

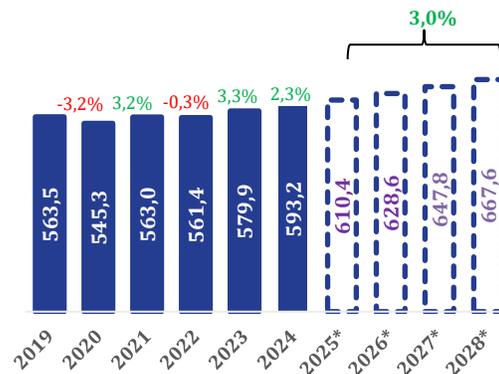
Redefiniendo el valor de la Belleza: Innovar para destacar en un mercado más exigente.

Las cifras de 2024 muestran un crecimiento moderado en la industria de la belleza en el mundo, registrando un incremento de 2,3 %, 1 punto porcentual por debajo al registrado en 2023. Esta variación responde en gran medida a una transformación en la mentalidad del consumidor: Actualmente, el enfoque se dirige hacia la búsqueda de beneficios reales y el cumplimiento de objetivos de bienestar, dejando de lado la disposición a pagar precios elevados únicamente por el reconocimiento de marca. El concepto de valor se redefine: ya no se trata de adquirir productos por estatus o exclusividad sino de tomar decisiones de compra más inteligentes, conscientes y alineadas con un propósito claro.

Contexto global de la industria de Belleza: transformación del consumo y evolución del mercado

De acuerdo con Euromonitor, el mercado global de belleza y cuidado personal alcanzó USD 593 mil millones en 2024, con un crecimiento anual compuesto del 1,0% durante los últimos cinco años. Estudios recientes de Euromonitor señalan que esta ralentización responde a un cambio en el comportamiento del consumidor, cada vez más cauteloso al momento de gastar. La sensibilidad al precio ha aumentado, y hoy los consumidores priorizan productos que ofrezcan beneficios tangibles y contribuyan a su bienestar, sin estar dispuestos a pagar un precio mayor únicamente por el valor de marca. Se proyecta que el sector mantenga un crecimiento del 3,0 % anual compuesto hasta 2028 (Gráfico 1), impulsado por macro tendencias como el consumo consciente y accesible, el bienestar integral orientado a la longevidad, y las experiencias inmersivas que fomentan la fidelización.

Gráfico 1. Valor de mercado mundial de belleza y cuidado personal (USD miles de millones) 2019-2028*

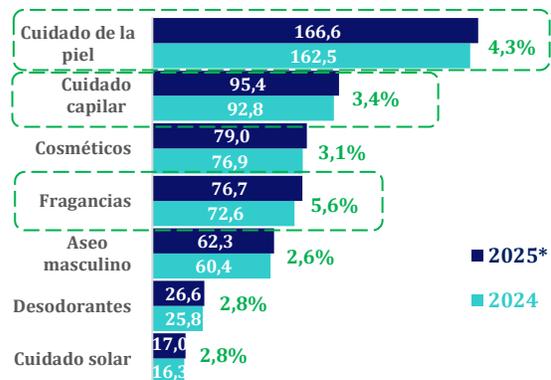


*Proyecciones

Fuente: Euromonitor – Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

Para 2025, las categorías de la industria de belleza y cuidado personal con mayor proyección de crecimiento son fragancias (5,6%), cuidado de la piel (4,3%) y cuidado capilar (3,4%) (ver Gráfico 2).

Gráfico 2. Top 7 principales segmentos de negocio según valor del mercado mundial de Belleza (USD millones) y crecimiento (%)2024/2025*



*Proyecciones

Fuente: Euromonitor – Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

L'Oréal lidera estas tres categorías, consolidando 44,9% de participación conjunta. Desde 2023, la compañía centró su estrategia en la innovación, la calidad y la universalización, ampliando su presencia en todas las categorías con una oferta diversa. Asimismo, priorizó su expansión en mercados emergentes como Brasil y México los cuales han mostrado un notable dinamismo en este proceso, contribuyendo significativamente al crecimiento del grupo.

Tendencias globales que están transformando la industria de belleza

En un entorno marcado por consumidores más exigentes, fluctuaciones en la dinámica económica y una creciente conciencia sobre el bienestar y la sostenibilidad, la industria global de belleza y cuidado personal está experimentando transformaciones clave. De acuerdo con Euromonitor, cinco tendencias destacan por su impacto en el comportamiento del consumidor y en las estrategias de marca. Estas tendencias reflejan un cambio hacia un consumo más consciente, validado científicamente, orientado a la salud a largo plazo, impulsado por la tecnología y comprometido con el medio ambiente. (Tabla 1).

Tabla 1. Top 5 tendencias en la Industria de Belleza y Cuidado Personal a nivel mundial

Tendencia	Principal enfoque
Glamour en tiempos de recesión	<ul style="list-style-type: none"> Consumo más racional con enfoque en valor y calidad sin pagar de más
Confianza clínica	<ul style="list-style-type: none"> Preferencia por productos con respaldo científico y validación médica
Planes de bienestar prolongado	<ul style="list-style-type: none"> Alineación con objetivos de salud, bienestar y envejecimiento saludable

Fidelización inmersiva	<ul style="list-style-type: none"> Experiencias digitales, personalización y sentido de comunidad
Evaluación ecológica	<ul style="list-style-type: none"> Sostenibilidad, formatos más ligeros e información transparente sobre el impacto

Fuente: Euromonitor - Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

América Latina, región clave para la expansión del sector de Belleza y Cuidado Personal

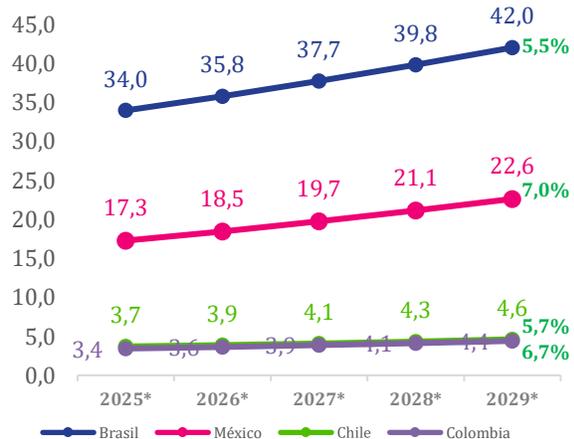
Según Euromonitor, América Latina lidera las proyecciones de crecimiento global en la industria de belleza y cuidado personal para los próximos tres años, con un incremento estimado de 5,4% seguida por Medio Oriente y África (3,8%), y Europa Occidental (2,4%).

En el caso de América Latina, se estima que las tendencias que lideren este mercado serán *Vida digital*, *comprador reinventado* y *conveniencia*, tres tendencias que no solo están redefiniendo la manera en que los consumidores compran, sino también lo que valoran. La *vida digital* impulsa la demanda de experiencias personalizadas y accesibles desde cualquier dispositivo; el *comprador reinventado* exige marcas más cercanas, ágiles y alineadas con sus valores; y la *conveniencia* se consolida como un factor clave de decisión, motivando el desarrollo de productos prácticos, listos para usar y con entrega rápida.

Comprender y adaptarse a estas prioridades será esencial para las marcas que deseen mantenerse relevantes en un entorno cambiante y altamente competitivo. Se estima que el gasto en productos y servicios asociados a estas tendencias crecerán a tasas de crecimiento anual compuesta de 12% (*Vida Digital*), 10% (*comprador reinventado*) y 9% (*conveniencia*), entre 2023 y 2033.

Particularmente se espera que Brasil lidere en estas tendencias pasando de USD 32,1 mil millones en 2024 a USD 42,0 mil millones en 2029. El segmento de dermocosmética registra un fuerte crecimiento en Brasil (7,1%) y México (14%), impulsado por una mayor conciencia sobre la salud, el cuidado diario de la piel y el aumento del poder adquisitivo en ambos países. Colombia, por su parte, se destaca por el notable crecimiento del segmento de cuidado solar, con una tasa de crecimiento de 17,2%, consolidándose como una de las categorías de mayor dinamismo en el país. A continuación, se presentan las proyecciones de los países con mayor crecimiento en la industria de la belleza en Latinoamérica (USD miles de millones) para 2025/2029 (Gráfico 3).

Gráfico 3. Países con mayor proyección de crecimiento en Latinoamérica (USD miles de millones) de la Industria de Belleza 2025*/2029*



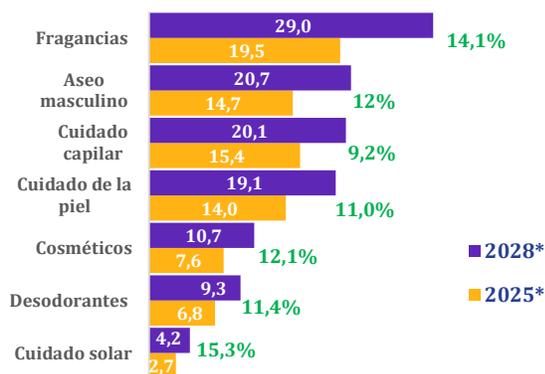
Fuente: Euromonitor – Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

En cuanto a los canales de comercialización, e-commerce gana fuerza en la región, con un crecimiento de 23% en Brasil, impulsado por plataformas como Mercado Libre y OBoticário. Sin embargo, las tiendas físicas siguen siendo fundamentales: 41% de los consumidores

latinoamericanos disfruta visitar centros comerciales y 37% compra sin intención específica, buscando experiencias memorables y espacios de socialización. También se destaca el rol de los canales de venta directa como Natura&Co en Brasil y la tendencia de comprar lo que se ve en redes, donde 46% de los consumidores afirma haber comprado algo en redes sociales en los últimos seis meses, según la encuesta *Euromonitor Voice of the Consumer: Lifestyles Survey* (enero-febrero 2025, n=6,043). Este contexto subraya la importancia de adoptar estrategias omnicanal, donde la combinación de presencia digital y física es clave para captar la atención del nuevo consumidor latinoamericano.

Los segmentos con mayor potencial de crecimiento anual compuesto a 2028 en este mercado son: cuidado solar (15,3%) y fragancias (14,1%), impulsados por una mayor conciencia sobre el cuidado de la piel y la expresión personal (Ver gráfico 4), evidenciando una evolución del consumidor hacia rutinas más completas de cuidado y bienestar. Estas categorías representan oportunidades estratégicas para la innovación, la formulación diferenciada y el desarrollo de propuestas que respondan a las nuevas demandas del mercado.

Gráfico 4. Principales segmentos de negocio según valor del mercado América Latina de Belleza (USD millones) y crecimiento (%)2024/2028*



*Proyecciones

Fuente: Euromonitor - Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

¿Cuáles son las oportunidades que pueden aprovechar las empresas para impulsar su crecimiento en el mercado de América Latina?

Los cambios en el comportamiento del consumidor y la creciente demanda de experiencias más significativas abren nuevas rutas de crecimiento de la industria de belleza en América Latina. Algunas de las oportunidades estratégicas que resaltan para esta industria en la región están enmarcadas en el uso de la tecnología y el entendimiento del consumidor:



Aprovechar la digitalización de forma equilibrada



Conectar con consumidores cautelosos y crear experiencias de compra participativas



Explorar nichos de crecimiento



Adelantarse a las tendencias de conveniencia y personalización

Fuente: Euromonitor- Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

Principales lanzamientos de productos de belleza en América Latina durante el último año y sus características destacadas

En el último año, América Latina ha sido escenario de importantes lanzamientos en la industria de belleza, marcados por la innovación en formulaciones, el uso de ingredientes naturales y la incorporación de envases reutilizables o tipo refill. A continuación, se presentan algunos casos más representativos de empresas y productos en distintos países de la región:

Envases reutilizables tipo refill - Colombia



Mascarilla Capilar Capibell Cebolla & Biotina

Empresa: Laboratorios Lissia

Contiene ingredientes naturales como cebolla y biotina. Fortalece, hidrata y da brillo.



Shampoo Nutrit

Empresa: Bivien (Belleza Express)
Contiene aceite de coco, biotina y complejo multivitamínico, restaura e hidrata el cabello débil sin sal, parabenos ni colorantes.



Poción Shampoo Refill

Empresa: La Poción
Con ingredientes como aloe vera y algas marinas, y libre de sal y parabenos, este formato permite reducir hasta un 84% el consumo de plástico en cada recarga.

Formulaciones con ingredientes naturales - Perú



Sumaq Tratamiento Desenredante Bifásico Aguaymanto (Uchuva)

Empresa: Unibell
Con más de 80% de ingredientes naturales, hidrata, nutre y controla el frizz sin enjuague. Ideal para todo tipo de cabello.



Portugal Crema Corporal Acai Berry

Empresa: Laboratorios Portugal
Con extracto de acaí, manteca de karité y vitamina E, hidrata, y protege la piel con ingredientes 100% naturales.



Murana Mascarilla Capilar Keratina & Macadamia

Empresa: Hipermercados Tottus, Perú (marca propia).
Con 95% de ingredientes naturales, fortalece, hidrata y

controla el frizz. Libre de sal y no testada en animales.

Propuestas innovadoras y exclusivas - Brasil



Natura Ekos Maracujá

Empresa: Natura
Colonia femenina con el aroma vibrante del maracujá, cosechado a las 3:30 a. m. para capturar su esencia más pura y fresca.



Lily Gardénia Eau de Parfum

Empresa: O Boticário
Combina lirio y gardenia con la técnica de enfleurage, y está elaborado con alcohol ecológico.



Candy Land Bala de Morango

Empresa: Jequití
Fragancia gourmet que combina fresa jugosa y yogur cremoso, ideal para disfrutar todo el día.

Fuente: Mintel- Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

Claves del desempeño del sector Belleza en Colombia: marcas, canales y tendencias

De acuerdo con Euromonitor, la industria de belleza y cuidado personal en Colombia alcanzó un valor de COP 13,4 billones en 2024 y se proyecta que registre un crecimiento anual compuesto de 6,7 % durante los próximos tres años. En el país los consumidores mantienen la demanda, especialmente en categorías como cuidado de la piel, capilar y fragancias, donde se privilegian productos con ingredientes activos y beneficios dermatológicos.

En Colombia Belstar S.A. (Belcorp) lidera categorías como fragancias con una representación del 35,5 % en este segmento, y alcanzó una participación total

de mercado del 9,4% en 2024. Le siguen Colgate-Palmolive Co (9,2%), Natura & Co (8,8%), L'Oréal (6,8%) y Unilever (6,5%).

En cuanto a canales de comercialización, la venta directa se mantiene como el principal canal en Colombia, con una participación de 26,3 % en 2024. El *e-commerce*, aunque representa 3,6 % del mercado, continúa creciendo de forma sostenida, especialmente en categorías como cuidado de la piel. Las tiendas especializadas en belleza y las farmacias también han ganado participación, pasando de 10,1 % a 12,3 % y de 6,0 % a 7,2 % respectivamente entre 2019 y 2024, impulsadas por estrategias promocionales y la creciente demanda de productos dermocosméticos.

Este crecimiento sostenido del sector en Colombia ha venido acompañado de cambios en el posicionamiento de marcas, la diversificación de canales y la evolución de las preferencias del consumidor. A continuación, se presentan los principales enfoques estratégicos por categoría, que muestran cómo las marcas están respondiendo a las nuevas demandas del mercado:

Tabla 2. Datos relevantes por categoría del sector de Belleza en Colombia en 2024

Categoría	Principal enfoque
Cuidado de la piel	<ul style="list-style-type: none"> Marcas blancas evolucionan hacia marcas exclusivas Medipiel incluyó Bella Aurora en su catálogo, abarcando todos los segmentos del cuidado de la piel
Cuidado capilar	<ul style="list-style-type: none"> Tendencia a productos naturales y funcionales Marcas emergentes como Milagros, Anyelus, Kaba, La Poción y Magic Hair ganan terreno
Fragancias	<ul style="list-style-type: none"> Los consumidores muestran preferencia por fragancias especialmente las inspiradas en la naturaleza.

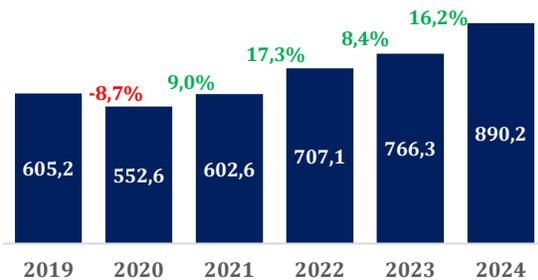
	<ul style="list-style-type: none"> Cueros Vélez amplió su portafolio con diez nuevas fragancias que evocan la naturaleza
Cosméticos	<ul style="list-style-type: none"> Se espera que el maquillaje y el cuidado de la piel se integren en nuevos productos Atenea Professional ha lanzado un bálsamo labial formulado con péptidos, vitamina E y aceite de jojoba
Productos para bebés	<ul style="list-style-type: none"> Mayor demanda de productos innovadores con fórmulas avanzadas. Arrurrú (Bivien-Belleza Express) tiene 7,3% del mercado y sigue creciendo
Cuidado solar	<ul style="list-style-type: none"> Creciente demanda por mayor conciencia sobre el cuidado solar Farmatodo ha lanzado una línea de protección solar bajo su nombre

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

En lo referente al comercio internacional, el sector Belleza en Colombia presenta un alto potencial de crecimiento, impulsado por la creciente demanda de productos cosméticos y de cuidado personal, la influencia de las redes sociales y la constante innovación en formulaciones y presentaciones.

En 2024, mientras las exportaciones totales del país presentaron una leve caída del 0,4 %, las exportaciones de productos de belleza mostraron un comportamiento sobresaliente, creciendo a doble dígito (16,2%) y consolidando al sector como un motor emergente del comercio exterior colombiano (Ver gráfico 5)

Gráfico 5. Valor de las exportaciones* de productos de la industria de belleza en Colombia (USD millones) y tasa de crecimiento* (%) 2019/2024



*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 Valle del Cauca se ha consolidado como uno de los principales departamentos exportadores del sector de belleza y cuidado personal en Colombia, impulsado por el trabajo articulado del Cluster de Belleza, liderado por la Cámara de Comercio de Cali. Actualmente, esta iniciativa en la región agrupa a más de 170 empresas que representan toda la cadena de valor, desde manufactura hasta comercialización de productos. Según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en 2024, el Valle del Cauca fue el departamento más dinámico en exportaciones del sector, con un crecimiento anual compuesto del 9,9 % en los últimos cinco años, superando a Cundinamarca (7,7 %) y Antioquia (2,6 %). Las principales partidas exportadas para ese año fueron productos de belleza y maquillaje (18,0 %), shampoo (17,2 %), jabones en barra (14,3 %) y dentífricos (13,2 %). Además, el 83,6 % de estas exportaciones se concentra en solo seis países del continente americano (Perú, Ecuador, México, Venezuela, Chile y EE. UU.), lo que evidencia la necesidad de diversificar mercados y explorar nuevos destinos internacionales.

Las empresas con mayor participación en el departamento en 2024 fueron Johnson & Johnson de Colombia (41,5 %), Colgate-Palmolive (24,6 %), Unilever Andina (17,8 %), Recamier (7,7 %) y Tecnoquímicas (1,0 %).

Ese mismo año, la composición empresarial de esta industria estuvo conformada por 38 % de empresas pequeñas, 31 % microempresas, 21 % medianas y 10 % grandes.

Desde la Iniciativa Cluster de Belleza se ha trabajado por la internacionalización, la productividad y la innovación de esta industria, logrando entre otras cosas 6 empresas con desarrollo de nuevos productos pensados para mercados sofisticados, empresas las cuales exportaron alrededor de USD 229,3 millones entre 2023 y 2024.

En este contexto, en 2022 la Iniciativa Cluster de Belleza se propuso un objetivo ambicioso: triplicar las exportaciones, pasando de USD 22,4 millones a USD 70 millones en 2027. Para lograrlo, ha puesto en marcha proyectos estratégicos enfocados en la diversificación de mercados, la generación de oportunidades comerciales y la participación en espacios clave para identificar tendencias e impulsar la innovación. Hasta 2024, las exportaciones alcanzaron los USD 33,8 millones, lo que representa un avance del 24,1% frente a la meta trazada, evidenciando progresos importantes, aunque aún con retos por acelerar el crecimiento en los próximos años.

Una de las acciones que se han venido implementando para afrontar estos retos, corresponde a la participación continua durante 4 años consecutivos en la feria Cosmoprof una de las ferias líderes de belleza en las Américas, logrando resultados significativos: 14 casos de éxito de empresas que han logrado cerrar negocios por un valor total de USD 196.000, y generado más de USD 3,7 millones en expectativas de negocio.



Gracias a este tipo de acciones, 3 empresas han exportado por primera vez y otras 3 han escalado en su tamaño empresarial, fortaleciendo su proceso de internacionalización. La feria también ha sido una plataforma clave de conexión internacional, brindando acceso a espacios de *networking* con referentes de la industria global como Walmart, Sephora, TJ Maxx y Urban Outfitters, fortaleciendo la visibilidad y posicionamiento internacional de la industria de Belleza vallecaucana

En materia de desarrollo de mercado nacional, durante 2024 y 2025, la iniciativa Cluster de Belleza le apostó a ser parte de la feria Belleza y Salud, uno de los eventos más relevantes del sector en Colombia. A través de esta participación, las empresas micro y pequeñas, no solo recibieron acompañamiento para fortalecer sus capacidades y aprovechar una valiosa oportunidad de conexión estratégica sino además la posibilidad de visibilizarse y empezar a posicionarse en el mercado colombiano.

Durante 2025 la Iniciativa *Cluster* de Belleza continuará en la búsqueda de la mega planteada, a través de diferentes estrategias de innovación que permitan la sofisticación y el acceso a nuevos mercados. Por un lado, se implementarán estrategias que impulsen el uso de ingredientes naturales, así como el fortalecimiento de capacidades mediante el uso de inteligencia artificial para mejorar procesos y eficiencia operativa. Además, se dará un especial énfasis en el diseño de estrategias de marketing digital dirigida al mercado de América Latina. Esta iniciativa buscará aumentar la visibilidad internacional del sector y abrir nuevas oportunidades de crecimiento para las empresas

Con cada acción, el Valle del Cauca avanza hacia una industria de belleza más sostenible, sofisticada y competitiva, reafirmando su rol como motor del desarrollo económico regional.