

EL MERCADO DE LA COSMÉTICA EN ESTADOS UNIDOS

2025

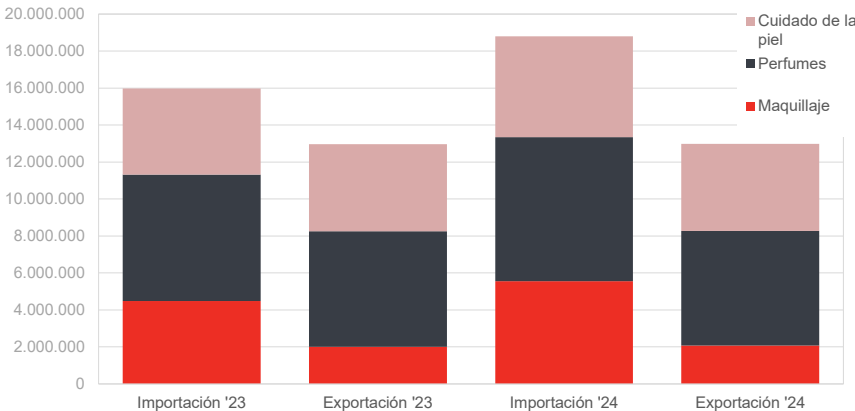
Definición del sector

Productos	Cosméticos (maquillaje), cuidado de la piel, perfumes y fragancias	Principales regiones	California, Nueva York, Florida y Texas
Categorías	Perfumes y fragancias (3303), Cuidado de la piel (3304.99), Cosmética de color (3304)	Principales productos demandados	Cuidado de la piel (antiedad, hidratación), maquillaje (bases, labiales), productos <i>clean beauty</i> , cosmética masculina y personalizada

Comercio exterior

Importaciones y exportaciones (2023 - 2024)

Miles de USD



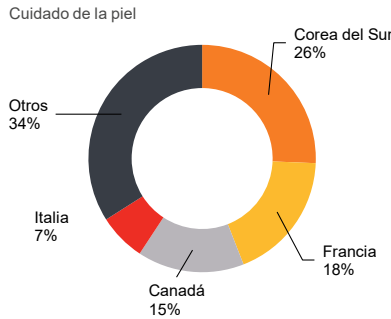
- En la actualidad, EE.UU., ocupa el **primer** lugar como el mercado de más grande a nivel mundial en el ámbito de la cosmética.
- En **2024**, los ingresos del mercado de cosméticos en Estados Unidos ascendieron a **40,39 mil millones de dólares**.
- Se proyecta **una tasa de crecimiento anual del 3,1 %** (CAGR 2024-2029) para el mercado de cosmética en Estados Unidos.
- Por segmentos, el **cuidado de la piel** fue el producto que más ingresos generó en 2025.
- El **41 %** de las ventas en Estados Unidos en 2024 son atribuidas a productos de cuidado de la piel.
- El mercado de cosméticos en Estados Unidos está emergiendo y tiene un gran potencial de crecimiento.
- El crecimiento del mercado se ve potenciado por las redes sociales, internacionalización y el comercio electrónico

Producción local

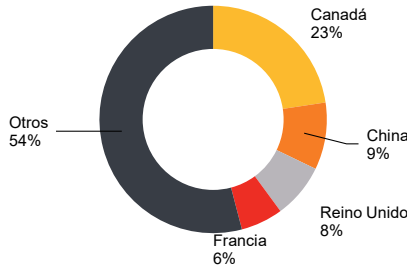
Las marcas internacionales siguen dominando el mercado de la cosmética y el cuidado personal, aunque las marcas locales han ganado relevancia en los últimos años al centrarse en las preferencias locales y emplear estrategias de precios competitiva.

El mercado estadounidense de cosméticos es altamente competitivo, dominado por grandes multinacionales como L'Oréal, Estée Lauder y Procter & Gamble, junto a un creciente número de marcas independientes y de nicho que destacan por su enfoque en la innovación, sostenibilidad y personalización. Las marcas locales y extranjeras compiten en áreas clave como la cosmética natural, vegana y *clean beauty*, donde la diferenciación en ingredientes y formulaciones es fundamental. Además, la creciente presencia de marcas asiáticas (K-Beauty y J-Beauty) ha intensificado la competencia, aprovechando su innovación tecnológica y posicionamiento en cuidado de la piel.

Mercados de importación de EE.UU.



Destinos de las exportaciones de EE.UU.



Demanda

Perfil del consumidor: exigentes, informados y abiertos a probar nuevas marcas; interés creciente en productos éticos, sostenibles y personalizados.

Pautas de consumo: Segmentación por necesidades; búsqueda de soluciones multifuncionales y formatos prácticos.

Preferencias del mercado: guiados por necesidades concretas.

Precios

Las diferencias de precio en la belleza se están difuminando a medida que las marcas masivas y *masstige* elevan su oferta en eficacia, formulación e innovación, obligando a las marcas *premium* a justificar con más fuerza su valor. Hoy, un 63 % de los consumidores no percibe que las marcas *premium* funcionen mejor que las masivas, y cerca de un 24 % ha optado por productos más económicos en el último año, reflejo de una mayor sensibilidad al precio incluso en un sector históricamente resistente a las recesiones.

EL MERCADO DE LA COSMÉTICA EN ESTADOS UNIDOS

2025

Percepción del producto español

- Calidad:** los productos cosméticos españoles son percibidos como de **alta calidad**, con **formulaciones avanzadas** y **eficacia dermatológica**.
- Segmento:** Posicionamiento **premium**, **dermocosmética** y **clean beauty**.
- Sostenibilidad:** Entrada vía **e-commerce** y estrategia de marca diferenciada.

Natura Bissé
Barcelona
cantabria labs
celebrate lifeMARTI
DERM®
LA FORMULA
ISDIN
LOVE YOUR SKIN

Canales de distribución

Comercio electrónico

Concentra el 41% de las ventas de cosméticos y perfumes en Estados Unidos, impulsado por el crecimiento de marcas directas al consumidor (DTC) y plataformas como Amazon, TikTok Shop y Shopify.

Tiendas especializadas

Ulta Beauty y Sephora, con más de 1.400 tiendas combinadas, destacan por ofrecer prueba de productos, asesoría personalizada y lanzamientos exclusivos, complementando el comercio digital y fortaleciendo la fidelización y percepción de marca.

Canal omnicanal

La omnicanalidad, el *social commerce* y las estrategias con *influencers*, contenido generado por usuarios (UGC) y compras vía *livestream* son ahora pilares clave en el marketing y la distribución de belleza en EE. UU.

Perspectivas del sector

- Crecimiento del mercado:** Se proyecta que los ingresos del sector aumenten de 43.700 millones USD en 2024 a 50.000 millones USD en 2029, con un crecimiento anual compuesto del 2,7 %.
- Segmentos destacados:**
 - ✓ Cuidado de la piel: Continúa siendo uno de los segmentos más lucrativos debido a la alta demanda de productos antienvjecimiento y protectores solares.
 - ✓ Cosmética de color: Mantiene un fuerte dinamismo impulsado por la innovación en productos funcionales y éticos.
 - ✓ Cuidado masculino: Un mercado emergente con un crecimiento significativo y constante.

Acceso al mercado

Fiscalidad

Los productos cosméticos importados están sujetos a aranceles que varían según la categoría del producto y el país de origen.

Normativa

La FDA supervisa la seguridad, etiquetado y fabricación de productos cosméticos.

FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos)

MOCRA (Modernization of Cosmetics Regulation Act of 2022)

Esta Ley exige el registro de instalaciones, buenas prácticas de fabricación, listado de productos, notificación de efectos adversos y procedimientos de retirada, asegurando mayor seguridad y uniformidad.

Oportunidades

- Personalización al alza:** Crece la demanda de productos a medida; oportunidad para usar IA y datos para crear fórmulas personalizadas.
- Impulso del e-commerce:** El comercio online sigue expandiéndose y facilita la entrada al mercado mediante *marketplaces* como Amazon o Walmart.
- Crecimiento de la cosmética masculina:** Mayor adopción por parte del público masculino y potencial para líneas *gender-neutral*.
- Preferencia por productos **sostenibles** y **clean**.
- Innovación tecnológica:** El uso de inteligencia artificial (IA) y biotecnología está revolucionando el desarrollo de productos personalizados.
- Productos multitarea**, como cosméticos que combinan maquillaje con cuidado de la piel o fórmulas antienvjecimiento.

Información práctica

Ferias

Cosmoprof North América
(Las Vegas)
<https://cosmoprofnorthamerica.com/las-vegas/>

Cosmoprof North America
(Miami)
<https://cosmoprofnorthamerica.com/miami/we/come-to-cosmoprof-north-america-miami/>

Publicaciones

WWD – Beauty:
<https://wwd.com/beauty>

BeautyMatter:
<https://beautymatter.com>

Asociaciones

Stanpa
<https://www.stanpa.com/>

Más info

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

Realización
Andrea Francisco Arribas

16 de noviembre de 2025
Los Ángeles

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de
la Embajada de España en Los
Ángeles

<https://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

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:

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

NOVIEMBRE, 2025 · NIPO 224250273