

El consumidor latinoamericano y tendencias en cosméticos naturales

Cada vez son más las firmas que desarrollan fórmulas saludables con ingredientes naturales, certificación orgánica sin dejar de lado la eficiencia y calidad de los productos.

Mercado de Belleza y cosméticos en Latinoamérica



La facturación regional en belleza y cosmética
Prevé crecer al menos un 18,4% hasta 2022 y cerrar con cifras sobre los \$77 mil millones anuales.



Venta anual en belleza
Brasil (1º) - \$ 31 129 millones
Colombia (5º) - \$ 3 280 millones



Categoría de belleza premium
Es la de mayor crecimiento, viendo una evolución del 69% entre 2012 y 2017 y con una proyección de crecimiento del 22,2% al 2022.



Gasto per cápita anual
Chile - \$ 182 millones
Uruguay - \$ 170 millones
Brasil - \$ 153 millones
México, Colombia, Perú, Ecuador y Paraguay por debajo de los \$90



Fragancias
Son la sub categoría con mejores índices, al alcanzar incrementos del 61,3% en las ventas de los últimos 5 años.

Los consumidores latinoamericanos de cosméticos



América Latina representa el 14% del mercado mundial
Lo que equivale a un gasto del 2% per cápita al año. Principales consumidores de la región: Brasil (49%), Argentina (8%), Chile (5%) y Colombia (5%)



El avance del sector de belleza en Sudamérica
Impulsado por el ingreso de grandes marcas como Cromantic, Blush Bar y Blind en el país cafetero. Otras cadenas como Mac Cosmetics, Bobbi Braun, Urban Decay y Chanel, también hace algunos meses aterrizaron a Bolivia, Colombia, Perú y Panamá.



Los latinoamericanos gastan principalmente en
Artículos de cuidado para el cabello, seguido de fragancias, aseo masculino, cuidado de la piel y cosméticos de color.



Principal interés del consumidor
Encontrar beneficios adicionales en sus productos, de preferencia que funcionen como tratamiento a largo plazo, además existe un creciente interés por el consumo natural



Beneficios adicionales en sus productos
De preferencia que funcionen como tratamiento a largo plazo, además existe un creciente interés por el consumo natural, orgánico y con beneficios para el medio ambiente.

Tendencias en el consumo: Caso Colombia



Por siempre jóvenes
Los límites de la vejez se desplazan y las personas no quieren ser segmentadas por la edad. Los consumidores mayores quieren ser tratados como personas jóvenes.



Back to basics
Deseo del consumidor sobre productos simples, minimalistas y de alta calidad.



Genderless and Inclusion
Tendencia que nace del Insight que dice: "todos somos humanos y no queremos etiquetas".



Consumidores conscientes

Cada vez más preocupados por los ensayos en animales y el consumo de agua. Así como en la generación de residuos y en general los elementos relacionados con la responsabilidad social.



Petmetics

El respeto a la calidad de vida y el bienestar animal.



Plastic free

Reducción en los envases y bolsás para productos cosméticos



¿Cuánto gastan los países latinos?



Gasto anual per cápita solo en belleza
Chile - \$ 190
Uruguay - \$ 178
Brasil - \$ 160
México, Colombia, Perú, Ecuador y Paraguay por debajo de los \$ 85



Marcas multinacionales

L'Oréal y Estée Lauder en los últimos 5 años han venido liderando el rubro, con presencia en todos los países mediante tiendas propias y terceros.



Auge en las industrias de Belleza

Principalmente en Brasil, Perú y Colombia.



La cosmética natural en Latinoamérica

Las nuevas tendencias de mercado que incluyen un consumo consciente y productos naturales, ecológicos y saludables han llegado también a los cosméticos. Las compañías han empezado a incluir ingredientes de origen natural en los productos de belleza que además de ser amigables con el medioambiente son beneficiosos para la piel.



Natura (Brasil)
Sus productos son creados con ingredientes naturales y certificados con el sello "Leaping bunny" de cruelty free internacional por no realizar pruebas en animales ni para sus ingredientes, ni para sus productos finales.



Vitú (Colombia)
Marca colombiana que cuenta con productos cosméticos para rostro, ojos y labios hechos con ingredientes naturales como arroz, frutos rojos, avena, pepino y sábila.



Pai Pai (México)
Marca mexicana de cosméticos artísticos hechos con ingredientes naturales, libre de parabenos y crueldad animal.



Bashita cosmetics
Línea de cosméticos guatemalteca con productos formulados y manufacturados bajo los más altos estándares de calidad aprobados y bajo licencia de la FDA (U.S. Food & Drug Administration). Son libres de parabenos, talco y químicos dañinos. Manufacturados con ingredientes naturales, hipoalergénicos, con infusión de vitaminas A, C, D, E, aloe vera, té verde y camomila sin extractos animales y certificados a nivel mundial por peta

Hitos en el sector cosmético que llegarán a Latinoamérica:



Personalización e inteligencia artificial (IA)



Aplicaciones de "prueba"



Maquillaje impreso



Herramientas inteligentes de cuidado de la piel



3D o "e-make up"