

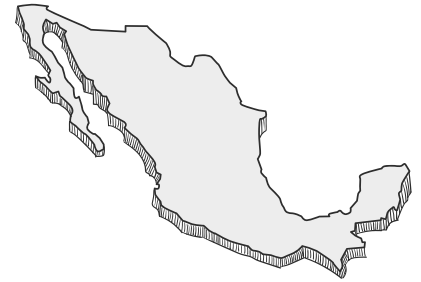


PUNTOS CLAVE

- 2º mercado para productos de belleza en América Latina
- Tamaño estimado de mercado 7,440 millones de USD
- Segmento premium: gasto anual aprox de 2.000 USD
- TLC con UE
- Oportunidades para productos diferenciados.

SECTOR COSMÉTICO

Mayo 2022



CONTENIDO

DATOS

- México está clasificado como uno de los 10 principales mercados a nivel mundial para cosméticos y productos de cuidado personal.
- Es el 2º mercado para productos de belleza en América Latina.
- México es hogar de varias empresas multinacionales que han establecido instalaciones de fabricación y distribución que utilizan para sus operaciones con el resto de América Latina. Como ejemplo, están: Procter & Gamble, Unilever, L’Oreal y Beiesdorf.
- Antes de la pandemia, el consumo de cosméticos había tenido un crecimiento estable durante 15 años. Actualmente, se ha visto afectado por condiciones de mercado como incertidumbre respecto a la administración actual, debilitamiento del peso frente al dólar y la pandemia de COVID 19, teniendo como resultado un crecimiento más lento. Aunque algunas categorías tengan una ligera tendencia a la baja como cosméticos de color y fragancias, la demanda de productos en la categoría de productos de cuidado personal está aumentando y representa una oportunidad.
- Tamaño estimado del mercado es de 7.440 millones de USD, en este segmento es donde se mueven reconocidas marcas internacionales.



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

TOTS
A UNA
veu

IVACE



SECTOR COSMÉTICO

DATOS

- El número de marcas mexicanas de cuidado personal se ha triplicado desde 2013.
- El gasto promedio anual es de aproximadamente \$4.500 MXN en cosméticos y productos de cuidado personal.
- Un pequeño porcentaje de la población que puede gastar en productos premium, realiza un gasto estimado de al menos 2.000 USD anuales en productos de belleza y tratamientos.
- **CUIDADO DE LA PIEL**
 - Históricamente se ha enfocado en la mujer, aunque cada vez hay más interés por parte del público masculino.
 - En los últimos años ha habido un creciente interés en los productos que tienen beneficios como protección solar y que ayudan a prevenir el envejecimiento, en vez de a corregirlo.
 - Los productos con función dual han tenido un crecimiento.
 - La pandemia de COVID-19 ha puesto el foco en la importancia del cuidado personal, que ha tenido un impacto en las tendencias de consumo.
- **CUIDADO DEL CABELLO**
 - La demanda de este tipo de productos ha aumentado debido a que los hombres se interesaron más por el cuidado del cabello y la barba se puso de moda. Estos productos ahora representan el 20% del mercado total de cuidado personal.
 - Con la pandemia de COVID muchas barberías cerraron, pero los consumidores comenzaron a adquirir los productos online para continuar con sus rutinas de cuidado en casa.
- Nichos de mercado más desarrollados en Europa y Estados Unidos, serán próximamente tendencia en México por lo que pueden representar oportunidades interesantes en México.
- Los productos orgánicos y naturales tienen gran potencial debido a las tendencias internacionales hacia productos amigables con el medio ambiente y la preocupación del efecto de los químicos fuertes en el cuerpo. El motivador principal para la compra de estos productos es el beneficio de salud que se percibe. Hay varias marcas mexicanas que han ganado reputación que les permite competir con marcas internacionales.
- Se espera que el segmento de productos de belleza para hombre crezca en tasas de alrededor de 8% para 2025. Marcas de Procter & Gamble y Unilever son las que actualmente dominan este segmento.
- La pandemia de COVID 19 ha llevado a que se desarrolle más el canal de venta online tanto para cosméticos como para productos de cuidado personal. Para vender en línea en México desde España será necesario contar con un socio local que realice la importación y ayude a verificar el cumplimiento de los requisitos de etiquetado.



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

TOTS
A UNA
veu

iVACE



SECTOR COSMÉTICO

DATOS

- En México la marca España está bien posicionada en cosméticos y cuidado personal, ventaja que pueden aprovechar las empresas valencianas interesadas en entrar en el mercado.
- México cuenta con 12 Tratados de Libre Comercio, que dan un acceso a 46 países. Entre ellos, está el Tratado con la Unión Europea gracias al cual la mayoría de los productos están libres de arancel.
- Los productos cosméticos y productos de cuidado personal en la mayoría de los casos solamente tienen que cumplir con la NOM-141-SSA1/SCFI-2012, a menos que hagan declaraciones de tener efectos terapéuticos. Esta NOM se refiere a la información con la que debe cumplir el etiquetado de los productos acerca de su función y usos.
- Será importante revisar los ingredientes para asegurarse de que no se encuentren prohibidos o se incluyan en una composición que resulte en que el producto sea considerado farmacéutico. Es importante apoyarse con una empresa local para verificar que se cumplen con todas las regulaciones y obtener los permisos que se requieran.
- Eventos del Sector: [Expo Beauty Show | 23 - 25 Octubre, 2022](#) | [EBIO | 29-30 Mayo, 2022](#)
- Enlaces de Interés: [Cámara Nacional de la Industria del Cuidado Personal y del Hogar \(CANIPEC\)](#) | [Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios \(COFEPRIS\)](#) | [Sociedad de Químicos Cosmetólogos \(SQCM\)](#)



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

TOTS
A UNA
veu

iVACE