

# 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"**

FUENTE: Asociación Brasileña de La Industria de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos, Euromonitor, Fashion Network, Inxemoda, BBC, Universo Mola.