



Otros Informes

Enfoque Económico

Ojo al ritmo: lo que pasa con la economía del Valle y Cauca

07 de marzo de 2017

Enfoque Competitivo

Pisando Fuerte

21 de febrero de 2017

Enfoque Económico

Economía del Valle del Cauca: Balance 2016 y perspectivas 2017

14 de febrero de 2017

Enfoque Competitivo

En la puerta del horno

24 de enero de 2017

Enfoque Competitivo

El empaque sí importa

21 de diciembre de 2016

Enfoque Económico

Valle del Cauca y Antioquia: 12 años de progreso

14 de diciembre de 2016

Enfoque Económico

Historia de cinco ciudades

21 de septiembre de 2016

Enfoque Competitivo

Sí hay remedio

14 de septiembre de 2016

Esta información llega a usted **gracias a:**



BUCANERO: 100% POLLO DE VERDAD

Que no le tomen el pelo

El segmento de Productos Capilares agrega las categorías de shampoo, acondicionador, 2en1, colorantes, productos para el alisado o rizado permanente y tratamientos para la prevención de la caída o la fijación del cabello.

El valor del mercado mundial de Productos Capilares fue USD 69 mil millones en 2015 y registró un crecimiento promedio anual de 4,3% entre 2011 y 2015.

Este segmento representó 16,2% del mercado mundial de Belleza y Cuidado Personal en 2015 (USD 426 mil millones), siendo el segundo más importante después de los productos para el cuidado de la piel (25,9%).

Las empresas del Cluster de Belleza y Cuidado Personal tienen el reto de identificar los criterios de compra de los consumidores y adaptar sus productos en términos de empaques, aromas, tamaños, ingredientes y atributos comerciales (claims).



Los Productos Capilares en la Industria mundial de Belleza y Cuidado Personal

Pág. 2



El mercado de Productos Capilares en Colombia

Pág. 4



La Industria de Productos Capilares del Valle del Cauca

Pág. 5



Anexos

Pág. 7



En este informe se describe la dinámica general del mercado mundial y nacional de Productos Capilares. Además, se identifican algunas oportunidades comerciales para las empresas del Valle del Cauca en este segmento de negocio.

Los Productos Capilares son utilizados para la limpieza, tratamiento o modificación de la apariencia del cabello, por lo tanto es uno de los segmentos de negocio identificados en el Cluster de **Belleza y Cuidado Personal**.

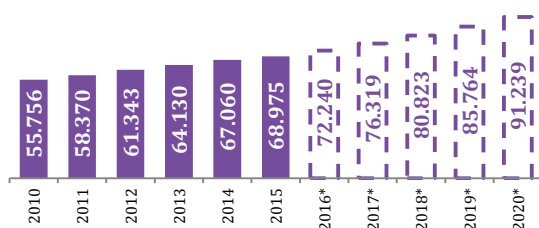
En este informe, el segmento de Productos Capilares agrega las categorías de shampoo, acondicionador, 2en1, colorantes, productos para el alisado o rizado permanente y tratamientos para la prevención de la caída o la fijación del cabello.

La Industria mundial de Productos Capilares

El valor de mercado mundial de productos capilares fue USD 68.975 millones en 2015 y registró un crecimiento promedio anual de 4,3% entre 2011 y 2015.

Según Euromonitor, las ventas mundiales de la industria de Productos Capilares registrarán un crecimiento promedio anual de 5,7% entre 2016 y 2020, llegando a un valor de mercado de USD 91.239 millones en 2020 (Gráfico1).

Gráfico 1. Valor de mercado mundial de Productos Capilares (USD millones) 2010 - 2020*



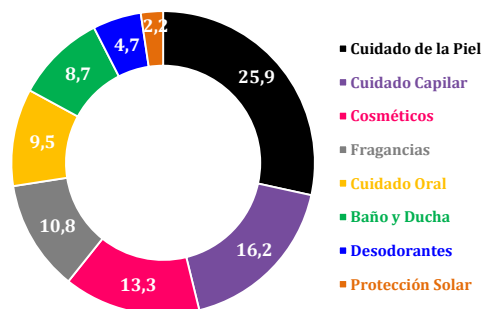
*Proyecciones

Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

En 2015, el segmento de Productos Capilares representó 16,2% del mercado mundial de **Belleza y Cuidado Personal** (USD 426.251 millones), siendo el segundo más importante después de los productos para el cuidado de la piel (25,9%) (Gráfico 2).

Además, los productos para el cuidado de la piel (0,5 pps) y los cosméticos (0,3 pps) registraron un crecimiento en la participación del mercado mundial de **Belleza y Cuidado Personal** en 2015 frente a 2014.

Gráfico 2. Participación (%) en el valor de mercado mundial de Belleza y Cuidado Personal según segmento - 2015



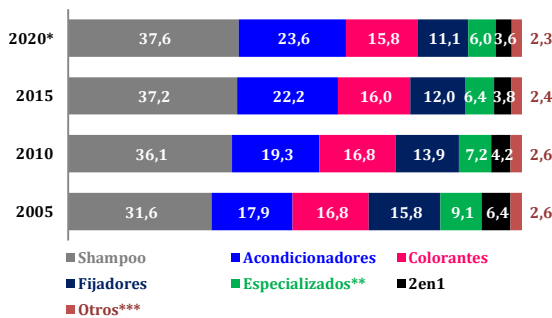
Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Según categoría, el *Shampoo* representó 37,2% del valor de mercado mundial de Productos Capilares en 2015, seguido por *Acondicionadores* (22,2%), *Colorantes* (16%) y productos para la *Fijación del Cabello* (12%).

Según Euromonitor, la participación de la categoría *Shampoo* en 2015, ha crecido 5,6 pps respecto a 2005 y se espera que crezca 0,4 pps más a 2020 (Gráfico 3).



Gráfico 3. Distribución (%) del valor del mercado mundial de Productos Capilares según categoría 2005 - 2020

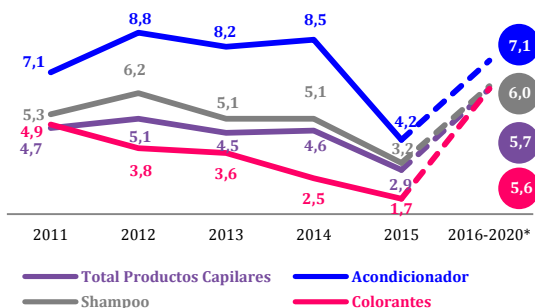


*Proyecciones
 **Incluye Productos Capilares que se venden a través de peluquerías
 ***Incluye alisadores o rizadores permanentes y productos para la caída del cabello
 Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

El mercado mundial de acondicionadores (7,4%) y Shampoo (5,0%) tuvo un crecimiento promedio anual superior al registro mundial del segmento de Productos Capilares (4,4%), entre 2011 y 2015.

Según Euromonitor, se espera que las categorías más dinámicas entre 2016 y 2020 sean Shampoo (6,0%) y Acondicionadores (7,1%) por encima del crecimiento promedio anual del segmento (5,7%) (Gráfico 4).

Gráfico 4. Crecimiento (%) del valor de mercado mundial en categorías seleccionadas (2011 - 2015) y crecimiento (%) promedio anual (2016 - 2020)



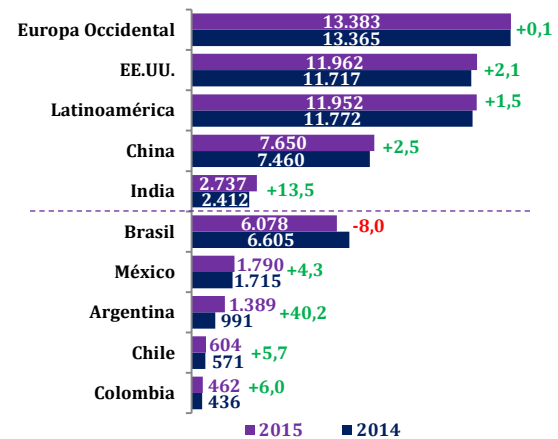
*Proyecciones tasa de crecimiento promedio anual
 Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

En 2015, EE.UU. registró ventas por USD 11.961 millones y lideró el mercado mundial de Productos Capilares con una participación de 17,3% y un crecimiento de 2,1% frente a 2014.

Latinoamérica registró ventas por USD 11.952 millones (17,3%) en 2015 y un crecimiento de 1,5% frente a 2014.

Es importante destacar que Argentina (40,2%), India (13,5%) y Colombia (6,0%) registraron tasas de crecimiento positivas en Productos Capilares en 2015, mientras Francia registró una disminución de 3,0% frente a 2014 (Gráfico 5).

Gráfico 5. Valor de mercado de Productos Capilares en regiones/países seleccionadas (USD millones) y tasa de crecimiento (%) 2014 - 2015



Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

La multinacional estadounidense *Procter & Gamble*, con presencia en más de 80 países, representó 19,8% del mercado mundial de Productos Capilares en 2015, seguido por *L'oreal* (17,3%) y *Unilever* (14,8%).

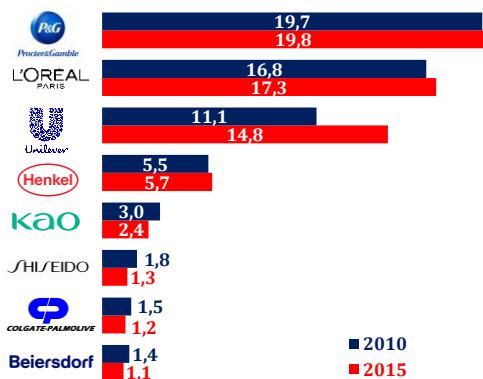
Desde 1947, *Procter & Gamble* logró posicionar a Pantene como la marca líder en el mundo en la categoría de Shampoo. Una parte importante del crecimiento de esta compañía se debe a los procesos de investigación de mercados enfocados al desarrollo de productos.



Actualmente la empresa cuenta con 40 mil patentes activas, más de 18 mil solicitudes pendientes y fue considerada la empresa más innovadora del mundo en 2011 por la revista *Fortune*¹.

Unilever y Colgate-Palmolive, empresas con plantas de producción ubicadas en el Valle del Cauca, ocuparon el tercer y séptimo lugar en participación mundial del mercado de Productos Capilares en 2015 (Gráfico 6).

Gráfico 6. Participación (%) principales empresas en el mercado mundial de Productos Capilares 2010 - 2015



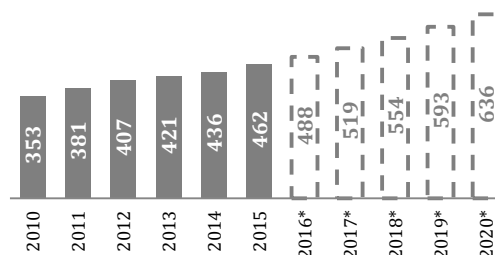
Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

El mercado de Productos Capilares en Colombia

El valor de mercado de Productos Capilares en Colombia fue USD 462 millones en 2015 y registró un crecimiento promedio anual de 5,6% entre 2011 y 2015.

Según Euromonitor, el mercado nacional de Productos Capilares crecerá en promedio 6,6% entre 2016 y 2020 (Gráfico 7).

Gráfico 7. Valor de mercado nacional de productos Capilares (USD millones) 2010 - 2020*



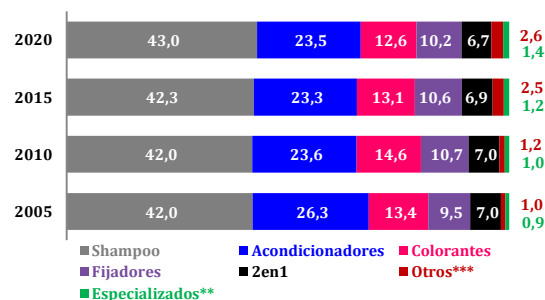
*Proyecciones

Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

En Colombia, los Shampoo tienen una participación de 42,3% en el mercado de Productos Capilares, 4,9 pps por encima de la participación mundial.

En contraste, los productos especializados para el cuidado capilar (aquellos que solo se comercializan a través de peluquerías) tienen una participación de 1,2% en el mercado nacional, 5,2 pps por debajo de la participación de estos productos en el mercado mundial (Gráfico 8).

Gráfico 8. Distribución (%) del valor de mercado nacional de Productos Capilares según categoría 2015 - 2020



*Proyecciones

**Incluye Productos Capilares que se venden a través de peluquerías.

***Incluye alisadores y rizadores permanentes y productos para la caída del cabello.

Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

¹ Página Web de la compañía.

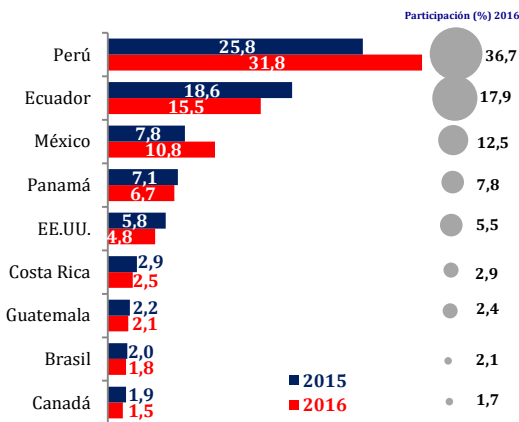


El valor de las exportaciones nacionales de Productos Capilares en 2016 fue USD 86,5 millones y registró una disminución de 2,6% frente a 2015.

Los 3 principales destinos (Perú, Ecuador y México) representaron 67,1% de las ventas externas de Productos Capilares en 2016.

Las ventas externas a Perú y México registraron un crecimiento de 23,2% y 39,3%, respectivamente. Las ventas a Ecuador registraron una disminución de 17,1% en 2016 frente a 2015 (Gráfico 9).

Gráfico 9. Valor de las exportaciones colombianas de Productos Capilares (USD millones) y participación (%) destinos seleccionados 2015 - 2016



Fuente: DANE - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Sedal de Unilever (11,9%) y Head & Shoulders de Procter & Gamble (9,2%) fueron las marcas con mayor participación en el mercado nacional de Productos Capilares en 2015.

Natura registró el mayor crecimiento en la participación en el mercado nacional, pasando de 3,5% en 2014 a 4,5% en 2015 (Tabla 1).

Tabla 1. Participación (%) Principales marcas de Productos Capilares en Colombia 2014 - 2015

Marca	Empresa	2014	2015	Var
Sedal	Unilever	12,4	11,9	↓
Head & Shoulders	Procter & Gamble	9,2	9,2	=
Schwarzkopf	Henkel	10	9,1	↓
L'Oréal Paris	L'Oréal	7,8	7,9	↑
Pantene	Procter & Gamble	7,8	7,6	↓
Avon	Avon Products	5,7	5,8	↑
Natura	Natura Cosméticos	3,5	4,5	↑
Ego	Quala	2,9	2,8	↓
Esika	Belcorp	2,7	2,6	↓
Wella	Procter & Gamble	2,6	2,5	↓
Syoss	Henkel	2,3	2,1	↓
Savitall	Quala	1,7	1,7	=
Clear	Unilever	1,7	1,7	=
Bioexpert	Quala	1,2	1,5	↑
Dove	Unilever	1,5	1,4	↓
Luminance	Laboratorios Recamier	1,4	1,4	=
Ertia	Amway	1,4	1,1	↓
Tio Nacho	Genomma Lab	1,1	1,1	=
Kleer	Laboratorios Recamier	0,9	1	↑
Muss	Laboratorios Recamier	1,1	0,9	↓
Colorance	Laboratorios Recamier	0,8	0,8	=
Ultra Nutrit	Belleza Express	0,8	0,8	=

Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

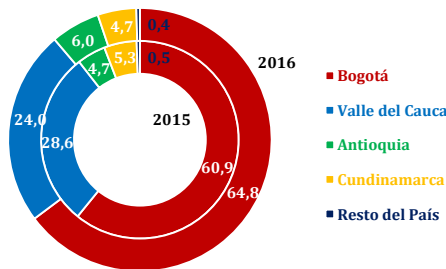
La Industria de Productos Capilares del Valle del Cauca

El Valle del Cauca fue el segundo exportador nacional de Productos Capilares en 2016 con ventas externas por USD 20,7 millones y registró una disminución de 18,3% frente a 2015.

Como resultado, el Valle del Cauca disminuyó su participación en las exportaciones nacionales, pasando de 28,6% en 2015 a 24% en 2016.

Bogotá (64,8%) y Antioquia (6,0%) registraron un aumento de 3,9 y 1,3 pps en la participación de las exportaciones de Productos Capilares en 2016 frente a 2015 (Gráfico 10).

Gráfico 10. Distribución (%) exportaciones nacionales de Productos Capilares según departamentos 2015 - 2016



Fuente: DANE - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Las ventas totales de las 9 principales empresas de Productos Capilares del Valle del Cauca sumaron COP 3,2 billones en 2015 y registraron un crecimiento de 13,9% frente a 2014 (Tabla 2).

Tabla 2. Ventas (COP miles de millones) Principales empresas de Productos Capilares del Valle del Cauca y tasa de crecimiento (%) 2014 - 2015

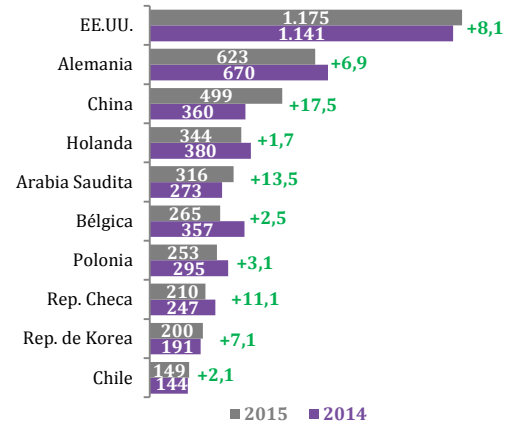
Empresa	2015	TC (%)
Colgate-Palmolive	1.200	3,9
Johnson & Johnson	1.064	22,3
Unilever	640	20,9
Belleza Express	144	20,1
Recamier	142	13,9
San Jorge	12	25,1
L'mar	8	10,6
Naprolab	6	-10,8
BySpro	6	-6,6

Fuente: Asocámaras - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

La creciente demanda de Productos Capilares importados en mercados como EE.UU. (8,1%), Alemania (6,9%), China (17,5%) y Arabia Saudita (13,5%) muestra oportunidades de crecimiento para las empresas del Valle del Cauca (Gráfico 11).

Cabe resaltar que las empresas de Productos Capilares del Valle del Cauca solo llegan a 5 de los 10 principales países importadores (EE.UU., Alemania, China, Bélgica y Chile), con una baja participación.

Gráfico 11. 10 principales mercados más dinámicos en importaciones de Productos Capilares (USD millones) y tasa de crecimiento (%) promedio anual 2011 - 2015



Fuente: UN Comtrade - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Para llegar a estos nuevos mercados y profundizar los existentes, las empresas del Cluster de Belleza y Cuidado Personal tienen el reto de identificar los criterios de compra de los consumidores y adaptar sus productos en términos de empaques, aromas, tamaños, ingredientes y atributos comerciales (*claims*).

Para esto, la Cámara de Comercio de Cali está ejecutando un proyecto con la Universidad ICESI y 14 empresas del Cluster de Belleza y Cuidado Personal que busca desarrollar nuevos productos y validarlos comercialmente en un mercado priorizado.

En línea con este desafío, la Cámara de Comercio de Cali lanzó el proyecto ViNT, cuyo objetivo es identificar oportunidades de mercado, registrar tendencias en tecnología, patentes de dominio público y nuevos lanzamientos e ingredientes utilizados en la industria mundial, a través de informes de vigilancia competitiva de los Clusters.

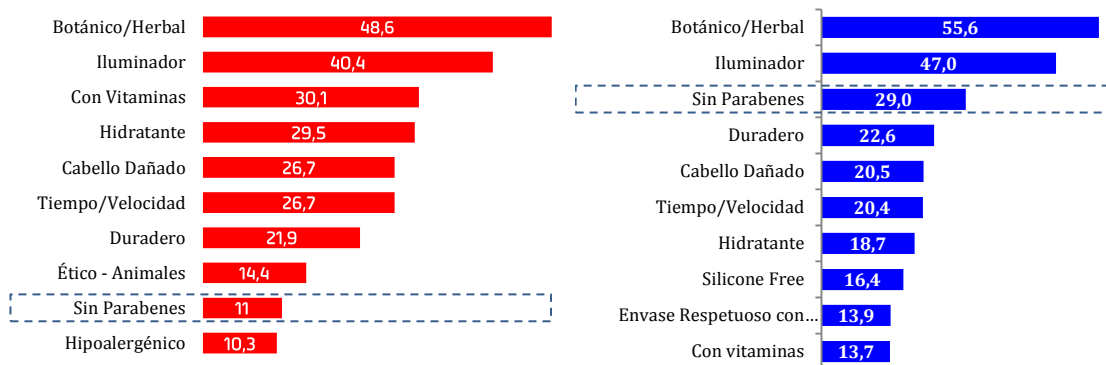
De esta forma, ViNT será la herramienta que impulse la competitividad de las empresas del Valle del Cauca, poniendo a disposición de las empresas, información fundamental para el despliegue de su estrategia².

² Gráfico 1 - Anexos



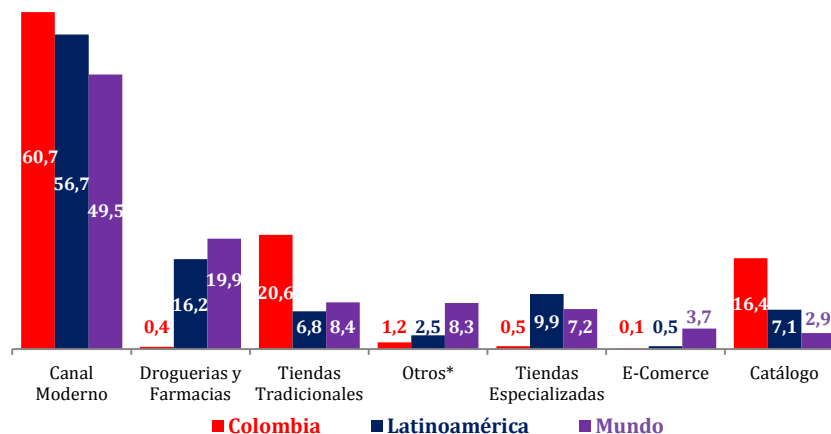
Anexos

Gráfico 1. Participación (%) principales *claims* identificados en los nuevos lanzamientos de Productos Capilares en Colombia y Francia - 2016



Fuente: Mintel GNDP - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Gráfico 2. Distribución (%) del mercado de Productos Capilares según canal de distribución Colombia, Latinoamérica y Mundo - 2015



Fuente: Euromonitor - Cálculos Cámara de Comercio de Cali
*Incluye: Tele ventas, máquinas vending y peluquerías