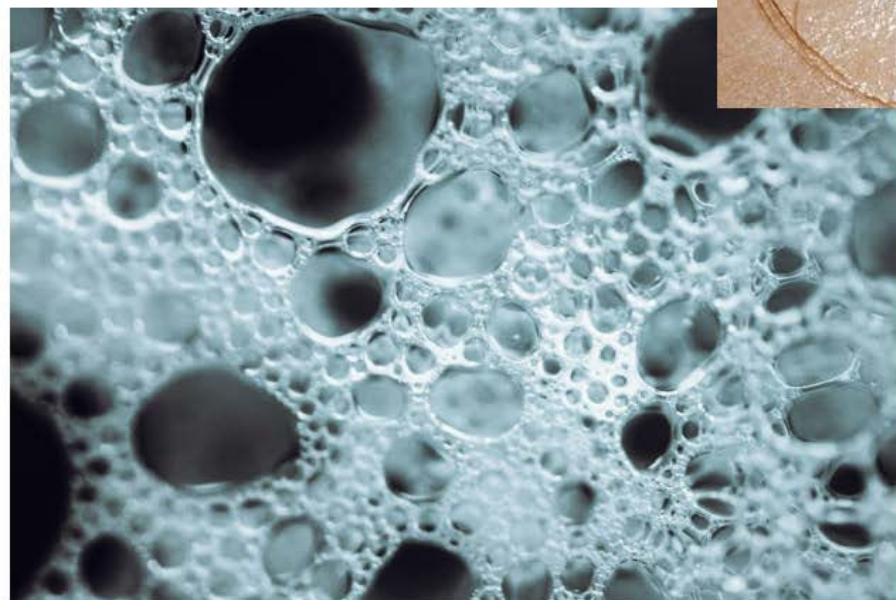


Expansión de la cultura del bienestar

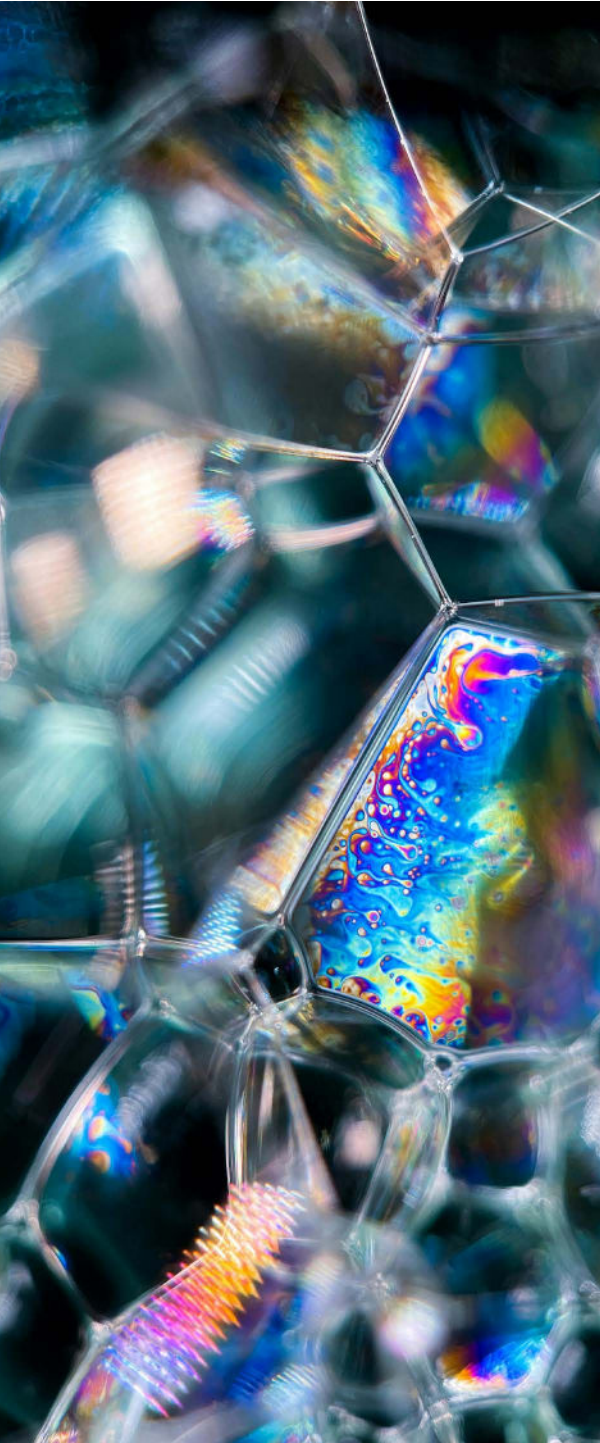
RADIOGRAFÍA DE LA INDUSTRIA
COSMÉTICA Y DEL PERFUME
EN ESPAÑA
2024



stanpa

Asociación Nacional de
Perfumería y Cosmética

Introducción



La industria cosmética es uno de los principales sectores que contribuye al dinamismo económico de la sociedad española. En los últimos cuatro años, la industria ha pasado de contribuir el 0,9% al 1,03% del PIB. El sector mostró en 2024 un nuevo crecimiento del 7,7%, el doble del aumento del PIB nacional. Este incremento del sector es coherente con la importancia que le dan los españoles al bienestar y al cuidado personal, según el estudio "Esencialidad de la perfumería y la cosmética en España".

Con estos datos, el sector supera los 11.200 millones de euros de consumo en el mercado interior, consolidando así la sostenibilidad de una industria de fuerte arraigo social e intrínsecamente relacionada con nuestro estilo de vida.

La conciencia de la importancia del cuidado personal y del bienestar ha generado un incremento de la inversión en cuidado personal en un 7,7%, lo que se traduce en un consumo per cápita de 221,6€.

Un consumo que se concentra, especialmente, en el cuidado personal y que refleja la cada vez más evidente concienciación de toda una sociedad con su propio bienestar a través de mantener un aspecto cuidado y madurar de la manera más saludable posible. Este auge muestra una tendencia consolidada donde la cosmética va más allá de los productos tradicionalmente asociados a la belleza. Así pues, el cuidado personal abarca desde las necesidades básicas hasta tratamientos más especializados, y esto se evidencia en un notable aumento del consumo en grandes superficies, dermofarmacia y canales especializados. En 2024, además de los productos para el cuidado de la piel, destaca la categoría de fragancias (con un crecimiento del 11%), un producto que ayuda especialmente a reforzar la autoestima y confianza personal.

La industria española cosmética y del perfume ha cerrado 2024 con un crecimiento sólido en exportaciones y balanza comercial positiva. Las exportaciones del sector, incluyendo aceites esenciales, crecieron un +23%, alcanzando un récord de 9.589 millones de euros. Las exportaciones del sector se sitúan por encima de sectores tan emblemáticos como el vino, el calzado y el aceite de oliva.



Contribución al PIB

En 2024, el PIB de España creció un 3,2%. Este crecimiento fue impulsado principalmente por la demanda interna y el buen comportamiento del sector exterior (Instituto Nacional de Estadística).

El consumo privado en España creció aproximadamente un 2,5% durante el año, impulsado por una recuperación en sectores clave como el turismo, el comercio minorista y los servicios, que representan una gran parte del gasto de los hogares.

La industria cosmética se ha consolidado como uno de los pilares clave del dinamismo económico, experimentando un crecimiento notable en los últimos años. En los últimos cuatro años este sector ha ampliado su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) del 0,9% al 1,03%, con un incremento del 7,7% del consumo en 2024, una tasa que duplica la evolución del PIB nacional en el mismo periodo. Este desempeño resalta la resiliencia y el potencial de crecimiento de la industria cosmética en un contexto económico cambiante.

Al poner en perspectiva el rendimiento de este sector, es relevante compararlo con otros sectores clave. El turismo, por ejemplo, ha registrado un crecimiento del 10,6%, mientras que, la restauración, un aumento del 2% y, la moda, un 0,4%. Estos datos no solo evidencian el crecimiento del sector cosmético, sino también su capacidad para seguir siendo un motor dentro de la economía global.

Este incremento experimentado por el sector es coherente con la importancia que le dan los españoles al bienestar y al cuidado personal. Así, según el estudio "[Esencialidad de la perfumería y la cosmética](#)", el 70% de los españoles consideran que los productos de cuidado personal contribuyen a reforzar su imagen y su bienestar.



Empleo en la industria cosmética

La industria del perfume y la cosmética en España no solo es un sector competitivo, sostenible e innovador, además de conformar un pilar de la economía, sino que también se constituye como un referente en el impulso del empleo. En los últimos años, la industria ha experimentado un crecimiento notable, consolidando su papel como generadora de oportunidades laborales y motor de igualdad en el ámbito empresarial y económico.

Desde la última estimación de empleo realizada por Stanpa, ha pasado del 1,2% a representar el 1,6% del total del empleo en nuestro país. En la actualidad, el sector emplea de manera directa a más de 50.200 trabajadores (Seguridad Social) y a más de 300.000 de manera indirecta, convirtiéndose en una de las industrias con mayor impacto en el empleo en España. Dentro de esta cifra, el peso de la mujer es fundamental, ya que representa el 60% del empleo directo, con presencia en todos los niveles de la estructura empresarial.

Un sector en crecimiento y con más oportunidades para la mujer

En los últimos cinco años, el número de trabajadores en la industria de perfumes y cosméticos ha aumentado un 24,1%, alcanzado los 50.218 en 2024. Este crecimiento refleja el dinamismo de una industria que sigue ampliando su capacidad de innovación y producción, al mismo tiempo que consolida su compromiso con el talento femenino.

En la fabricación de perfumes y cosméticos, el número de trabajadores ha alcanzado los 16.579 en 2024. Asimismo, el sector de fabricación de aceites esenciales y aromas ha experimentado un incremento del 35,5%, alcanzando los 2.790 trabajadores.

Por su parte, el sector de la distribución al por mayor de productos de perfumería y cosmética, se estima que el empleo ha crecido un 25%, alcanzando los 30.849 trabajadores en 2024.



Liderazgo femenino en la industria cosmética

El liderazgo de la mujer en la industria es una realidad tangible. Actualmente, las mujeres ocupan el 56,6% de los puestos directivos y ejecutivos del sector, alcanzando la cifra de más de 1.000 directivas. Este dato subraya el papel cada vez más relevante de la mujer en la toma de decisiones y en el desarrollo estratégico de la industria.

En este sentido, las grandes empresas del sector han avanzado significativamente en la incorporación de mujeres en sus puestos directivos. En las 32 mayores empresas de la industria, el 55% de los cargos de dirección están ocupados por mujeres. Si ampliamos el análisis a las 316 empresas que forman parte del núcleo de Stanpa, encontramos que el 34% de los puestos de CEO y Dirección General están en manos de mujeres, consolidando la tendencia hacia una mayor igualdad de oportunidades en los niveles más altos de decisión.

El empleo femenino en el sector de la belleza

Más allá del empleo directo en la fabricación y distribución, el sector de la cosmética y la perfumería es clave en la generación de empleo femenino en ámbitos como la peluquería y la estética. El 79% de los trabajadores en salones de peluquería son mujeres, lo que equivale a más de 93.000 profesionales. En los centros de belleza y estética, esta cifra se eleva hasta el 92%, con más de 65.800 trabajadoras.

Este impacto laboral pone de manifiesto que el sector no solo ofrece empleo de calidad, sino que además facilita el desarrollo profesional y el emprendimiento femenino, con miles de mujeres liderando sus propios negocios en el ámbito de la belleza y el cuidado personal.

El 21% del empleo en la industria cosmética son perfiles científicos como biólogos, químicos, farmacéuticos, etc.

La mujer representa el 60% del empleo directo, con presencia en todos los niveles de la estructura empresarial.



¿Cómo nos cuidamos los españoles?

El uso de productos cosméticos no solo ayuda a mejorar nuestra imagen, sino que también refuerza la autoestima, la confianza y la expresión personal, según 7 de cada 10 consumidores españoles.

Esto, sumado a la media de edad de la población en España, paulatinamente más envejecida, explica que los consumidores se preocupen por el mantenimiento de una piel cuidada. Y es que el cuidado personal está en el Top 3 de las principales actividades a las que recurren los españoles para sentirse bien, solo por detrás del ejercicio físico y la relajación.

Todo esto explica que el sector de la cosmética y el perfume en España haya cerrado el ejercicio 2024 con una evolución del 7,7% respecto a 2023, superando los 11.200 millones de euros de consumo interior.

Su crecimiento es un reflejo de la relevancia social e individual de estos productos en la vida de los españoles: los productos de belleza y cuidado personal se han convertido en un elemento clave de nuestro bienestar. Los hombres utilizan una media de 5,7 productos cosméticos en sus rutinas diarias de belleza y cuidado personal; mientras que las mujeres utilizan 8,5. Los productos más utilizados son la pasta de dientes (94%), el jabón o gel de baño (93%), el desodorante (83%), el champú (82%), el perfume (59%) y los productos de cuidado facial (49%).

El consumo expresado mes a mes durante el año 2024 ha mantenido una evolución muy positiva con respecto a los ejercicios precedentes. Ha sido un año con un promedio de consumo mensual de 820 millones de euros. Otro de los grandes hitos de 2024 es haber superado la barrera de los 220 euros de inversión por persona. Cada español consume ya una media de 221,6 euros al año en perfumería y cosmética.



Asistimos a una mayor conciencia por parte del consumidor en que debe cuidarse de forma más cualitativa

PERFUME

A los españoles nos gusta perfumarnos. El perfume ha registrado un aumento en su consumo del 11,3% (supera los 2.200 millones de euros), destacando especialmente las fragancias masculinas, que siguen en su dinámica una tendencia de incremento, creciendo un +13,3%. La impactante cifra de 2.299 lanzamientos de perfumes en 2024 evidencia el ritmo vertiginoso de actividad del mercado del perfume y la necesidad de diferenciarse. En concreto, la cultura española asocia el perfume al elemento final que completa su rutina diaria de cuidado y el 64% de los españoles afirma que el perfume les hace sentir bien, entrando en el Top 3 de productos que consiguen este impacto positivo.

CUIDADO DE LA PIEL

El cuidado de la piel también se posiciona como prioritario en las rutinas diarias, especialmente en las mujeres: el 73% aseguran sentirse mejor cuando su piel está cuidada. Así pues, la categoría del cuidado de la piel crece casi un 6% adicional a lo que ya venía haciendo en el ejercicio anterior (alcanzando los 3.500 millones de euros de consumo). El interés por envejecer mejor es fundamental para los españoles, donde el cuidado de la piel del rostro tiene una tendencia al alza (+7,2%): el 35% de los españoles utilizan productos de este tipo para cuidarse. Concretamente, un 77% de españoles considera que es mejor utilizar productos para el cuidado de la piel que recurrir a la cirugía estética. Además, el consumidor se muestra cada vez más concienciado con la fotoprotección y su relación directa con la prevención de enfermedades y cuidado de la salud: su consumo creció casi un 5% en 2024.

CUIDADO PERSONAL

El cuidado personal (productos de aseo, higiene y cuidado bucodental) ha crecido un 5,8% en 2024 (2.200 millones de euros), lo que demuestra que la cosmética va más allá de los productos tradicionalmente asociados a la belleza. Precisamente los consumidores españoles reconocen la importancia de los productos de salud bucodental, de forma muy extendida, para cuidar de nuestra salud, prevenir enfermedades, sentirnos limpios y cuidarnos en general (+7,3%).



COSMÉTICA DE COLOR

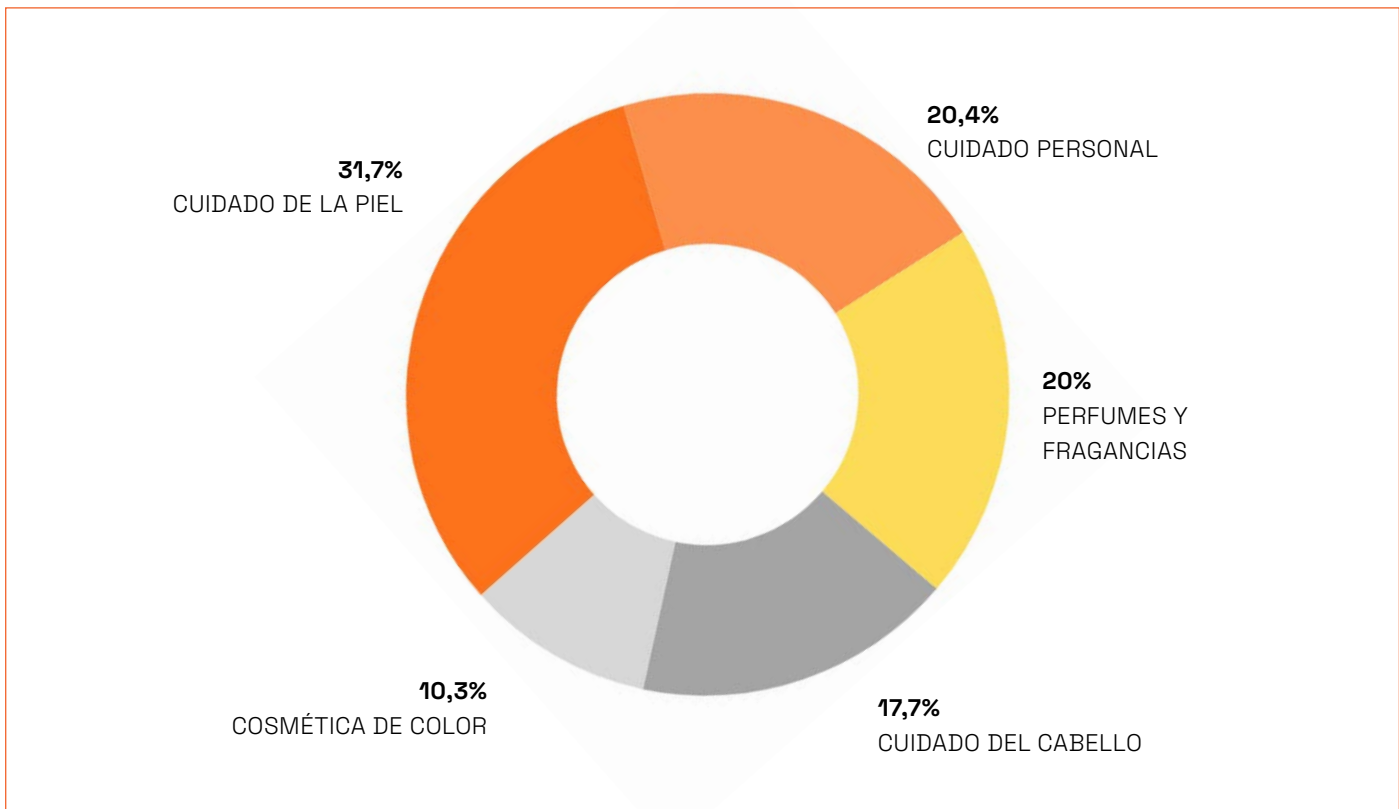
También aumenta el consumo de cosmética de color un 9,8% (1.100 millones de euros), en productos como maquillaje de rostro (+18,76%) o para labios (+11,6%) que permiten al consumidor enfatizar su propia imagen y contribuir a la mejora de la autoestima.

CUIDADO DEL CABELLO

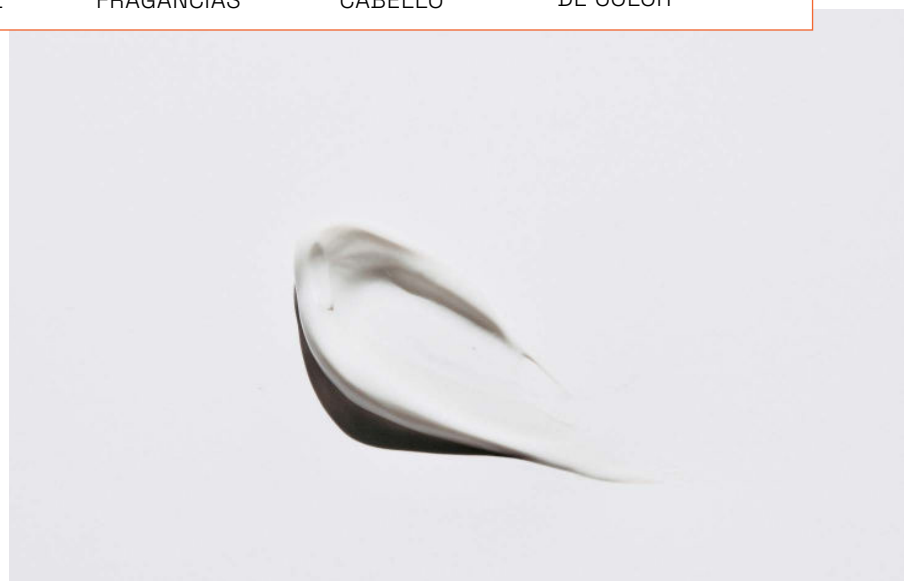
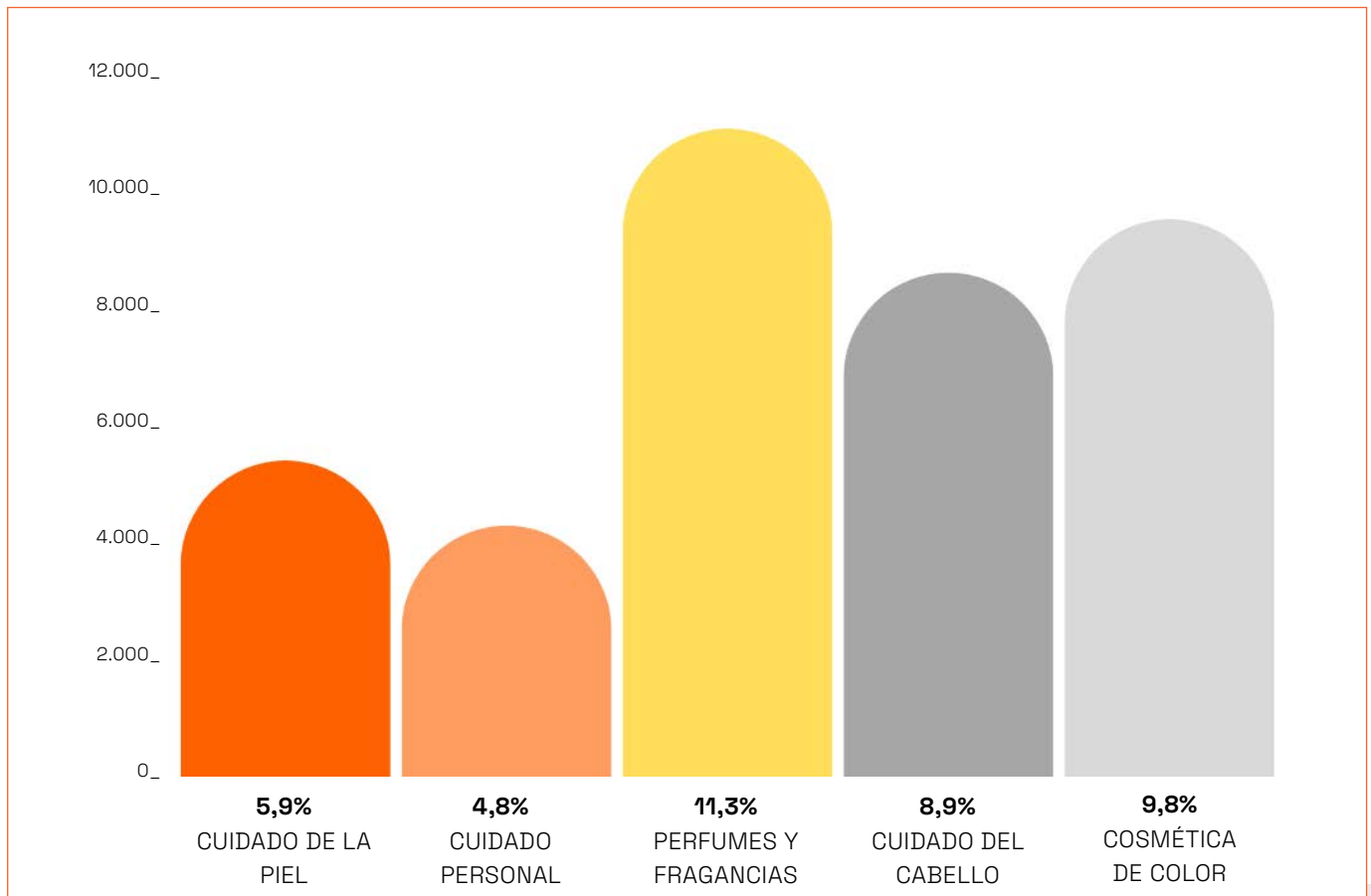
Los productos para el cabello son considerados una necesidad y una herramienta para mejorar el aspecto de las personas y así lo demuestra el +8,9% en el consumo de estos productos (2.000 millones de euros). Precisamente, el 83% de las mujeres menores de 35 años considera que el cuidado del cabello es clave para fortalecer su confianza. Así pues, se aprecia un claro interés por parte del consumidor por todo lo que tiene que ver con su cuidado. Las categorías de tratamiento capilar y *styling* evolucionan al 12,1% y al 10,31%, respectivamente, mientras que la coloración capilar lo hace en un 7,8%.

Cada español consume una media de 221,60€ al año en perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal.

PESOS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO



EVOLUCIÓN POR CATEGORÍAS DE PRODUCTO



¿Dónde compramos?

El sector de la cosmética se identifica, cada vez más, por la omnicanalidad

- DERMOFARMACIA** El sector de la cosmética se identifica, cada vez más, por la omnicanalidad. Este hecho ha llevado a que el consumidor haya integrado la farmacia como un gran *player* a la hora de adquirir productos cosméticos, alcanzando prácticamente los 2.100 millones de euros y creciendo un +7,7%. En el cuidado de la piel la ciencia es el gran motor de atracción y el consumidor lo identifica especialmente con este canal que acude, cada vez con más asiduidad, a la dermofarmacia (+8,6%). Así se refleja en los datos de crecimiento en productos como los del tratamiento de la piel del rostro (+12,8%) y los productos de limpieza también para el rostro (+19%).
- SELECTIVO** En lo que respecta al canal especializado, el comportamiento también ha sido positivo (+8,25%), con un consumidor que busca la adquisición de productos de alto valor, en especial de perfumes, que suponen el 63% del canal. En concreto, las fragancias femeninas han crecido un 8,6% y las masculinas un 13,6%. Además, crece especialmente el maquillaje facial (+22%) y el color de labios (+16,6%).
- GRAN CONSUMO** El canal del gran consumo (supermercados, hipermercados, grandes almacenes) (+7,27%) ha destacado especialmente el consumo de categorías como productos para el tratamiento del cabello (+14,7%), maquillaje facial (+14,8%) y perfumes *lifestyle* femeninos (+13,3%).
- PELUQUERÍA PROFESIONAL** La peluquería profesional mantiene crecimientos acordes a los ritmos del mercado consolidando su recuperación, con un crecimiento del 8,54%, liderada por la coloración capilar profesional, que vuelve a crecer a un ritmo significativo del +13,5%, así como el tratamiento capilar, que lo hace al +12,5%, como lo ha venido haciendo en los pasados ejercicios.
- ESTÉTICA PROFESIONAL** La estética profesional se mantiene en niveles algo más neutros (+1,8%). Dentro de este canal se mantiene en un crecimiento al ritmo de la categoría el cuidado de la piel, la cosmética decorativa y el cuidado personal.
- VENTA DIRECTA** La venta directa contempla múltiples fórmulas de negocio. En los últimos años su crecimiento es muy orgánico, algo más moderado con respecto al mercado (+2,5%). Categorías como la cosmética de color sí crecen con cierto dinamismo (+30,45%).
- ONLINE** El total *online* cierra con una evolución del 8,04%, con tendencias que contrastan mucho entre el *online pure player* (+12,89%) y el *online* con tienda física (+3,78%). Desde la perspectiva de unidades, farmacia y selectivo evolucionan en torno al 3% (+2,73% y 2,99%, respectivamente), mientras que gran consumo lo hace al 3,84%.



La esencialidad de la cosmética y el perfume

El crecimiento del sector de la cosmética y del perfume es un reflejo de la relevancia social e individual de estos productos en la vida de los españoles: los productos de belleza y cuidado personal se han convertido en un elemento clave de nuestro bienestar.

Así se ha comprobado gracias al estudio "Cultura del Bienestar: la Esencialidad de la Perfumería y la Cosmética en España" realizado por Stanpa en colaboración con Kantar. Este análisis evidencia que la cosmética y el perfume no solo ayudan a mejorar nuestra imagen, sino que también refuerzan la autoestima, la confianza y la expresión personal, según 7 de cada 10 consumidores.

Datos como este confirman el papel de los perfumes y cosméticos en la expresión de nuestra identidad, así como en la proyección del equilibrio entre el bienestar físico y el emocional. De esta manera, se evidencia un cambio de paradigma en la percepción que la sociedad tiene de la belleza, que se concibe como una cualidad inherente a todas las personas, más allá de los cánones y estereotipos tradicionales.

Gracias a la apuesta de las empresas de cosmética y perfume por la diversidad, los productos de cuidado personal están cada vez más cerca del consumidor final: según asegura un 76%, estos productos están presentes en todas las etapas de la vida; ayudándonos a prestar atención a nuestra imagen en aquellos momentos importantes, como una entrevista de trabajo (72%), el entorno laboral (68%) y al exponerse en un nuevo entorno social (69%).

Estos resultados son solo posibles dado el vínculo directo ente la imagen y el estado de ánimo, que identifican un 70% de españoles, y la importancia de cuidar de la imagen para quererse a uno mismo (64%). Así, un 68% de españoles cree que cuidar de la imagen personal es esencial convirtiendo así el cuidado personal en una de las principales actividades a las que recurren los españoles para sentirse bien, solo por detrás del ejercicio físico y la relajación.



El 70% de los consumidores aseguran que los productos de cuidado personal contribuyen a reforzar su imagen y bienestar

ACCEDE [AQUÍ](#) AL ESTUDIO



Exportaciones

La industria cosmética española consolida su posición global como líder exportador

El dato de exportaciones es el mejor termómetro para certificar que los buenos resultados del mercado interior no son una excepción. El sector español de perfumería y cosmética ha cerrado 2024 con un crecimiento sólido en exportaciones y balanza comercial, consolidando su posición global como líder exportador.

Las exportaciones de perfume, productos cosméticos y cuidado personal y de aceites esenciales crecieron un +23%, alcanzando un récord de 9.589 millones de euros en 2024. España es segundo exportador mundial de perfumes y se consolida como cuarto mayor mercado de la UE. En paralelo, las importaciones crecieron un +11%, situándose en 5.800 millones de euros, manteniendo un crecimiento inferior al de las exportaciones.

Concretamente, las exportaciones han logrado un incremento del 22,70% en perfumes y cosméticos y del 22,78% en aceites esenciales. Dicho de otra forma, las exportaciones han aumentado más de un 100% en los últimos cinco años.

La balanza comercial del sector se mantiene positiva, desde 2006, con un saldo de 3.788 millones de euros, un +47% respecto a 2023, reforzando el liderazgo de la industria en el comercio exterior español. Todas las categorías han mostrado un crecimiento positivo con respecto a 2023. Esta evolución confirma la resiliencia y competitividad del sector a nivel internacional, con el perfume como principal categoría exportada, representando el 51% del total, con más de 4.400 millones de euros en exportaciones.

Estos datos confirman que esta industria se comporta muy positivamente respecto al total de exportaciones españolas, situado en 384.465 millones de €, con un crecimiento del 2,7%. En concreto, el sector de la cosmética y el perfume supone el 2,5% de las exportaciones españolas totales.

Estos datos confirman que esta industria se comporta muy positivamente respecto al total de exportaciones españolas, situado en 384.465 millones de €, con un crecimiento del 2,7%. En concreto, el sector de la cosmética y el perfume supone el 2,5% de las exportaciones españolas totales.

Todas las categorías han mostrado un crecimiento positivo con respecto a 2023, destacando especialmente el perfume (+43%), seguida de cosmética de color (+7,18%), cuidado de la piel (+5,6%), cuidado personal (+3%) y, finalmente, cuidado del cabello (+2,54%).

Poniendo el foco sobre el destino de las exportaciones, otro dato pone más de relieve si cabe el prestigio de la cosmética española reflejado en valores como la calidad, el diseño innovador y una oferta que combina excelencia y competitividad: casi la mitad de los productos que se venden en el extranjero (el 48%) se despachan en destinos extracomunitarios. Durante 2024 más de la mitad de las exportaciones europeas (52%) han tenido como destino UE+EFTA, y un 10% al resto de Europa. Fuera del continente europeo, las exportaciones se dirigen especialmente a Latinoamérica (11%), seguido de América del Norte (10%), Asia Pacífico (8%), Oriente Medio (4%), África (3%) y Oceanía (2%).

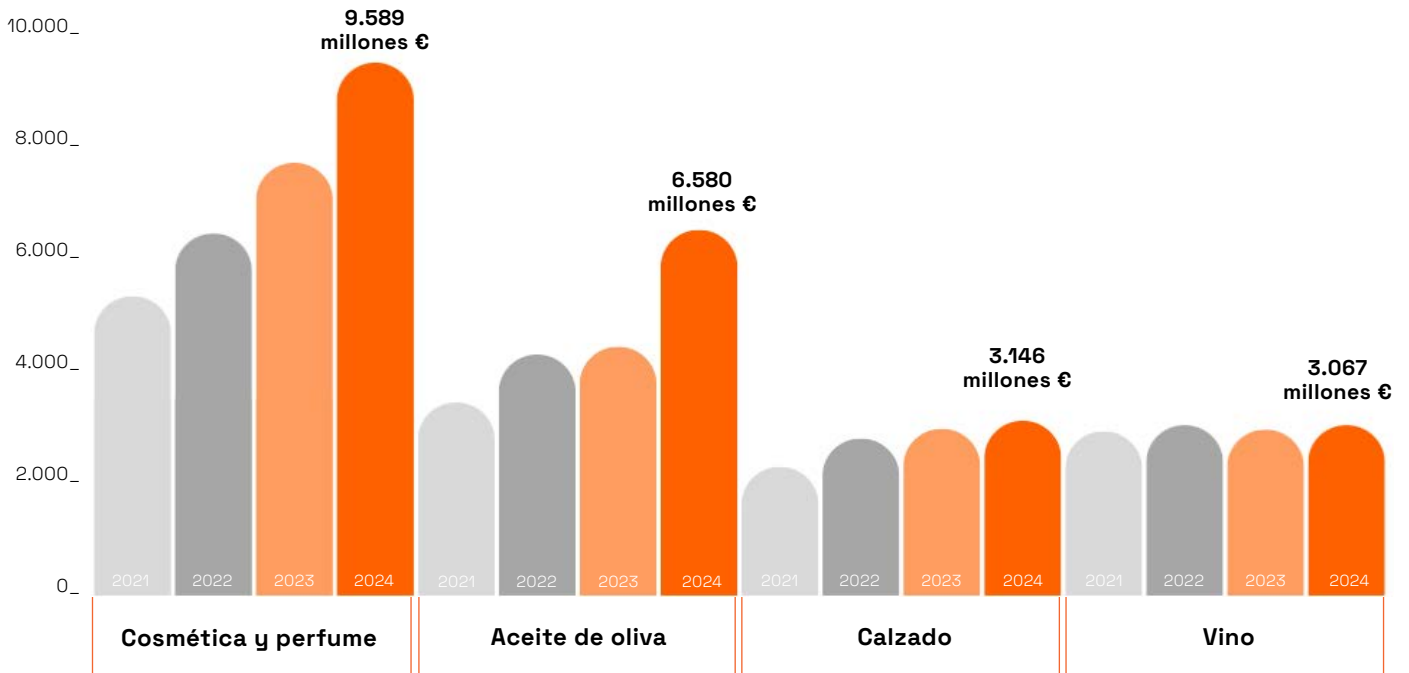
Los principales mercados extracomunitarios destino de nuestras exportaciones en 2024 han sido EE. UU., Reino Unido, México, Emiratos Árabes Unidos, China, Singapur, Turquía, Australia, Chile y Hong Kong.

España es el segundo exportador mundial de perfumes. Francia es el primero.

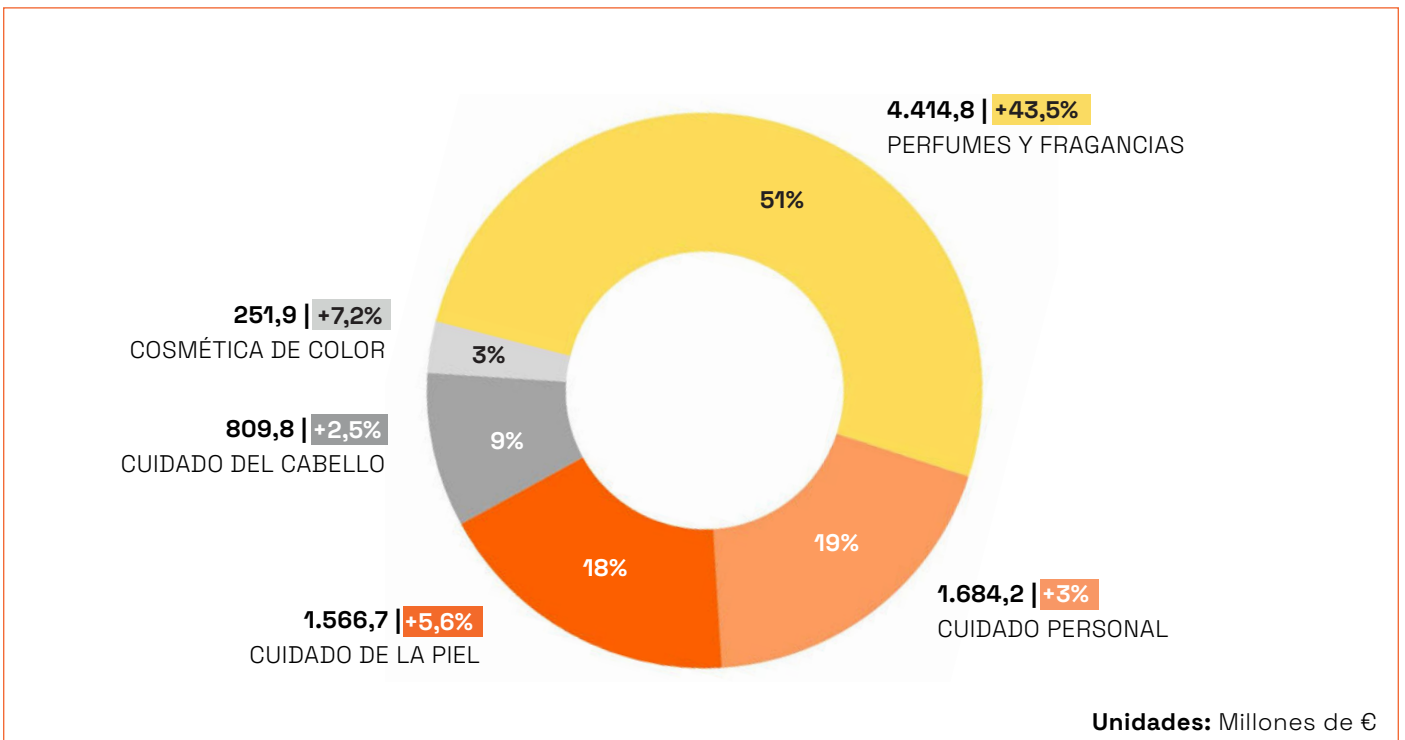


España exporta más cosméticos, perfumes y productos de cuidado personal que sectores como vino, calzado o aceite de oliva

COMPARATIVA ENTRE SECTORES EMBLEMÁTICOS EXPORTADORES



PESOS POR CATEGORÍAS DE PRODUCTO EXPORTADAS



Un sector líder en innovación

Gracias a una visión innovadora desplegada a lo largo de toda la cadena de valor —desde los ingredientes y el desarrollo de producto hasta la producción y la transformación digital— las empresas de cosmética y perfumería están liderando la evolución hacia un modelo más sostenible, tecnológico y competitivo. No en vano, el sector cosmético en España invierte el 3,4% en I+D+i, o, lo que es lo mismo, 330 millones de euros invertidos en innovación cada año. Los beneficios de estas inversiones se extienden hasta los consumidores: el sector ha reformulado 1 de cada 3 productos en los últimos 2 años para hacerlos más eficaces, seguros y sostenibles. Además, el 21% del empleo en la industria cosmética son perfiles científicos, como biólogos, químicos, farmacéuticos, etc.

Para dar un salto cualitativo en su capacidad de innovación, el sector impulsó la creación de Feeling Innovation by Stanpa, el clúster reconocido oficialmente como Agrupación Empresarial Innovadora (AEI) por el Ministerio de Industria. Feeling Innovation representa una estructura única en Europa que conecta empresas, centros tecnológicos y de investigación, universidades y proveedores de la cadena de valor, para transformar retos en soluciones reales. Su propósito es claro: anticipar los desafíos del sector, identificar soluciones tecnológicas e innovadoras y facilitar alianzas estratégicas que impulsen proyectos colaborativos de alto impacto.

Su nuevo Plan Estratégico 2025–2028, cocreado junto al ecosistema de innovación, establece cinco territorios clave para liderar la transformación del sector: sostenibilidad, gestión del agua, *packaging*, ingredientes y digitalización.

Así, la industria adopta un enfoque integral en sostenibilidad, trabajando en la reducción de emisiones, la eficiencia energética y la consolidación de la economía circular, y así avanzar hacia un futuro más responsable con el medioambiente.

La medición y reducción de la huella hídrica de la industria, que ya ha adoptado un enfoque proactivo para contribuir a la futura Estrategia Europea de Resiliencia Hídrica de la Comisión Europea, cuenta con referentes. En este sentido, COSME Water Footprint es un proyecto pionero en Europa en el que participa Feeling Innovation by Stanpa para poner a disposición del sector cosmético una herramienta digital que permita la automatización del cálculo de la Huella Hídrica en el sector de la perfumería y la cosmética, que facilite la interpretación de los resultados y ofrezca recomendaciones y acciones de reducción personalizadas para la mejora de la gestión del agua.



El *packaging* es también un clave para el presente y el futuro de la cosmética y el perfume, que avanza de forma decidida hacia la circularidad de los envases, el ecodiseño, el uso de materiales alternativos y la gestión de residuos de envases gracias a la innovación. Para fomentar este esfuerzo, Feeling Innovation by Stanpa participa en el proyecto europeo EPIC, en el que, a través de 10 socios de 8 países europeos, busca desarrollar soluciones innovadoras que permitan cumplir con las metas de reciclaje y sostenibilidad de la UE para 2030, fortaleciendo las capacidades de innovación en regiones menos desarrolladas e involucrando a toda la cadena de valor del envase.

En cuanto a la innovación en ingredientes, el sector es líder en la búsqueda de nuevos ingredientes naturales y la utilización de la biotecnología, así como la búsqueda de alternativas de ingredientes en evaluación regulatoria, abordando la biodegradabilidad.

En todos estos procesos, la digitalización es clave para mejorar desarrollos productivos, establecer nuevos modelos de negocio, promover la eficiencia operativa y, en definitiva, promover la innovación tecnológica en todo el sector de la cosmética y la perfumería, que se consolida como uno de los estandartes de la innovación industrial en España.



El sector de la cosmética y perfumería en España invierte el 3,4% en I+D+i.

Esto supone más de 330 millones de euros invertidos en innovación cada año, beneficiando a los consumidores con nuevas formulaciones, ingredientes, procesos y envases.

Expansión de la cultura del bienestar

RADIOGRAFÍA DE LA INDUSTRIA
COSMÉTICA Y DEL PERFUME
EN ESPAÑA
2024



stanpa

Asociación Nacional de
Perfumería y Cosmética