

2018

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADO



DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

## INFORMES ESPECIALIZADOS

### Informe Especializado

El mercado de cosmética y cuidado personal en Colombia.



2018

## 1. Información del mercado de objeto de estudio

Datos generales <sup>1</sup>

Nombre oficial	República de Colombia
Capital	Bogotá D.C.
Moneda	Peso Colombiano
Idioma oficial	Español
Población (2017) est	48 millones

Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERÚ

Indicadores macroeconómicos<sup>2</sup>

Año	2016	2017	2018*
Crecimiento PBI (%)	2.0	1.8	2.7
PBI per cápita (US\$)	5 744	6 273	6 581
Tasa de inflación (%)	5.8	4.1	3.4

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERÚ. \* Estimado

2. Panorama general<sup>3</sup>

De acuerdo al portal de Euromonitor (2018), menciona que se espera que las ventas de belleza y cuidado personal registren un modesto crecimiento durante el 2018. La desaceleración de la economía en Colombia junto con el incremento de impuestos a inicios del año 2017, ha generado que los colombianos enfrenten numerosos desafíos y un ahorro en relación a sus gastos, sin embargo, el mayor ingreso económico en la segunda mitad del año, permitió un mejor presupuesto disponible.

Un dato optimista que cabe resaltar, es que de acuerdo al portal Portafolio de Colombia, menciona que: “Colombia se ha posicionado como el quinto mercado en productos de belleza y cuidado personal más grande en América Latina. Según la Cámara de la Industria de Cosméticos y Aseo, en el 2017, las ventas de estos productos facturaron US\$ 3.391 millones, el 1,3% del producto bruto interno del país. Asimismo, debido a hábitos de consumo de mujeres y hombres en la industria cosmética, ha generado que muchos expertos puedan afirmar que para el 2020 el sector alcanzará los US\$ 4.171 millones<sup>4</sup>.

A continuación, se presenta un cuadro resumen del tamaño de mercado de belleza y cuidado personal en Colombia y las subcategorías de esta línea de productos.

**Tabla 1. Tamaño de mercado de la categoría de belleza y cuidado personal en Colombia**  
(Mil Millones de pesos colombianos – COP)

Categoría	2013	2014	2015	2016	2017	2018*	2019*
Belleza y cuidado personal	7 981	8 298	8 690	9 225	9 680	10 182	10 731
Belleza y cuidado personal de primera calidad	675	744	797	859	916	989	1 072

Fuente: Euromonitor Forecast. (2018). Elaboración – Inteligencia de mercados – PROMPERÚ

**Tabla 2. Tamaño de mercado de las líneas de belleza y cuidado personal en Colombia**  
(Mil Millones de pesos colombianos – COP)

Categoría	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Fragancias	1 689	1 746	1 787	1 881	1 954	2 046
Aseo para hombres	1 489	1 528	1 567	1 648	1 710	1 816
Cuidado del Cabello	1 280	1 330	1 371	1 457	1 502	1 558
Cuidado bucal	1 083	1 118	1 186	1 250	1 343	1 416
Protección de la piel	1 006	1 047	1 136	1 224	1 314	1 402
Cosméticos de color	848	889	932	1 005	1 059	1 137
Desodorantes	622	627	637	677	710	730
Baño y ducha	484	515	549	581	604	624
Productos específicos para bebés y niños	410	442	481	516	540	572
Cuidado solar	102	105	121	134	145	157
Depilatorios	84	91	87	87	88	91

Fuente: Euromonitor Forecast. (2018). Elaboración – Inteligencia de mercados – PROMPERÚ

El estudio de Euromonitor, también revela un crecimiento a dos dígitos en las exportaciones, reflejando alzas de hasta un 14,1% en los envíos de cosméticos colombianos al extranjero, impulsado por las multilatinas y los productos de cosmética natural. Compañías

1 Cia Word World Factbook (2017)

2 World Economic Outlook Update, July 2018

3 Beauty and personal care in Colombia – Euromonitor (2018)

4 Futuro prometedor para la industria cosmética en Colombia – Portafolio (2018)

como Belcorp, Vogue (L'Oreal) y Natura, cuentan con importantes facilidades de producción en el país que suplen la demanda nacional y en varias ocasiones la de los países vecinos<sup>5</sup>.

En relación al gasto del consumidor, el gasto promedio en belleza per cápita en Colombia fue de 223 000 pesos anuales, es decir, un poco más de US\$ 80 dólares.

Por otro lado, debido a la baja confianza de los consumidores y los signos de caída de la demanda, los principales fabricantes y minoristas de belleza y cuidado personal han optado por reajustar sus precios como una medida de estímulo para agregar valor y atraer a más consumidores de todos los rangos de ingresos.

En otra parte, también se resalta que los colombianos, han estado experimentando una serie de promociones y descuentos en línea para mejorar la venta de cosméticos y artículos de cuidado personal. En relación a los principales discounters como Ara, Justo y Bueno y D1 han fortalecido su reputación mediante la consolidación de la marca, asimismo, cabe destacar algunos canales minoristas como farmacéuticos como principales distribuidores. No obstante, cabe destacar, que las tendencias en medios virtuales está atrayendo cada vez más al consumidor.

Otros de los aspectos que es importante referir, es que en Colombia, la exposición prolongada a la contaminación del aire y la radiación solar tiene un efecto perjudicial sobre la piel causando sequedad, manchas oscuras, arrugas, lo cual genera una preocupación por los ciudadanos colombianos, en tal sentido, los productos multifuncionales estuvieron en crecimiento continuo durante el 2017, entre estos productos destacan las cremas faciales limpiadoras, cremas hidratantes, sueros, máscaras y aerosoles, teniendo crecimiento tanto en mujeres como hombres.

Finalmente, se puede comentar que los cosméticos y el cuidado de la piel son áreas muy importantes de gasto para muchas mujeres colombianas, por lo tanto, cualquier valor o innovación siempre es bien recibida en este mercado.

### 3. Canales de comercialización

Para el caso colombiano, la mayor recaudación de ventas las realizan los minoristas (tiendas especializadas, supermercados, hipermercados, pequeñas tiendas). A continuación, se presentan las principales marcas, y las compañías que las fabrican, que gozan de la preferencia de los colombianos:

**Tabla 3. Participación (%) de marcas de belleza y cuidado personal. Valor minorista RSP (Marca / Empresa)**

Marca	Empresa	2016	2017
Ésika	Belstar SA	5.3	5.3
Yanbal	Yanbal de Colombia SA	5.4	5.2
Colgate	Colgate-Palmolive & Cia	4.8	4.9
Natura	Natura Cosméticos Ltda.	-	4.9
Cyzone	Belstar SA	2.0	2.0
Gillette Prestobarba	Procter & Gamble de Colombia SA	1.9	1.9
Vogue	Laboratorios de Cosméticos Vogue SA	1.6	1.6
Johnson's Baby	Johnson & Johnson de Colombia SA	1.5	1.6
Sedal	Unilever Andina Colombia SA	1.4	1.4
Head & Shoulders	Procter & Gamble de Colombia SA	1.2	1.2

Fuente: Euromonitor. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERÚ

Por otro lado, de acuerdo al portal La República (2018) se menciona que tres de cada 10 cosméticos en Colombia se venden a través de catálogos. No obstante, de acuerdo a la Cámara de la Industria Cosmética y Aseo de la Andi (2018) resaltó que de las 20 compañías de belleza y cuidado personal que más vendieron en 2017, seis comercializan sus productos por catálogo. Estas son: Belcorp, Avon, Yanbal, Natura, Oriflame y Amway.

#### 4. Importación mundial Colombia de las líneas priorizadas de cosmética y cuidado personal e ingredientes naturales<sup>6</sup>

A continuación, se presenta una tabla resumen de las partidas 330290, 330499, 330510, 330590, 340111, 330129, 151590, 330520, las cuales han sido importadas por el mercado de Colombia. No obstante, cabe destacar, que de esta lista de productos importados, el principal producto fueron las mezclas de sustancias odoríferas y mezclas con un valor de US\$ 101 millones, lo cual significó una caída de 0,2%, los mercados proveedores de este producto fueron México con una participación de 38%, seguido de Estados Unidos (32%) y Suiza (10%).

Tabla 4. Importaciones mundiales de Colombia de las partidas priorizadas de la línea de cosmética y cuidado personal – ingredientes naturales 2013-2017  
Millones de US\$

HS6	Descripción arancelaria	2013	2014	2015	2016	2017	Var.% 17/16	Part.% Principales proveedores
330290	Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas, incl. las disoluciones alcohólicas, a base de una	99	100	104	101	101	-0.2%	México (38%) Estados Unidos (32%) Suiza (10%)
330499	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incl. las preparaciones ...	79	87	87	70	74	5.7%	Estados Unidos (23%) Francia (16%) Brasil (11%)
330510	Champúes	60	52	49	48	63	30.9%	México (77%) Brasil (7%) España (5%)
330590	Preparaciones capilares (exc. champúes, preparaciones para ondulación o desrizado permanentes)	44	47	42	40	42	4.1%	México (35%) Brasil (20%) Estados Unidos (17%)
340111	Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón	21	16	15	15	20	36.3%	Zonas franca (41%) Brasil (38%) México (5%)
330129	Aceites esenciales, destemperados o no, incl. los "concretos" o "absolutos" (exc. de agrios ...)	4	5	5	6	7	16.3%	Indonesia (19%) China (16%) India (14%)
151590	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	1	1	1	1	1	2.6%	Estados Unidos (20%) Francia (15%) Brasil (14%)
330520	Preparaciones para ondulación o desrizado permanentes	1	1	1	1	1	5.9%	Perú (27%) Brasil (25%) Panamá (19%)

Fuente: TradeMap (2017). Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERÚ

#### 5. Tendencias del consumidor colombiano<sup>7</sup>

##### – Tendencia de productos naturales; un signo de conciencia en la salud de los consumidores



Según el estudio de belleza y cuidado personal de Euromonitor, una de las tendencias más marcadas en los consumidores colombianos, es que existe un signo de conciencia de salud general, ya que los colombianos desean tener un mayor control sobre los ingredientes utilizados en sus productos de belleza. El interés en productos e ingredientes naturales ha llevado a un número cada vez mayor de consumidores a crear productos caseros y soluciones de belleza con la ayuda de marcas y personas influyentes.

Por otro lado, en relación al mercado actual de ingredientes naturales, se menciona que no llega a una amplia base de consumidores, sin embargo, el consumo de cosméticos naturales se espera tenga un crecimiento en los próximos años. Ahora pues bien, se esperan desarrollar productos con ingredientes más sostenibles y con múltiples rendimientos.

<sup>6</sup> Se han incluido las partidas priorizadas por el sector. Las líneas de trabajo han sido las de belleza y cuidado personal e ingredientes naturales.

<sup>7</sup> Beauty and personal care in Colombia – Euromonitor (2018)

- Los consumidores informados y las mejores experiencias de compra impulsan el crecimiento en todas las categorías de belleza



En Colombia, las marcas de belleza están estudiando y analizando cada movimiento de los consumidores, ya que la tecnología digital genera una personalización en la experiencia de compra. Las redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube se han convertido en plataformas influyentes. Los consumidores, especialmente los Millennials y la Generación Z, han desarrollado el concepto de “comprar”, visitando una serie de sitios, tutoriales y blogs.

Uno de los ejemplos, se da bajo el portal web Belleza Check<sup>8</sup>, en donde las usuarias pueden realizar las búsquedas de las marcas que prefieran, pero también lo pueden hacer con filtros personalizados que no tienen en cuenta solo los aspectos físicos de los productos, sino también las necesidades de cada una.

Para mayores detalles visitar: <https://bellezacheck.com/co/>

- Gran desarrollo de establecimientos que ofrecen servicios de belleza (spas, salones de belleza, estudios de maquillaje, etc.), cada vez más sofisticados y especializados.



Los consumidores colombianos están apostando por darse gustos en establecimientos que ofrezcan servicios de belleza. Asimismo, la alta demanda ha incrementado el desarrollo de servicios cada más Premium.

## 6. Exportaciones peruanas de las partidas priorizadas al mercado de Colombia<sup>9</sup>

De acuerdo a cifras de SUNAT, en 2017, las exportaciones peruanas totales de cosmética y cuidado personal e ingredientes naturales<sup>10</sup> para uso cosmético al mundo ascendieron a US\$ 41 millones, incrementándose en 17,7% respecto al año previo. Los mayores destinos de estos productos fueron Ecuador (US\$ 12 millones), Bolivia (US\$ 8 millones), Colombia (US\$ 7 millones), España (US\$ 3 millones) y Francia (US\$ 2 millones).

Tabla 5. Evolución de las exportaciones peruanas de las partidas priorizadas al mercado de Colombia 2013-2017  
Miles de US\$

Partida - Descripción Arancelaria	2013	2014	2015	2016	2017	Var.% 17/16	TCP 2013-2017
3304990000 - Las demás preparaciones de belleza, maqu	10,797	13,064	10,362	3,690	3,144	-14.8%	-26.5%
3305900000 - Las demás preparaciones capilares	1,102	1,237	1,475	1,115	1,425	27.8%	6.6%
3302900000 - Mezclas de sustancias odoríferas, exclui	1,223	920	885	863	1,025	18.7%	-4.3%
3401110000 - Jabón de tocador (incluso medicinal), en	468	376	1,786	773	902	16.7%	17.8%
3305100000 - Champús	1,444	989	903	392	577	47.1%	-20.5%
3305200000 - Preparaciones para ondulación o desrizad	0	-	-	-	2	-	62.2%
1515900090 - Los demás las demás grasas y aceites veg	15	20	0	0	1	38.1%	-55.1%
<b>Total exportado a Colombia</b>	<b>15,049</b>	<b>16,606</b>	<b>15,411</b>	<b>6,834</b>	<b>7,076</b>	<b>3.5%</b>	<b>-17.2%</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración – Inteligencia de mercados – PROMPERU

<sup>8</sup> Portafolio (2018)

<sup>9</sup> SUNAT (2018)

<sup>10</sup> Partidas priorizadas.

**7. Ferias Comerciales<sup>11</sup>**

A continuación, se detallan las principales ferias del sector de cosmética y cuidado personal en el mercado de Colombia.

**Tabla 6. Principales ferias del sector cosmética y cuidado personal**

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Belleza y Salud Bogotá	Belleza Salud Servicios Cosmética Estética	Bogotá	3 al 7 octubre 2018	<a href="http://www.feriabellezaysalud.com/">http://www.feriabellezaysalud.com/</a>
Cali Exposhow	Belleza Moda Salud	Cali	28 al 30 septiembre 2018	<a href="http://caliexposhow.com/evento-2018/">http://caliexposhow.com/evento-2018/</a>
Estilo Caribe Bogotá 2018	Belleza y Estética	Bogotá.	30 de junio al 2 de julio	<a href="http://estilocaribe.co/">estilocaribe.co/</a>
Cali Beauty Show	Belleza y cuidado personal	Cali	19 al 22 de abril	<a href="http://fenalcovalle.com/eventos/calibeautyshow-2/">http://fenalcovalle.com/eventos/calibeautyshow-2/</a>
Expo Belleza	Belleza y cuidado personal	Medellín	24 al 26 de junio	<a href="https://expobelleza.com.co/">https://expobelleza.com.co/</a>

Fuente: Portal ferias, nferias (2018). Elaboración – Inteligencia de mercados – PROMPERÚ