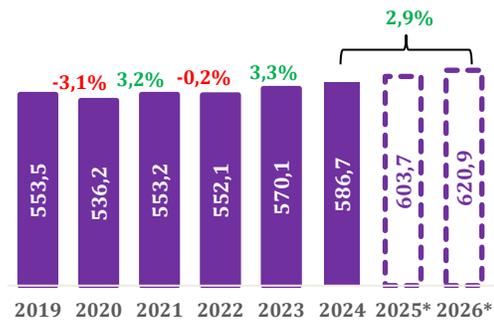


Belleza y cuidado personal: Desafíos y perspectivas de crecimiento

En los últimos años, la industria de la belleza y cuidado personal ha enfrentado importantes desafíos, marcados por los efectos de la postpandemia, los cambios en las preferencias de los consumidores y una creciente competencia global. Sin embargo, el sector ha demostrado resiliencia al adaptarse e innovar para satisfacer las nuevas demandas del mercado y las expectativas de los consumidores. A través del presente informe se expone un panorama resumido de la industria de belleza y cuidado personal a nivel mundial, regional y nacional, pasando por información de volumen de mercado, tendencias y datos sobre exportaciones, así como información acerca de las actividades que se han venido desarrollando desde la Iniciativa Cluster de Belleza y aquellas que se desarrollarán en los próximos meses.

De acuerdo con Euromonitor, en 2023 el mercado global de belleza y cuidado personal alcanzó un valor aproximado de USD 570 mil millones, con un crecimiento del 3,3% frente a 2022. Se proyecta que el sector mantenga un crecimiento anual compuesto del 2,9% hasta 2026 (Gráfico 1), impulsado por la preferencia en ingredientes naturales, la sostenibilidad y la transformación digital mediante la adopción de inteligencia artificial (IA). Estos factores redefinirán los modelos de negocio y las dinámicas del mercado en los próximos años.

Gráfico 1. Valor de mercado mundial de belleza y cuidado personal (USD miles de millones) 2019-2026*

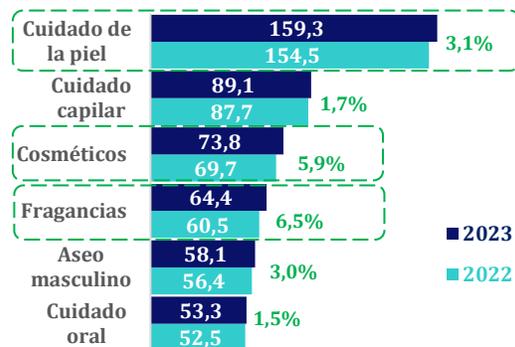


*Proyecciones

Fuente: Euromonitor - Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

En 2023 la industria de belleza y cuidado personal presentó un incremento, impulsado por el sólido crecimiento de categorías clave como fragancias (6,5%), cosméticos (5,9%) y cuidado de la piel (3,1%) Gráfico 2.

Gráfico 2. Top 6 principales segmentos de negocio según valor del mercado mundial de Belleza (USD millones) y crecimiento (%) 2023*/2024*



*Proyecciones

Fuente: Euromonitor - Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

¿Qué tendencias están impulsando la industria de belleza y cuidado personal en el mundo?

Según Mintel, las tendencias en belleza y cuidado personal para 2025 estarán impulsadas por consumidores informados y con poder de decisión que dan prioridad a la eficacia funcional y la creatividad en sus rutinas.

La sostenibilidad y los ingredientes naturales como nueva norma

Para 2025, la sostenibilidad en la belleza ya no será opcional; es una expectativa básica. Los consumidores exigen productos que no solo ofrezcan resultados, sino que también den prioridad a la responsabilidad medioambiental.

Una nueva ola de marcas adopta la química verde y utiliza productos botánicos de origen sostenible, garantizando que no se sacrifique la eficacia en aras de la sostenibilidad. Las marcas pueden tomar la delantera combinando conocimientos científicos con prácticas ecológicas.

Figura 1. Preferencias globales hacia la belleza sostenible



Fuente: Mintel - Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

La IA, clave en el futuro del sector de la belleza

Según McKinsey & Co., la inteligencia artificial (IA) será una de las tendencias clave que transformará la industria de belleza y cuidado personal, aportando dinamismo a los procesos e impulsando la innovación en las formulaciones. La IA promete seguir ayudando a descubrir nuevos ingredientes y combinaciones; acelerar las pruebas de seguridad y eficacia; y desarrollar productos y servicios cada vez más personalizados.

Tabla 1. Casos de éxito de empresas que han implementado la IA

Empresa	Prácticas implementadas
L'Oréal (Francia)	<ul style="list-style-type: none"> Adquirió ModiFace, una app de IA y realidad aumentada que analiza la piel y sugiere productos, ingredientes y rutinas de belleza.
Procter & Gamble (P&G) (EE.UU.)	<ul style="list-style-type: none"> Adquirió Moodify White, un software de IA que combina ciencia y tecnología para diseñar fragancias, reduciendo costos, tiempos y el impacto ambiental.
Estée Lauder (EE.UU.)	<ul style="list-style-type: none"> Estée Lauder se asoció con Google Cloud para usar IA generativa que analiza en tiempo real los comentarios de los consumidores en sus sitios web.

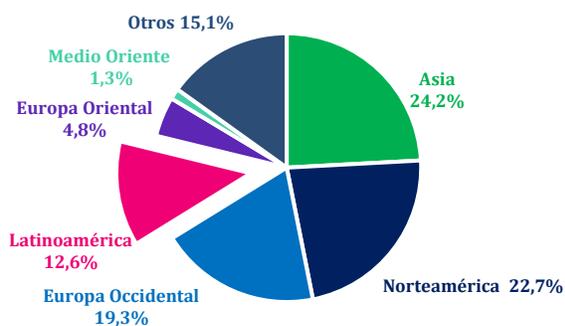
Fuente: Mintel - Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

Para 2025, las regiones que proyectan mayor crecimiento en el mercado mundial de belleza y cuidado personal serán América Latina (4,6%), Medio Oriente y África (3,7%) y Asia (2,8%), con una fuerte presencia de marcas tanto locales como internacionales, como lo son L'Oréal, Beiersdorf y Colgate-Palmolive.

América Latina se posiciona como la cuarta región más importante en ventas de belleza y cuidado personal a nivel mundial, así como en consumo per cápita dentro de las principales regiones del sector, con proyecciones de crecimiento impulsadas por la fuerte presencia de multinacionales en el mercado.

Dicho incremento también estará respaldado por la creciente demanda de productos de dermatocósmética y la expansión en Brasil de la tendencia "belleza desde el interior", que promueve el bienestar integral como base para una belleza exterior más saludable, con un enfoque especial en el uso de ingredientes naturales.

Gráfico 3. Participación (%) del valor de mercado de Belleza y Cuidado Personal, por región - 2023



Fuente: Euromonitor - Elaboración: Cámara de Comercio de Cali.

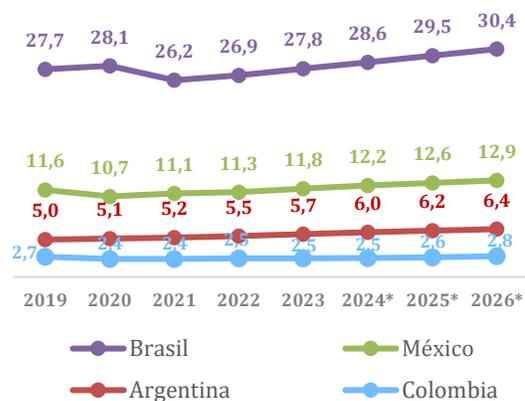
Los productos más demandados en América Latina incluyen fragancias (21,3%), cuidado capilar (17,6%), aseo masculino (17,6%), cuidado de la piel (16,2%). Los consumidores latinoamericanos también muestran una creciente preferencia por productos naturales y orgánicos, así como por marcas que promuevan la sostenibilidad. En Brasil, iniciativas como 'Recicla con Natura', los envases sin plástico de O Boticário y las líneas sostenibles de Isdin y Simple Organic muestran que la

sostenibilidad es tanto una respuesta al cambio climático como una demanda del mercado.

Brasil es el mayor mercado de belleza en América Latina, representando el 43,6% del valor de mercado en la región, con los perfumes como los productos más vendidos. México (21%), el segundo mercado más grande, ha visto un aumento en los productos dermatocósméticos y de alta gama, impulsado por un crecimiento económico favorable. A pesar de sus dificultades económicas, Argentina sigue siendo clave en productos premium. Colombia ha mostrado un crecimiento constante, especialmente en cuidado de la piel y el cabello, con una preferencia creciente por productos naturales y sostenibles.

Estos cuatro países representan el 76% del consumo total de productos de belleza en Latinoamérica y continúan siendo los principales motores del crecimiento en la región.

Gráfico 4. Países con mayor valor de mercado en Latinoamérica (USD miles de millones) de la Industria de Belleza 2019/2026*



*Proyecciones

Fuente: Euromonitor - Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

Industria de Belleza y Cuidado Personal en Colombia: Crecimiento e innovación en un entorno inflacionario

En 2023, la industria de belleza en Colombia experimentó un fuerte crecimiento en valor, impulsado por una inflación del 9.28% según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), lo que provocó un aumento promedio del 16% en los precios de los productos de belleza. De acuerdo con Euromonitor, a pesar de las restricciones económicas, los colombianos siguieron invirtiendo en productos de bienestar, especialmente en cuidado personal. Esto permitió a las empresas lanzar nuevas líneas de productos y expandir su alcance mediante canales no convencionales como Novaventa, contribuyendo a la recuperación del mercado y superando las ventas previas a la pandemia en categorías clave como los cosméticos.

Figura 2. Tendencias en productos de belleza y cuidado personal destacadas en Colombia en 2023



Fuente: Euromonitor- Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

En 2023, multinacionales como Colgate-Palmolive (9,4%), Unilever (7,1%) y L'Oréal (6,7%) dominaron el mercado de belleza en Colombia,

junto con marcas de venta directa como Natura&Co (10,4%) y Belstar (9,1%). Un fenómeno interesante fue el creciente éxito de las marcas privadas o "private label". Anteriormente, las marcas privadas se consideraban de baja calidad, pero los consumidores aprecian cada vez más la relación calidad-precio.

Tabla 2. Algunos ejemplos de empresas que han desarrollado marcas privadas en Colombia

Empresa	Prácticas implementadas
	<ul style="list-style-type: none"> Almacenes Éxito y D1 tienen una amplia oferta de marcas privadas
	<ul style="list-style-type: none"> Desarrolló una línea de cuidado facial bajo su propio nombre
	<ul style="list-style-type: none"> La marca de cuidado capilar Milagros amplió su portafolio con una nueva línea de productos para el cuidado solar.

Fuente: Euromonitor- Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

Entre los segmentos más destacados según el incremento en ventas se encuentran los productos cosméticos (+22,4%) y protección solar (+33,7%). En los próximos años, se espera que la industria mantenga un crecimiento sólido, especialmente en los segmentos premium, impulsados por la demanda de productos innovadores y naturales.

En lo que respecta al comercio internacional, Colombia se destaca como un importante productor y exportador de cosméticos y productos de cuidado personal. De acuerdo con Procolombia, la industria de belleza colombiana cuenta con un mercado consolidado, altos niveles de consumo y una posición estratégica, lo que ha favorecido el incremento de sus exportaciones gracias a su

variado tejido empresarial y su amplia oferta de productos sofisticados los cuales se ajustan a las necesidades del mercado internacional.

Gráfico 5. Valor de las exportaciones* de productos de la industria de belleza en Colombia (USD millones) y tasa de crecimiento* (%) 2018/2023



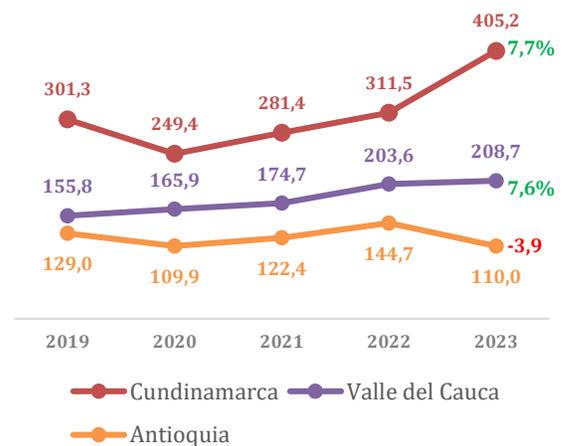
*De acuerdo con las partidas arancelarias establecidas para identificar a las empresas del Cluster de Belleza de Cali - Valle del Cauca
Fuente: DANE - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

La Industria de Belleza del Valle del Cauca

El Cluster de Belleza del Valle del Cauca reúne 172 empresas que abarcan toda la cadena de valor de la industria cosmética y de cuidado personal. Estas se organizan en siete segmentos de negocio, integrando y fortaleciendo cada eslabón de la producción y comercialización, lo que impulsa la competitividad regional, la sofisticación y la internacionalización de sus productos.

Desde su creación, la Iniciativa Cluster de Belleza ha impulsado la internacionalización de la industria regional, fortaleciendo la productividad y la innovación. Este esfuerzo ha ayudado a posicionar al Valle del Cauca como el segundo mayor exportador de productos de belleza en Colombia. En 2023, exportó USD 208,7 millones, con un crecimiento anual compuesto del 7,6% en los últimos cuatro años. (Gráfico 6)

Gráfico 6. Valor de las exportaciones* de los principales departamentos exportadores de productos de belleza en Colombia (USD millones) y tasa de crecimiento anual compuesto (%) 2019/2023



*De acuerdo con las partidas arancelarias establecidas para identificar a las empresas del Cluster de Belleza de Cali - Valle del Cauca
Fuente: DANE - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Desde 2022, el Cluster de Belleza estableció un ambicioso objetivo: triplicar las exportaciones de las empresas nacionales, pasando de USD 22,4 millones a USD 70 millones para 2027. Para lograrlo, ha venido desarrollando proyectos estratégicos entre los cuales se destacan:

- Feria Cosmoprof North America Las Vegas (2022 y 2023) y Miami (2024): Participación desde 2022 en la feria líder de belleza en las Américas. Este esfuerzo ha generado 10 casos de éxito con negocios concretados en mercados como Estados Unidos, Ecuador, Perú, Costa Rica y República Dominicana, incluyendo compañías que han comenzado a exportar gracias a este acompañamiento. Esta participación ha fortalecido la visibilidad

internacional del *Cluster*, promovido alianzas estratégicas y fomentado una cultura exportadora entre las empresas del sector.

- En el proyecto “Identificando nuevas oportunidades: Feria Belleza y Salud 2024” se apoyó a 10 microempresas del *Cluster* de Belleza para participar en este destacado evento de la industria nacional. La feria ofreció a las empresas una valiosa oportunidad para establecer conexiones estratégicas y fortalecer su presencia en el mercado colombiano.

El *Cluster* de Belleza y la COP 16

Uno de los principales desafíos del *Cluster* de Belleza ha sido avanzar hacia la sostenibilidad, la bioeconomía y el uso de ingredientes naturales colombianos. En 2024, en alianza con diversas entidades, se ejecutó el Proyecto BIO-IN, cuyo objetivo fue fortalecer capacidades y generar alianzas estratégicas entre las empresas que desarrollan ingredientes naturales y aquellas que los utilizan en la formulación de sus productos. Este proyecto contó con la participación de empresas como Laboratorio San Jorge, Naturesse SAS BIC, Laboratorios Osa, Vhera Lucci, Chirpy Makeup, Sencia Derivados Naturales, G&M Química, Kruz, Iawari y Laboratorio Embelléceme, todas comprometidas con la innovación y la sostenibilidad en la industria de la belleza.

La COP 16 en Cali (2024) fue el escenario ideal para que las empresas del *Cluster* de Belleza destacaran sus avances en bioeconomía, sostenibilidad e ingredientes naturales. Los resultados de este evento reflejaron el compromiso de la región con una bioeconomía sostenible, fortalecieron las relaciones comerciales internacionales y contribuyeron a posicionar a Colombia como un proveedor emergente de ingredientes naturales sostenibles para las industrias cosmética y alimentaria. La COP 16 ofreció la oportunidad para

resaltar los progresos de las empresas en estas áreas clave:

Tabla 3. Algunos ejemplos de buenas prácticas de sostenibilidad en las empresas del *Cluster* de Belleza

Empresa	Prácticas implementadas
Krika	<ul style="list-style-type: none"> • Krika Cosmetics implementa criterios de sostenibilidad en su portafolio, priorizando marcas con enfoques responsables en empaques, ingredientes y procesos.
Sencia Derivados naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Ha adoptado un modelo de desarrollo basado en la economía circular, creando materias primas para la industria cosmética a partir de subproductos de la agroindustria, como pulpa de frutas y frutos secos.
EUNOIA	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de cuidado facial elaborados con caca y de origen 100% colombiano. Por cada unidad vendida, destinan \$1.000 a la preservación de los bosques del país, beneficiando a más de 55 familias.

Fuente- elaboración: Cámara de Comercio de Cali

La Iniciativa *Cluster* de Belleza, por medio de su agenda de trabajo, continuará fortaleciendo la competitividad, la innovación y la expansión internacional de las empresas de la región. Promoviendo la internacionalización a través de la sofisticación de productos mediante el uso de ingredientes naturales y el fortalecimiento de capacidades para que las empresas aprovechen herramientas de inteligencia artificial que les permitan optimizar sus procesos y ser más eficaces.

Además, se avanzará en el objetivo de triplicar las exportaciones del *Cluster* para 2027. Como parte de

Ritmo Cluster



Miércoles 18 de diciembre de 2024 | **Informe #43**



este compromiso con el crecimiento y la proyección global, el *Cluster* participará en la próxima edición Cosmoprof North America Miami, en enero de 2025, con la representación de 10 empresas del Valle del Cauca. Este evento será una nueva oportunidad para ampliar mercados, generar conexiones estratégicas y reafirmar el liderazgo de la región en la industria de la belleza.

El Valle del Cauca avanza con pasos firmes hacia un futuro sostenible e innovador, consolidando a la industria como motor clave del desarrollo económico regional.