Cuidado de la piel..... 53,5%
 - Aseo..... 7,6%
 - Perfumes y fragancias..... 15,9%
 - Cuidado del cabello..... 4,8%
 - Cosmética decorativa..... 18,2%
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado (c)..... 100,0%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Exportación: -
- Mercado (a):
 - España: 1,5%
 - Total mercado ibérico: 1,5%

(a) estimación DBK. (b) 2017. (c) tiendas propias.

Fuente: DBK.

4. PERFILES DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES

4.2. Empresas portuguesas

A.C. COSMETICS

Accionistas, 2018: A.C. Cosmetics, S.A. (100%) (España)

Número de empleados, 2018: 15

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 2,22 | 2,28 | 2,7 |
| En el sector | 2,22 | 2,28 | 2,7 |
| • Mercado interior | 2,22 (100%) | 2,28 (100%) | 2,7 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 84,5%
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... 0,5%
 - Cuidado del cabello..... 1,0%
 - Cosmética decorativa..... 14,0%
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 99,5%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros 0,5%

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 0,3%
 - Total mercado ibérico: 0,3%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 1-3%
- Var. 2020/2019: crecimiento 4-6%
- Var. 2021/2020: crecimiento 1-3%

Fuente: DBK.

AROMAS INTERNACIONAIS

Accionistas, 2018: Perfumes y Diseño Holding, S.L. (50,41%) (España), Carlos Filipe Gonçalves do Coito (49,58%) (Portugal)

Número de empleados, 2018: 19

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 4,81 | 4,91 | 2,1 |
| En el sector | 4,81 | 4,91 | 2,1 |
| • Mercado interior | 3,38 (70,3%) | 3,78 (77,0%) | 11,9 |
| • Exportaciones | 1,43 (29,7%) | 1,13 (23,0%) | -21,0 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... -
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... 100%
 - Cuidado del cabello..... -
 - Cosmética decorativa..... -
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 100%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 0,4%
 - Total mercado ibérico: 0,5%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: estancamiento
- Var. 2020/2019: crecimiento 1-3%
- Var. 2021/2020: crecimiento 4-6%

Fuente: DBK.

AVON

Accionistas, 2018: Avon Cosmetics, Ltd. (100%) (Reino Unido), integrada en el grupo Avon (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 85

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 29,16 | 27,63 | -5,2 |
| En el sector (a) | 25,50 | 24,50 | -3,9 |
| • Mercado interior (a) | 25,50 (100%) | 24,50 (100%) | -3,9 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: bisutería, lencería, productos para el hogar

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad (a): – Cuidado de la piel..... 25% – Aseo..... 15% – Perfumes y fragancias..... 25% – Cuidado del cabello..... 10% – Cosmética decorativa..... 25% | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados..... - – Comercio especializado..... - – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros 100% |
|--|--|

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 2,8%
 - Total mercado ibérico: 1,0%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

BEAUTYGE

Accionistas, 2018: Beautyge, S.L. (99,99%) (España), integrada en el grupo Revlon (Estados Unidos)

Número de empleados, 2016: 21

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros) (a):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 4,75 | 5,00 | 5,3 |
| En el sector | 4,75 | 5,00 | 5,3 |
| • Mercado interior | 4,75 (100%) | 5,00 (100%) | 5,3 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... -
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... 100%
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 0,6%
 - Total mercado ibérico: 2,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

BEIERSDORF

Accionistas, 2018: Beiersdorf Aktiengesellschaft (70%) (Alemania), Phanex Handelsgesellschaft MBH (30%) (Alemania), integradas en el grupo Beiersdorf (Alemania)

Número de empleados, 2018: 74

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 48,60 | 48,45 | -0,3 |
| En el sector (a) | 43,00 | 43,15 | 0,3 |
| • Mercado interior (a) | 43,00 (100%) | 43,15 (100%) | 0,3 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: apósitos, vendas, esparadrapos y similares

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (a):
 - Cuidado de la piel..... 60%
 - Aseo..... 40%
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... -
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 5,0%
 - Total mercado ibérico: 3,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

CBMP

Accionistas, 2018: Cosmética Cosbar, S.L. (100%) (España)

Número de empleados, 2018: 4

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 0,01 | 0,31 | 3.000,0 |
| En el sector | 0,01 | 0,31 | 3.000,0 |
| • Mercado interior | 0,01 (100%) | 0,31 (100%) | 3.000,0 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... -
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... 100%
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: ns
 - Total mercado ibérico: 0,4%

Fuente: DBK.

CHANEL

Accionistas, 2018: Chanel Europe, B.V. (99,8%) (Países Bajos), integrada en el grupo Chanel (Francia)

Número de empleados, 2018: 21

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|------------|-------------|------------------|
| Total | 10,09 | 11,06 | 9,6 |
| En el sector (a) | 7,00 | 7,70 | 10,0 |
| • Mercado interior (a) | 6,93 (99%) | 7,70 (100%) | 11,1 |
| • Exportaciones (a) | 0,07 (1%) | ns | na |

Otros sectores de actividad: confección, complementos, joyería, relojería

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: - Cuidado de la piel..... * - Aseo..... - - Perfumes y fragancias..... ** - Cuidado del cabello..... - - Cosmética decorativa..... * | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: - Canal profesional..... - - G. superficies/supermercados..... - - Comercio especializado..... 100% - Farmacias y parafarmacias..... - - Venta directa y otros..... - |
|---|---|

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 0,9%
 - Total mercado ibérico: 1,7%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

CLARINS

Accionistas, 2018: Clarins, B.V. (100%) (Países Bajos), integrada en el grupo Clarins (Francia)

Número de empleados, 2018: 71

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|---------------|------------------|
| Total | 9,91 | 10,88 | 9,8 |
| En el sector | 9,91 | 10,88 | 9,8 |
| • Mercado interior | 9,79 (98,8%) | 10,76 (98,9%) | 9,9 |
| • Exportaciones | 0,12 (1,2%) | 0,12 (1,1%) | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... ** | - Canal profesional..... - |
| - Aseo..... * | - G. superficies/supermercados..... - |
| - Perfumes y fragancias..... ** | - Comercio especializado..... 100% |
| - Cuidado del cabello..... * | - Farmacias y parafarmacias..... - |
| - Cosmética decorativa..... * | - Venta directa y otros..... - |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 1,2%
 - Total mercado ibérico: 1,2%

Fuente: DBK.

COLGATE-PALMOLIVE

Accionistas, 2018: Colgate-Palmolive-Participações e Investimentos Imobiliários, Lda. (100%) (Portugal), integrada en el grupo Colgate-Palmolive (Estados Unidos)

Número de empleados, 2015: 54

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros) (a):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 45,50 | 46,50 | 2,2 |
| En el sector | 42,00 | 43,75 | 4,2 |
| • Mercado interior | 39,06 (93%) | 40,69 (93%) | 4,2 |
| • Exportaciones | 2,94 (7%) | 3,06 (7%) | 4,1 |

Otros sectores de actividad: productos de limpieza para el hogar

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--------------------------------|---|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... - | - Canal profesional..... - |
| - Aseo..... 100% | - G. superficies/supermercados y comercio especializado..... 100% |
| - Perfumes y fragancias..... - | - Farmacias y parafarmacias..... ns |
| - Cuidado del cabello..... - | - Venta directa y otros..... - |
| - Cosmética decorativa..... - | |

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 4,7%
 - Total mercado ibérico: 3,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

COTY

Accionistas, 2018: sucursal en Portugal de Coty Spain, S.L. (España), integrada en el grupo Coty (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 16

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 5,99 | 6,93 | 15,7 |
| En el sector | 5,99 | 6,93 | 15,7 |
| • Mercado interior | 5,99 (100%) | 6,93 (100%) | 15,7 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... 17% – Aseo..... - – Perfumes y fragancias..... 83% – Cuidado del cabello..... - – Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados..... - – Comercio especializado..... 100% – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros - |
|--|--|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 0,8%
 - Total mercado ibérico: 5,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

COTY BEAUTY

Accionistas, 2018: Coty Beauty Spain, S.L. (100%) (España), integrada en el grupo Coty (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 59

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 7,79 | 14,60 | 87,4 |
| En el sector | 7,79 | 14,60 | 87,4 |
| • Mercado interior | 7,79 (100%) | 14,31 (98%) | 83,7 |
| • Exportaciones | - | 0,29 (2%) | na |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... -
 - Aseo..... -
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... 100%
 - Cosmética decorativa..... -
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado..... 100%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 1,7%
 - Total mercado ibérico: 5,2%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: crecimiento 7-10%
- Var. 2020/2019: crecimiento 4-6%
- Var. 2021/2020: crecimiento 4-6%

Fuente: DBK.

GANASSINI

Accionistas, 2018: Dermofarm, S.A. (100%) (España)

Número de empleados, 2018: 9

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 0,66 | 0,65 | -1,5 |
| En el sector | 0,66 | 0,65 | -1,5 |
| • Mercado interior | 0,66 (100%) | 0,65 (100%) | -1,5 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: - Cuidado de la piel..... 100% - Aseo..... - - Perfumes y fragancias..... - - Cuidado del cabello..... - - Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: - Canal profesional..... - - G. superficies/supermercados..... - - Comercio especializado..... - - Farmacias y parafarmacias..... 100% - Venta directa y otros - |
|---|--|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 0,1%
 - Total mercado ibérico: 0,6%

Fuente: DBK.

HENKEL

Accionistas, 2018: Henkel Ibérica, S.A. (100%) (España), integrada en el grupo Henkel (Alemania)

Número de empleados, 2016: 96

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros) (a):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 65,00 | 64,00 | -1,5 |
| En el sector | 9,00 | 9,25 | 2,8 |
| • Mercado interior | 9,00 (100%) | 9,25 (100%) | 2,8 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos para el hogar, adhesivos

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... **
 - Perfumes y fragancias..... *
 - Cuidado del cabello..... *
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 1,1%
 - Total mercado ibérico: 2,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

ISDIN

Accionistas, 2018: Isdin, S.A. (100%) (España)

Número de empleados, 2017: 40

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 11,91 | 13,00 (a) | 9,2 |
| En el sector (a) | 8,75 | 9,75 | 11,4 |
| • Mercado interior (a) | 8,75 (100%) | 9,75 (100%) | 11,4 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos farmacéuticos

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad (a): – Cuidado de la piel..... 90% – Aseo..... - – Perfumes y fragancias..... - – Cuidado del cabello..... 10% – Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados..... - – Comercio especializado..... - – Farmacias y parafarmacias..... 100% – Venta directa y otros - |
|--|--|

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 1,1%
 - Total mercado ibérico: 1,9%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

JOHNSON & JOHNSON

Accionistas, 2018: Johnson & Johnson International, Inc. (68,18%) (Estados Unidos), Johnson & Johnson Consumer, Inc. (22,72%) (Estados Unidos), Cordis International Corporation (9,09%) (Estados Unidos)

Número de empleados, 2017: 215

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 90,40 | 93,00 (a) | 2,9 |
| En el sector (a) | 29,50 | 30,75 | 4,2 |
| • Mercado interior (a) | 29,50 (100%) | 30,75 (100%) | 4,2 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos farmacéuticos, material médico-quirúrgico, parafarmacia, óptica, celulosa, otros productos de consumo

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... **
 - Aseo..... **
 - Perfumes y fragancias..... *
 - Cuidado del cabello..... *
 - Cosmética decorativa..... *

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 3,6%
 - Total mercado ibérico: 1,8%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

L'ORÉAL

Accionistas, 2018: L'Oréal, S.A. (100%) (Francia)

Número de empleados, 2018: 424

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|----------------|----------------|------------------|
| Total | 150,67 | 149,76 | -0,6 |
| En el sector | 150,67 | 149,76 | -0,6 |
| • Mercado interior | 150,37 (99,8%) | 149,61 (99,9%) | -0,5 |
| • Exportaciones | 0,30 (0,2%) | 0,15 (0,1%) | -50,0 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... **
 - Aseo..... *
 - Perfumes y fragancias..... *
 - Cuidado del cabello..... **
 - Cosmética decorativa..... *

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 17,3%
 - Total mercado ibérico: 18,8% (a)

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

LVMH

Accionistas, 2018: LVMH Iberia, S.L. (99,6%) (España), integrada en el grupo LVMH (Francia), a su vez participado por el grupo Christian Dior (Francia)

Número de empleados, 2018: 124

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 12,14 | 13,20 | 8,7 |
| En el sector | 12,14 | 13,20 | 8,7 |
| • Mercado interior | 12,14 (100%) | 13,20 (100%) | 8,7 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... 33% | - Canal profesional..... - |
| - Aseo..... - | - G. superficies/supermercados..... - |
| - Perfumes y fragancias..... 60% | - Comercio especializado..... 100% |
| - Cuidado del cabello..... - | - Farmacias y parafarmacias..... - |
| - Cosmética decorativa..... 7% | - Venta directa y otros - |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 1,5%
 - Total mercado ibérico: 2,6%

Fuente: DBK.

MARY KAY

Accionistas, 2018: Mary Kay Cosmetics de España, S.A. (100%) (España), integrada en el grupo Mary Kay (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 15

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 5,84 | 5,58 | -4,5 |
| En el sector | 5,84 | 5,58 | -4,5 |
| • Mercado interior | 5,84 (100%) | 5,58 (100%) | -4,5 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| • Segmentos de actividad: | • Canales de distribución: |
| - Cuidado de la piel..... ** | - Canal profesional..... - |
| - Aseo..... - | - G. superficies/supermercados..... - |
| - Perfumes y fragancias..... * | - Comercio especializado..... - |
| - Cuidado del cabello..... - | - Farmacias y parafarmacias..... - |
| - Cosmética decorativa..... * | - Venta directa y otros 100% |

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 0,6%
 - Total mercado ibérico: 0,7%

Fuente: DBK.

ORIFLAME

Accionistas, 2018: Oriflame Cosmetics Global, S.A. (71,59%) (Luxemburgo), Oriflame Holdings, B.V. (28,39%) (Países Bajos), integradas en el grupo Oriflame (Suecia)

Número de empleados, 2018: 72

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|-------------|-------------|------------------|
| Total | 27,28 | 27,88 | 2,2 |
| En el sector (a) | 25,00 | 25,75 | 3,0 |
| • Mercado interior (a) | 20,25 (81%) | 21,12 (82%) | 4,3 |
| • Exportaciones (a) | 4,75 (19%) | 4,63 (18%) | -2,5 |

Otros sectores de actividad: confección, complementos, relojes, juguetes, complementos para el hogar

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... **
 - Aseo..... *
 - Perfumes y fragancias..... *
 - Cuidado del cabello..... *
 - Cosmética decorativa..... **

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 2,4%
 - Total mercado ibérico: 0,7%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

PIERRE FABRE

Accionistas, 2018: Pierre Fabre Dermo-Cosmetique (99,96%) (Francia)

Número de empleados, 2018: 148

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|--------------|------------------|------------------|
| Total | 39,03 | 38,63 | -1,0 |
| En el sector | 28,86 | 29,25 (a) | 1,4 |
| • Mercado interior | 28,86 (100%) | 29,25 (100%) (a) | 1,4 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: especialidades farmacéuticas, productos dietéticos, prestación de servicios

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2017:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... 70,7%
 - Aseo..... 24,3%
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... 5,0%
 - Cosmética decorativa..... -
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... 25,5%
 - Comercio especializado..... -
 - Farmacias y parafarmacias..... 74,5%
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 3,4%
 - Total mercado ibérico: 2,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

PROCTER & GAMBLE

Accionistas, 2018: Procter & Gamble España, S.A. (100%) (España), integrada en el grupo Procter & Gamble (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 84

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 39,03 | 38,17 | -2,2 |
| En el sector (a) | 30,00 | 29,50 | -1,7 |
| • Mercado interior (a) | 30,00 (100%) | 29,50 (100%) | -1,7 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos farmacéuticos, celulosa, alimentación, baterías, productos de afeitado e higiene bucal

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad:
 - Cuidado de la piel..... *
 - Aseo..... **
 - Perfumes y fragancias..... -
 - Cuidado del cabello..... *
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 3,4%
 - Total mercado ibérico: 2,5%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

PUIG

Accionistas, 2018: Antonio Puig, S.A. (72,45%) (España), Jerónimo Martins-Distribuição de Produtos de Consumo, Lda. (27,54%) (Portugal)

Número de empleados, 2018: 22

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 17,50 | 18,90 | 8,0 |
| En el sector | 17,50 | 18,90 | 8,0 |
| • Mercado interior | 17,42 (99,5%) | 18,81 (99,5%) | 8,0 |
| • Exportaciones | 0,08 (0,5%) | 0,09 (0,5%) | 12,5 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: – Cuidado de la piel..... - – Aseo..... 0,2% – Perfumes y fragancias..... 99,8% – Cuidado del cabello..... - – Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: – Canal profesional..... - – G. superficies/supermercados y comercio especializado..... 100,0% – Farmacias y parafarmacias..... - – Venta directa y otros..... - |
|---|---|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
- Portugal: 2,2%
- Total mercado ibérico: 5,3%

Previsión de variación de la facturación en el sector:

- Var. 2019/2018: descenso 1-3%
- Var. 2020/2019: descenso 1-3%
- Var. 2021/2020: descenso 1-3%

Fuente: DBK.

SOCOSMET

Accionistas, 2018: Estée Lauder Cosmetics Luxembourg, S.A.R.L. (82,99%) (Luxemburgo), Estée Lauder Europe, Inc. (17%) (Luxemburgo), integradas en el grupo Estée Lauder (Estados Unidos)

Número de empleados, 2018: 104

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 18,22 | 17,53 | -3,8 |
| En el sector | 18,22 | 17,53 | -3,8 |
| • Mercado interior | 17,99 (98,8%) | 17,33 (98,9%) | -3,7 |
| • Exportaciones | 0,23 (1,2%) | 0,20 (1,1%) | -13,0 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de actividad: - Cuidado de la piel..... ** - Aseo..... - - Perfumes y fragancias..... * - Cuidado del cabello..... - - Cosmética decorativa..... - | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución: - Canal profesional..... - - G. superficies/supermercados..... - - Comercio especializado..... 100% - Farmacias y parafarmacias..... - - Venta directa y otros..... - |
|---|---|

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 2,0%
 - Total mercado ibérico: 3,4%

Fuente: DBK.

UNILEVER FIMA

Accionistas, 2018: Brooke Bond South India Estates, Ltd. (54,99%) (Reino Unido), integrada en el grupo Unilever (Reino Unido); Movendo Industries, B.V. (32,49%) (Países Bajos), JMBD – Representação e Distribuição de Marcas, Lda. (12,50%) (Portugal), ambas propiedad de la familia Santos, accionista mayoritaria del grupo Jerónimo Martins

Número de empleados, 2018: 343

Plantas productivas, octubre 2019: 1. Sacavém (Lisboa)

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|------------------------|--------------|--------------|------------------|
| Total | 346,96 | 322,35 | -7,1 |
| En el sector (a) | 43,50 | 44,00 | 1,1 |
| • Mercado interior (a) | 43,50 (100%) | 44,00 (100%) | 1,1 |
| • Exportaciones | - | - | - |

Otros sectores de actividad: productos de limpieza para el hogar y de alimentación

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (a):
 - Cuidado de la piel..... 40%
 - Aseo..... 35%
 - Perfumes y fragancias..... 5%
 - Cuidado del cabello..... 20%
 - Cosmética decorativa..... -

Cuotas, 2018 (en valor) (a):

- Mercado:
 - Portugal: 5,1%
 - Total mercado ibérico: 3,2%

(a) estimación DBK.

Fuente: DBK.

YVES ROCHER

Accionistas, 2018: Yves Rocher International, S.R.L. (99,6%) (Francia)

Número de empleados, 2018: 79

Plantas productivas, octubre 2019: -

Facturación (mill. euros):

| | 2017 | 2018 | % var. 2018/2017 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|
| Total | 15,97 | 14,65 | -8,3 |
| En el sector | 15,97 | 14,65 | -8,3 |
| • Mercado interior | 15,94 (99,8%) | 14,53 (99,2%) | -8,8 |
| • Exportaciones | 0,03 (0,2%) | 0,12 (0,8%) | 300,0 |

Otros sectores de actividad: -

Distribución de la facturación en el sector en el mercado interior, 2018:

- Segmentos de actividad (a):
 - Cuidado de la piel..... 45%
 - Aseo..... 15%
 - Perfumes y fragancias..... 20%
 - Cuidado del cabello..... 5%
 - Cosmética decorativa..... 15%
- Canales de distribución:
 - Canal profesional..... -
 - G. superficies/supermercados..... -
 - Comercio especializado (b)..... 100%
 - Farmacias y parafarmacias..... -
 - Venta directa y otros -

Cuotas, 2018 (en valor):

- Mercado:
 - Portugal: 1,7%
 - Total mercado ibérico: 1,5% (a)

(a) estimación DBK. (b) tiendas propias.

Fuente: DBK.

Direcciones

EJEMPLAR GRATUITO

| Empresas españolas | Dirección | Teléfono | Página web |
|--------------------------------|--|-----------|--|
| A.C. COSMETICS, S.A. | Pallars, 473-475 08019 – BARCELONA | 932661086 | www.sensai-cosmetics.com |
| AC MARCA PERSONAL CARE, S.L. | Avda. de Europa, 19 Parque Empresarial La Moraleja 28108 – ALCOBENDAS (MADRID) | 932606800 | www.grupoacmarca.com |
| AIR VAL INTERNATIONAL, S.A. | Ayala, 82 28001 – MADRID | 936355335 | www.air-val.com |
| ANGELINI BEAUTY, S.A. | Osi, 7-9 08034 – BARCELONA | 932534500 | www.angelinibeauty.com |
| AVON COSMETICS, S.A. | Ctra. Nacional II, km 34,2 28805 – ALCALÁ DE HENARES (MADRID) | 918879000 | www.avon.es |
| BEAUTYGE, S.L. | Tirso de Molina, 40. Ed. 4. WTC Alameda Park 08940 – CORNELLÁ DE LLOBREGAT (BARCELONA) | 934009300 | www.revlon.com www.orofluido.com |
| BEIERSDORF, S.A. | Manuel Pombo Angulo, 28 28050 – MADRID | 918488200 | www.nivea.es www.beiersdorf.es |
| BELLA AURORA LABS, S.A. | Luis Martínez, 21 39005 – SANTANDER (CANTABRIA) | 934781112 | www.bella-aurora-labs.com |
| BERIOSKA, S.L. | Pol. Ind. Castilla. Parcela 8-3 46380 – CHESTE (VALENCIA) | 962512723 | www.babaria.es |
| CHANEL, S.L. | José Ortega y Gasset, 22-24 28006 – MADRID | 914325800 | www.chanel.es |
| CLARINS SPAIN, S.A. | Avda. Europa, 4. Ed. Bruselas Parque Empresarial La Moraleja 28108 – ALCOBENDAS (MADRID) | 916572159 | www.clarins.es |
| COLGATE-PALMOLIVE ESPAÑA, S.A. | Quintanavides, 19. Ed. 4 28050 – MADRID | 913939600 | www.colgate.es |
| COSMÉTICA COSBAR, S.L. | Vall d'Arán, 13-15 08820 – EL PRAT DE LLOBREGAT (BARCELONA) | 934784800 | www.montibello.com |
| COTY SPAIN, S.L. | La Marina, 16-18. Torre Mapfre 08005 – BARCELONA | 933163700 | www.coty.com |
| COTY BEAUTY SPAIN, S.L. | La Marina, 16-18. Torre Mapfre 08005 – BARCELONA | 933163700 | www.coty.com |
| CRISTIAN LAY (GRUPO) | Ctra. de Badajoz 54 06380 – JEREZ DE LOS CABALLEROS (BADAJOZ) | 924569100 | www.cristianlay.com |
| DE RUY PERFUMES, S.A. | La Red Seis. Pol. Ind. La Red 41500 – ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA) | 954661461 | www.deruyperfumes.com |
| DERMOFARM, S.A. | Leonardo da Vinci, 16-22. Pol. Ind. Can Sant Joan 08191 – RUBÍ (BARCELONA) | 936026026 | www.dermofarm.com |
| ESTÉE LAUDER, S.A. | Nanclares de Oca, 3. Pol. Ind. Las Mercedes 28022 – MADRID | 913218000 | www.esteelauder.es www.elcompanies.com |
| FARLABO (GRUPO) | Isla de Java, 33 28034 – MADRID | 917286901 | www.farlabo.com |
| FUTURE COSMETICS, S.A. | Lugar Torrent Can Mateu, 33 08329 – TEIA (BARCELONA) | 934616200 | www.future-cosmetics.com www.beautik.es |
| GERMAINE DE CAPUCCINI, S.A. | Ctra. Alicante (Nacional 340), 86 03801 – ALCOY (ALICANTE) | 965547070 | www.germaine-de-capuccini.com |

| Empresas españolas | Dirección | Teléfono | Página web |
|--|---|-----------|--------------------------------------|
| GRUPO BONIQUET SPARCHIM, S.A. | Carrer Ripollés, 19 08130 – SANTA PERPETUA DE MOGODA (BARCELONA) | 935606011 | www.boniquet.com |
| HENKEL IBÉRICA, S.A. | Bilbao, 72-84. Ed. Cornerstone 08005 – BARCELONA | 932904000 | www.henkel.es |
| INSTITUTO ESPAÑOL, S.A. | Pol. Ind. Dueñas. Parc, 1 21740 – HINOJOS (HUELVA) | 959459380 | www.institutoespanol.com |
| ISDIN (GRUPO) | Provençals, 33 08019 – BARCELONA | 932402020 | www.isdin.com |
| JOHNSON & JOHNSON, S.A. | Pº de las Doce Estrellas, 5-7 Campo de las Naciones 28042 – MADRID | 917228000 | www.jnj.com |
| L'ORÉAL ESPAÑA, S.A. | Josefa Valcárcel, 48 28027 – MADRID | 911778000 | www.loreal.es www.loreal-paris.es |
| LABORATORIOS BELLOCH, S.A. | Ciudad de Sevilla, 5. Pol. Fuente del Jarro 46988 – PATERNA (VALENCIA) | 961340062 | www.nelly.es |
| LABORATORIOS COSMÉTICOS LAMARVI, S.A. | Ctra. Sabadell a Granollers, km 12,5 Pol. Ind. Cantallops 08185 – LLIÇA DE VALL (BARCELONA) | 938608111 | www.salerm.com www.lamarvi.com |
| LABORATORIOS MAVERICK, S.L. | París, 4. Pol. Ind. Valdepins II 43550 – ULLDECONA (TARRAGONA) | 963806507 | www.laboratoriosmaverick.com |
| LABORATORIOS SAPHIR, S.A. | Guillermo Gudel Martí Parcela 72. Nave C1. Pol. Ind. Malpica 50016 – ZARAGOZA | 976457070 | www.saphir.es |
| LVMH IBERIA, S.L. | Isla de Java, 33 28034 – MADRID | 917286900 | www.lvmh.com |
| MARY KAY COSMETICS DE ESPAÑA, S.A. | Mahonia, 2. Ed. Pórtico 28043 – MADRID | 917818130 | www.marykay.es |
| NATURA BISSÉ (GRUPO) | Els Artesans, 12. Parc Tecnològic del Vallés 08290 – CERDANYOLA DEL VALLÉS (BARCELONA) | 935910230 | www.naturabisse.es |
| ORIFLAME COSMÉTICOS, S.A. | Avda. de LA Transición Española, 24 28108 – ALCOBENDAS (MADRID) | 918041875 | www.oriflame.es |
| PERFUMES Y DISEÑO (GRUPO) | Isla de Java, 33 28034 – MADRID | 916588820 | www.pyd.es |
| PIERRE FABRE IBÉRICA (GRUPO) | Ramón Trias Fargas, 7-11 08005 – BARCELONA | 934833000 | www.pierre-fabre.es |
| PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A. | Avda. de Bruselas, 24 28108 – ALCOBENDAS (MADRID) | 917222100 | www.pg.com |
| PUIG (GRUPO) | Plaça Europa, 46-48 08902 – L'HOSPITALET DE LLOBREGAT (BARCELONA) | 934007000 | www.puig.com |
| RNB, S.L. | Ausiás March, Parcela 14 46185 – LA POBLA DE VALLBONA (VALENCIA) | 902548222 | www.rnbcosmeticos.com |
| SHISEIDO SPAIN, S.A. | Pº de la Castellana, 280 28046 – MADRID | 900505554 | www.shiseido.com |
| PRODUCTOS DE BELLEZA SISLEY ESPAÑA, S.A. | Velázquez, 12 28001 – MADRID | 915773899 | www.sisley.es |
| TAHE PRODUCTOS COSMÉTICOS, S.L. | Riquelme, 17 30005 – MURCIA | 968891100 | www.tahe.es |

| Empresas españolas | Dirección | Teléfono | Página web |
|--|--|-----------|--------------------|
| UNILEVER ESPAÑA, S.A. | Tecnología, 19. Viladecans Business Park 08840 – VILADECANS (BARCELONA) | 936812200 | www.unilever.es |
| WECOLORS, S.L. | Joan Peiró i Belis, 8. Pol. Ind. Vallmorena 08339 – VILASSAR DE DALT (BARCELONA) | 937533048 | www.wecolors.com |
| YODEYMA PARFUMS, S.L. | Félix Boix, 7 28036 – MADRID | 913534300 | www.yodeyma.com |
| YVES ROCHER ESPAÑA, S.A. | Avda. Castilla, 2. Ed. Munich Parque Empresarial San Fernando de Henares 28830 – SAN FERNANDO DE HENARES (MADRID) | 916788400 | www.yves-rocher.es |
| Empresas portuguesas | | | |
| A.C. COSMETICS, S.A.-SUCURSAL EM PORTUGAL | Av. Dos Defensores de Chaves, 15 1000-109 – LISBOA | 213190390 | - |
| AROMAS INTERNACIONAIS-COMERCIALIZAÇÃO DE PERFUMARIA, MODAS E SERVIÇOS DIVERSOS, LDA. | Rua Etar, Lote 12A. Pavilhão C. Zona Industrial de Oiã 3770-059 – OLIVEIRA DO BAIRRO (AVEIRO) | 234727110 | - |
| AVON COSMÉTICOS, LDA. | Av. Paul Harris, 1. Ed. C. Vale Flores Mem Martins 2710-724 – SINTRA (LISBOA) | 219226100 | www.avon.pt |
| BEAUTYGE PORTUGAL-PRODUTOS COSMÉTICOS E PROFISSIONAIS, LDA. | Av. da Liberdade, 245 1250-143 – LISBOA | 217944000 | www.revlon.com |
| BEIERSDORF PORTUGUESA, LDA. | Soeiro Pereira Gomes, 59 2730-178 – BARCARENA (LISBOA) | 214368500 | www.beiersdorf.pt |
| CBMP - COSMETICOS, UNIPessoal, LDA. | Rua 1, 861. Urb. Engenho Velho 4535-506 – SÃO PAIO DE OLEIROS (AVEIRO) | - | - |
| CHANEL, LDA. | Praça Marquês de Pombal, 16 1250-163 – LISBOA | 213223140 | www.chanel.com |
| CLARINS (PORTUGAL)-COMÉRCIO DE COSMÉTICOS, S.A. | Barata Salgueiro, 30 1250-044 – LISBOA | 211546640 | www.clarins.com |
| COLGATE-PALMOLIVE, UNIPessoal, LDA. | Lagoas Park. Ed 15 2740-262 – PORTO SALVO (LISBOA) | 214368300 | www.colgate.pt |
| COTY SPAIN, S.L.U. - SUCURSAL EM PORTUGAL (ACTUALMENTE EXTINTA) | Lagoas Park. Ed. 5C 2740-245 – PORTO SALVO (LISBOA) | 214126360 | www.coty.com |
| COTY BEAUTY PORTUGAL, S.A. | Lagoas Park. Ed. 5C 2740-245 – PORTO SALVO (LISBOA) | 211157200 | www.coty.com |
| GANASSINI, UNIPessoal, LDA. | Av. Duque de Ávila, 141 1050-081 – LISBOA | 925412902 | www.ganassini.pt |
| HENKEL IBERICA PORTUGAL, UNIPessoal, LDA. | D. Nuno Álvares Pereira, 4 Pol. de Actividades Económicas. Parque Oriente 2695-167 – BOBADELA (LISBOA) | 219578100 | www.henkel.pt |
| ISDIN-LABORATÓRIO FARMACÉUTICO, UNIPessoal, LDA. | Av. Infante Dom Henrique, Lote 1. Ed. Xerox 1950-421 – LISBOA | 218950084 | www.isdin.com |
| JOHNSON & JOHNSON, LDA. | Lagoas Park. Ed 9 2740-262 – PORTO SALVO (LISBOA) | 214368724 | www.jnj.com |
| L'ORÉAL PORTUGAL, UNIPessoal, LDA. | Dr. António Loureiro Borges, 7 Arquiparque-Miraflores 2796-959 – MIRAFLORES (LISBOA) | 214128500 | www.lorealparis.pt |
| LVMH PERFUMES E COSMÉTICA, LDA. | Castilho, 5 1250-066 – LISBOA | 213583560 | www.lvmh.com |

| Empresas portuguesas | Dirección | Teléfono | Página web |
|---|---|-----------|-----------------------|
| MARY KAY COSMETICS, SOCIEDADE UNIPessoal, LDA. | Alameda dos Oceanos, 59. Ed. Espace Parque das Nações 1990-207 – LISBOA | 218454280 | www.marykay.pt |
| ORIFLAME-COSMÉTICOS, LDA. | Estrada de Talaide. Pav. 4 Cruzamento de São Marcos 2636-631 – RIO DE MOURO (LISBOA) | 214279622 | www.oriflame.pt |
| PIERRE FABRE DERMO-COSMÉTIQUE PORTUGAL, LDA. | Rodrigo da Fonseca, 178 1070-243 – LISBOA | 213815320 | www.pierrefabre.pt |
| PROCTER & GAMBLE PORTUGAL- PRODUTOS DE CONSUMO, HIGIENE E SAÚDE, S.A. | Fonte da Caspolima, 6/6ª. Ed. Alvares Cabral Quinta da Fonte. 2774-527 – PAÇO DE ARCOS (LISBOA) | 214409000 | www.pg.com |
| PERFUMES E COSMÉTICOS PUIG PORTUGAL-DISTRIBUIDORA, S.A. | Castilho, 71 1250-068 – LISBOA | 213151114 | www.puig.com |
| SOCOSMET SOCIEDADE DE COSMÉTICA, LDA. | Soeiro Pereira Gomes, Lote 1, 4ºD 1600-198 – LISBOA | 213585900 | www.esteelauder.pt |
| UNILEVER FIMA, LDA. | Largo de Monterroio Mascarenhas, 1 1099-081 – LISBOA | 213892000 | www.unilever-fima.com |
| YVES ROCHER (PORTUGAL) COSMÉTICOS, S.A. | Castanhal, 256. Zona Industrial da Maia I 4475-122 – MAIA (OPORTO) | 229470100 | www.yves-rocher.pt |