RESUMEN EJECUTIVO

EM ESTUDIO DE MERCADO

2023

ICEX España Exportación e Inversiones

El mercado de la cosmética y la higiene personal en Portugal

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lisboa

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.

EM ESTUDIO DE MERCADO

31 de agosto de 2023
Lisboa

Este estudio ha sido realizado por
Alba Morales Ferrera

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lisboa

http://portugal.oficinascomerciales.es

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

NIPO: 114-23-010-0

Este informe tiene como objeto el estudio del mercado del sector de la cosmética y la higiene personal, con la finalidad de apoyar las actividades de exportación de las empresas españolas. Se realizará un diagnóstico de este mercado, mediante el análisis de las empresas competidoras, las preferencias de los consumidores, los canales de distribución y las condiciones de acceso al mismo. Por último, también se estudiarán las perspectivas de futuro y oportunidades que se ofrecen. Esto permitirá evaluar su potencial atractivo para que el exportador español pueda adoptar una estrategia de internacionalización mejor informada.

Este estudio de mercado se centra en los productos que pertenecen al capítulo 33 del Sistema Armonizado; la clasificación arancelaria para el estudio son las partidas 33.03 a 33.07. Comprende lo siguiente: fabricación de perfumes y aguas de colonias; productos de belleza o maquillaje; protectores y bronceadores solares; productos de manicura y pedicura; champús, lacas y otras preparaciones para el cabello; productos para el afeitado; pasta de dientes y preparaciones para el higiene oral (incluidas las que facilitan la adherencia de las prótesis dentales); desodorantes y sales de baño y jabón cosmético; hilo dental; productos depilatorios y fabricación de otros productos similares de higiene y cosmética.

La clasificación Portuguesa de Actividades Económicas (CAE) para el sector de la cosmética y la higiene personal se encuentra dentro de la clase 20420 “Fabricación de perfumes, cosméticos y productos de higiene”. Existen 116 empresas activas que operan bajo esta clasificación CAE. La mayor parte de la producción se concentran en Lisboa y Oporto, los dos grandes núcleos empresariales.

En cuanto a las importaciones, la partida principal es la 3304 “Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel”, de tal forma que representa el 38,72 % del valor total de las importaciones de la clasificación arancelaria. España es el principal proveedor de cosméticos y productos de higiene personal de Portugal, con más del 50 % de las importaciones totales. La balanza comercial de Portugal con España es negativa, presentando déficit comercial para el año 2022.

El mercado portugués de cosmética e higiene personal ha experimentado, en general, un crecimiento continuado durante los últimos años. El crecimiento del sector en 2022, que fue del 11,42 % con respecto al 2021, estuvo mayormente impulsado por las categorías de productos de cuidado de la piel, las fragancias, el cuidado capilar, con un aumento en ventas del 10,18 %, 23,07 % y 6,88 %, respectivamente. Asimismo, la categoría que representa una mayor cuota del total del mercado es el cuidado de la piel (22,26 %), seguida de las fragancias (14,32 %) y cuidado capilar (13,92 %). La categoría que más ha crecido en el año 2022 es la de fragancias, con un 23,07 %.

La concentración de la oferta se reduce a un pequeño grupo de grandes marcas que acaparan el 60,1 % del mercado. Ésta demanda productos importados de las principales multinacionales del sector como L’Oréal, Procter & Gamble, Beiersdorf AG, Unilever (conjuntamente tienen una cuota del 38,3 %) y marcas con reconocimiento internacional como Nivea, Colgate, Dove, Pantene, etc.

Los consumidores portugueses gastan parte importante de sus ingresos en la compra de productos de belleza y cuidado personal. La principal tendencia observada implica una mayor concienciación con el medio ambiente, con la salud y las propiedades de la piel, por lo que el consumidor portugués demanda productos prácticos, sostenibles, éticos y que contengan ingredientes naturales eficaces.

En cuanto a los precios, estos varían en función del público objetivo al que se dirijan. Los productos premium tienen precios de venta al público más elevados que el resto de las categorías. Al mismo tiempo, el precio se ve afectado por los gravámenes sobre los bienes de consumo, en el que el Impuesto sobre el Valor Añadido es el principal impuesto a considerar. En Portugal se aplica a los cosméticos una tasa del 23 %.

La distribución de los productos cosméticos en Portugal es tradicionalmente multicanal.

El canal de venta minorista es el principal canal del sector y cubre el 96,40 % del consumo cosmético. Los principales canales de distribución para la venta de productos de cosmética e higiene personal en Portugal son los supermercados e hipermercados (35,7 %), las tiendas especializadas en belleza (24,90 %), las farmacias (9,80 %), la venta directa (6,30 %) y las tiendas especializadas en ocio y bienes personales (4,70 %). Por el contrario, las ventas por el canal de venta no minoristas en centros de estética apenas cubren un 0,10 %. La forma más habitual de acceso al mercado de la cosmética e higiene en Portugal es a través de un gran distribuidor ya establecido en el mercado. También es frecuente un distribuidor de menos tamaño, pero establecido en el mercado, en especial en el canal profesional. Otra de las formas más habituales para acceder al mercado es a través del canal online, el cual ha aumentado en el año 2022 un 9,37 % con respecto al año anterior. La pandemia ha acelerado la combinación de los canales tradicionales con nuevas formas de distribución. El comercio electrónico está cada vez más integrado en los canales tradicionales, complementando las compras de ambos canales.

Aunque no existen barreras arancelarias en el comercio entre España y Portugal, hay una serie de factores que pueden considerarse obstáculos a la entrada de productos de cosméticos e higiene personal. Como por ejemplo en los productos cosméticos considerados "productos frontera", los cuales requieren una evaluación individual, teniendo en cuenta todas sus características, lo que puede aumentar la complejidad y los costos asociados con la entrada al mercado. Asimismo, en Portugal los productos cosméticos deben registrarse ante la autoridad competente para poder ser importados y posteriormente comercializados.

Las previsiones apuntan a que el sector de cosmética e higiene personal va a continuar creciendo en cada una de sus categorías, se estima un aumento del 9,63 % en 5 años. También habrá una tendencia creciente hacia la cosmética orgánica, sostenible y/o dermocosmética, lo que supondrá una mayor diversificación y crecimiento en la mayoría de las categorías. Podemos concluir que, gracias a la recuperación económica postpandemia, así como a un mercado objetivo cada vez más amplio, el sector de productos de cosmética e higiene personal portugués presenta grandes oportunidades para los próximos años. Para tener éxito en este mercado, es importante ofrecer

productos de alta calidad y adaptados a las necesidades de los consumidores portugueses, así como estar al tanto de las tendencias. Con una estrategia de marketing adecuada y una buena gestión de la competencia y los riesgos, la empresa española puede expandir sus negocios en el mercado portugués. Entre los principales riesgos y desafíos que enfrenta la empresa española en el mercado portugués se encuentran la fuerte competencia local y la presencia de marcas internacionales establecidas. Además, la crisis económica que ha afectado a Portugal en los últimos años ha reducido el poder adquisitivo de los consumidores y ha disminuido el consumo de productos de lujo y cosméticos de alta gama.

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

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores siga el enlace

www.icex.es

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
ICEX España Exportación e Inversiones