

EL MERCADO DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL EN ARABIA SAUDITA

2026

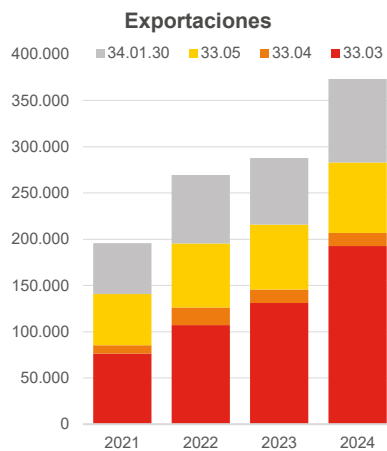
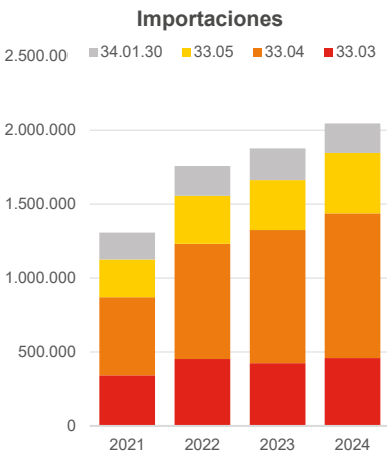
Definición del sector

Productos	Belleza y cuidado personal	Principales regiones	Arabia Saudita
Categorías	33.03 Perfumes y aguas de tocador 33.04 Preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel	33.05 Preparaciones capilares 34.01.30 Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel	

Comercio exterior

Importaciones y exportaciones (2021-2024)

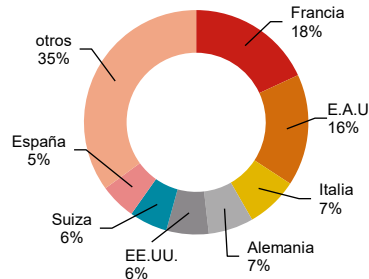
Datos en miles de euros



- Mayor economía del Golfo:** con una población aproximada de 35,3 millones y un PIB per cápita de 35,84 miles de USD el país combina tamaño demográfico con poder adquisitivo.
- Tendencia positiva en cosmética de color y cuidado facial:** las importaciones de la partida 33.04 han ido en aumento a lo largo de los años, representando casi el 50 % de las importaciones totales de productos de cosmética y cuidado personal.
- Importancia de la exportación europea:** el 42 % de las importaciones de productos de cosmética (33.04) y cuidado personal (33.01) vienen dadas por proveedores europeos, siendo Francia con un 18,1 % el máximo socio comercial.
- Destinos principales:** en cuanto a las propias exportaciones de Arabia Saudita, éstas se concentran principalmente en la región del Golfo, especialmente en Emiratos Árabes Unidos.

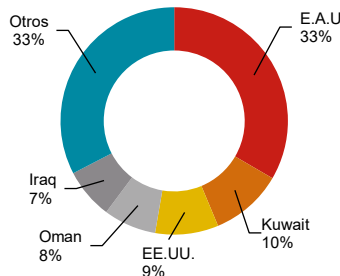
Principales países proveedores

Datos de 2024



Principales países clientes

Datos de 2024



Producción local

- Importancia cultural del perfume:** las ventas minoristas cuentan con un incremento interanual de 13,2 %. La industria local está altamente desarrollada y tiene un fuerte arraigo cultural y tradicional. Las principales empresas locales son: Arabian Oud Co. y Abdul Samad Al Qurashi Co.
- Aumento paulatino de la producción local de la industria de cosméticos:** a través de la estrategia 2030, por la que el país busca diversificar su economía, se está haciendo énfasis en aumentar la producción local, aunque aún no está desarrollada. El único segmento con producción local es la del perfume.
- Dependencia del exterior:** en las demás categorías la producción local es limitada, por lo que el mercado depende en gran medida de las marcas internacionales, distribuidas por grandes grupos locales.
- Principales empresas:** las marcas multinacionales más resonadas son, entre otras: Binzagr lever Ltd (Unilever Arabia). L'Oréal Middle East y Johnson & Johnson Saudi Arabia Ltd.
- Dominio del segmento de masa:** en productos generales y de alta rotación, mientras que el segmento *premium* cuenta con un mayor crecimiento en especial en el cuidado facial y en perfumes.

Demanda

Crecimiento estructural del consumo: el mercado pasó de 19.709,2 millones de SAR en 2020 a 29.107,4 millones en 2024, con incrementos sostenidos año tras año.

Consumidor joven y digital: más del 71 % de la población es menor de 35 años. Favoreciendo así el dinamismo del sector belleza. Además, el país cuenta con un nivel de digitalización del 90 %.

Crecimiento de la demanda de productos Arab Beauty: productos naturales que resaltan las facciones y características de las pieles locales

Precios

Datos en euros

Precios elevados: especialmente en productos importados (IVA 15 %, aranceles 5-6,5 %, márgenes entre el 20-70 %)

Tres segmentos económicos, medio (marcas globales) y *premium*

Los productos importados pueden llegar a ser hasta tres veces más caros que en España.

Canales: especializado (más caro), *online* (más competitivo), *alimentario* (más económico)

	PVP KSA
Cuidado facial	20-160 €
Cosmética de color	8-40 €
Perfumes	50-150 €
Cuidado personal	4-10 €
Cuidado capilar	3-30 €

EL MERCADO DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL EN ARABIA SAUDITA

2026

Percepción del producto español

- **Percepción general positiva:** España es vista como socio fiable, lo que favorece la imagen de sus productos
- **Asociación calidad europea:** por parte de los consumidores los productos son percibidos como seguros, regulados y de buena calidad, especialmente en gama media y *premium*.
- **Buen posicionamiento en ciertas categorías:** destacan en maquillaje, cuidado facial enfocado en dermocosmética y cosmética de color natural y mediterránea.
- **Retos de posicionamiento:** en algunas categorías como la de cuidado capilar, los productos españoles no son percibidos como de gama *premium* por los profesionales, sino que son considerados más de gama media.

Canales de distribución

Retail dominante	99,5 % de las ventas; mercado altamente profesionalizado y concentrado en grandes cadenas
Canal físico	Principal canal (82-93 %), clave en perfumes y cuidado personal por la experiencia y asesoramiento
Tiendas especializada s y farmacias	Canal líder en valor, con fuerte presencia de marcas internacionales y productos <i>premium</i> (Sephora, Nahdi, Whites)
E-commerce	7-12 % del mercado y en crecimiento, canal más dinámico, con <i>marketplaces</i> como Nice One, Noon, Care to Beauty

Perspectivas del sector

- **Crecimiento sólido impulsado por cambios estructurales:** aumento de la renta, Visión 2030, mayor participación femenina y un consumidor más sofisticado y digitalizado.
- **Liderazgo de perfumes y auge del cuidado facial *premium*:** los perfumes seguirán siendo el principal motor del mercado, mientras que el cuidado facial (especialmente dermocosmética) destaca por su fuerte crecimiento.
- **Innovación y *premiumización* como claves competitivas:** todas las categorías evolucionan hacia productos más innovadores, personalizados y de mayor valor añadido
- **Premium accesible:** crecimiento de productos aspiracionales de calidad alta, pero precio medio, donde las marcas españolas pueden destacar.
- **Dermocosmética:** aumento del interés por el cuidado facial. Las marcas españolas tienen ventaja por su experiencia farmacéutica y pueden posicionarse bien en farmacia y soluciones para necesidades locales (clima extremo, hidratación y manchas)
- **Sostenibilidad funcional:** demanda de cosmética *clean* y natural, pero siempre priorizando la eficacia. Oportunidad para marcas con ingredientes naturales y enfoque mediterráneo.
- **Sets y kits:** formatos combinados (*gift packs*) muy populares que aumentan ventas y facilitan que los consumidores prueben nuevas marcas con menor riesgo, ayudando a la entrada al mercado.

Información práctica

Ferias	Publicaciones	Consultoras en regulación	Asociaciones
Beauty World Saudi Arabia www.ksa.messefrankfurt.com	Hia Magazine https://www.hiamag.com/	Five Dimensions Consultancy	Riyadh Chamber of Commerce www.chamber.sa
Jeddah Beauty Expo www.jib-expo.com	Sayidaty www.sayidaty.net	Regulatory Standards Consultation Office	Saudi Arabian Wellness Association (SAWA) www.saudiwellness.org
	Al Jamila Magazine www.aljamila.com	UniFusion B.S.C.	

Más info [Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Beatriz Blanco Pérez

10 de mayo de 2026
Riad

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Riad

<https://www.icex.es/es/explora-por-pais/arabia-saudita>

Editado
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Información y atención al cliente
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
www.icex.es/es/contacto
www.icex.es

MAYO, 2026 · NIPO 224260160