

Nota Sectorial

La cosmética y perfumería en México



Esta nota sectorial ha sido elaborada por
Manuel A Domínguez Varela

Bajo la supervisión de la Antena Igape México

Diciembre 2023



EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD: La información y los contenidos incluidos en este documento no tienen carácter vinculante, pues se trata de un servicio ofrecido con un carácter informativo y divulgativo. Tampoco representan la opinión de la Antena Igape México, que no se responsabiliza del uso que pueda hacerse de ellos.

Índice General

1-Resumen ejecutivo.....	5
2-Definición del sector.....	5
3- Panorama del sector en México.....	6
4- Principales actores.....	7
4.1. Oferta española y gallega.....	7
5- Acceso al mercado.....	8
5.1- Distribución.....	8
5.2- Marco legislativo.....	9
5.3- Documentación necesaria.....	11
6- Oportunidades del mercado.....	11
7- Ferias y eventos comerciales.....	12
8- Organizaciones relacionadas	13

1 Resumen ejecutivo

La presente nota sectorial, tiene como fin el análisis del sector de la cosmética y perfumería en México. A lo largo de la misma, se tratarán aspectos clave como el panorama actual en el país, los principales actores, el marco regulatorio, las organizaciones y ferias más relevantes del panorama mexicano.

2 Definición del sector

La industria de la cosmética, perfumería y artículos de tocador e higiene (de ahora en adelante nos referiremos al término genérico de cosméticos) tiene un peso importante en el consumo de la población. Su producción se encuentra muy relacionada a mecanismos de promoción y venta altamente dinámicos, por medio de los cuales las empresas pretenden resaltar las diferencias entre las marcas y productos, con el propósito de acceder a uno u otro nicho del mercado.

Se define cosmético como todo artículo cuyo propósito consiste en ser aplicado en el cuerpo humano para limpiarlo, embellecerlo, promover los atractivos o alterar la apariencia, sin afectar la estructura corporal o su funcionamiento. Bajo esta concepción podemos clasificar un amplio elenco de productos cosméticos: cremas, lociones y polvos para el cuidado de la piel; perfumes, colonias; maquillaje; esmalte para uñas, suavizantes de cutícula, quitaesmalte; preparaciones para el teñido del cabello; desodorantes; cremas para afeitar y acondicionantes para la piel; champúes y acondicionadores para el pelo, entre otros.

Estos productos, así como el resto de cosméticos se encuentran comprendidos en las siguientes partidas arancelarias, clasificadas según el Sistema Armonizado (SA):

- 3303 Perfumes y aguas de tocador.
- 3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas antisolares y las bronceadoras; para manicuras y pedicuras.
- 3305 Preparaciones capilares.
- 3306 Preparaciones para higiene bucal o dental; hilo dental.
- 3307 Preparaciones para afeitar o para antes o después, desodorantes, preparaciones para el baño, depilatorios.
- 3401 Jabones para el cuidado de la piel, en gel.

3. Panorama del sector en México

El mercado mexicano de cuidado personal acabó 2022 con un tamaño récord de 10.649 millones de dólares, un 3,3 % más que en 2021 y un 6% por encima de las cifras prepandemia (10.118 millones de dólares en 2019). Los maquillajes de color importados de Europa y Norteamérica crecen de manera sostenida y rápida durante todo este periodo (desde 2015). Además, desde el año 2017 hay una adopción de tendencias orientales que inunda el sector de la cosmética.

Actualmente, México es el 13.º mercado mundial para la industria de la cosmética, con un consumo per cápita de productos cosméticos que ronda los 1614,2 pesos (77,23 euros). Entre los cosméticos más vendidos en el mercado mexicano fueron los de cuidado de la piel y productos capilares con ventas por valor de 46.800 y 39.500 millones de pesos mexicanos. En el tercer puesto se encuentran los productos masivos de cuidado de la piel con un valor de 28.600 millones de pesos mexicanos (MXN).

El crecimiento sostenido del sector de la cosmética y perfumería en los últimos años, respaldado por la creciente demanda de productos de belleza y cuidado personal es consecuencia de diversos factores que marcan el panorama actual en el país. Los más destacables son:

- **Importancia del Mercado Latinoamericano:** México es uno de los mercados más grandes para la industria cosmética en América Latina. La población joven y el interés en la belleza y el cuidado personal contribuyen a la fortaleza del mercado.
- **Tendencias de Consumo:** Los consumidores mexicanos muestran un interés creciente en productos de belleza naturales, sostenibles y orgánicos. La conciencia ambiental y la preferencia por ingredientes de origen natural han influido en las decisiones de compra.
- **Canales de Distribución Diversos:** La distribución de productos abarca una variedad de canales, desde tiendas departamentales y especializadas hasta ventas en línea y venta directa.
- **Presencia de Marcas Internacionales:** Marcas internacionales tienen una fuerte presencia en el mercado mexicano. Empresas como L'Oréal, Unilever, y Procter & Gamble tienen carteras extensas y a menudo adaptan productos a las preferencias locales.

4. Principales actores

En un sector tan competitivo y fragmentado, tres multinacionales acaparan alrededor del 30% del mercado mexicano de la cosmética:

- **Unilever Group:** Empresa multinacional con una amplia presencia en productos de cuidado personal y belleza, incluyendo marcas como Dove, Axe y Rexona. A finales del 2021, se posicionaba como líder del mercado mexicano en términos de valor con un 10,8% de cuota (Euromonitor, 2021).
- **Colgate-Palmolive:** Compañía global con presencia en productos de cuidado bucal y productos de cuidado personal, como geles de ducha y productos para el cuidado del cabello. A finales del año 2021, contaban con una cuota del 9,1 (Euromonitor, 2021).
- **Procter & Gamble:** Empresa internacional con una amplia cartera de productos de cuidado personal y belleza, incluyendo marcas como Pantene, Olay y CoverGirl. A finales del año 2021, contaba con una cuota del 7,8% (Euromonitor, 2021).

Otras de las compañías presentes en el mercado y las cuales cuentan con cuotas de mercado en torno al (3% - 5%) son las siguientes:

- **Avon México:** Parte de la empresa internacional Avon, es conocida por su modelo de venta directa y ofrece una amplia gama de productos cosméticos y de cuidado personal.
- **Cosbel, S.A. de C.V.:** Compañía mexicana dedicada a la fabricación y distribución de productos de belleza, cuidado personal y perfumes.
- **Frabel, S.A. de C.V.:** Empresa mexicana que se especializa en la fabricación y distribución de productos de cuidado personal y belleza.
- **Mary Kay Cosméticos de México:** Parte de la compañía internacional Mary Kay, se enfoca en la venta directa de productos de cuidado de la piel y maquillaje.

4.1. Oferta española y gallega

De acuerdo con los datos de Statista, España, se sitúa dentro del TOP 10 de exportadores mundiales de productos de belleza. Según la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, en el año 2022 las ventas de cosmética crecieron en torno al 10%, donde la exportación representa un 35% de las ventas.

México compra a España principalmente perfumes y aguas de tocador (3303) y preparaciones de belleza, maquillajes y cuidado de la piel (3304). España se ha convertido en el mayor exportador del mundo (COMTRADE, 2021) de perfumes y aguas de tocador (3303), con un valor de 2.260 millones de USD, y el cuarto en preparaciones capilares (3305), con 707 millones de USD, detrás de Alemania, Estados Unidos e Italia.

La principal compañía española en mercado mexicano es Puig México, filial de la española Antonio Puig S.A. Esta empresa, comercializa marcas de reconocido prestigio como Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, o Paco Rabanne entre otras.

Otras empresas españolas con presencia en el país son: Natura Bissé, Isdin, Cantabrialabs, Sesderma, Salerm, Martiderm, Etnia Cosmetics, AC Marca, Krash Kosmetics y Llun.

En cuanto a la presencia gallega, cabe destacar la presencia de Ozoaqua, Yellow o Hifas da Terra.

5. Acceso al mercado

5.1. Distribución

La distribución de productos cosméticos y de perfumería en México abarca una variedad de canales para llegar a los consumidores. Aquí hay una descripción de algunos de los principales canales de distribución en este sector:

Tiendas Departamentales:

- **Descripción:** Grandes almacenes y tiendas que ofrecen una amplia gama de productos, incluyendo cosméticos y perfumes. Porcentaje de ventas del 2,9%.
- **Ejemplos en México:** Liverpool, Palacio de Hierro, Sears

Tiendas Especializadas en Belleza:

- **Descripción:** Tiendas especializadas exclusivamente en productos de belleza y cuidado personal. Porcentaje de ventas del 4,2%.
- **Ejemplos en México:** Sephora, MAC Cosmetics, Sally Beauty, Natura

Supermercados e Hipermercados:

- **Descripción:** Establecimientos minoristas de gran tamaño que ofrecen una variedad de productos, incluyendo cosméticos y perfumería. Porcentaje de ventas del 9%.
- **Ejemplos en México:** Walmart, Soriana, Chedraui, La Comer, City Market

Venta Directa:

- **Descripción:** Venta de productos directamente a los consumidores a través de representantes de ventas independientes o consultores. Porcentaje de ventas del 27,2%.
- **Ejemplos en México:** Avon, Mary Kay.

Farmacias:

- **Descripción:** Establecimientos que venden productos farmacéuticos y de cuidado personal, incluyendo cosméticos y perfumes. Porcentaje de ventas del 2,9%.
- **Ejemplos en México:** Farmacias del Ahorro, Farmacias Benavides, Farmacias San Pablo, Farmacias Guadalajara

Centros de Belleza y Salones de Estética:

- **Descripción:** Establecimientos donde se ofrecen servicios de belleza y que también pueden vender productos relacionados. Porcentaje de ventas del 0,3%.
- **Ejemplos en México:** Salones de belleza locales, spas.

Comercio Electrónico:

- **Descripción:** Plataformas en línea donde los consumidores pueden comprar productos cosméticos y de perfumería. Porcentaje de ventas del 2,5%.
- **Ejemplos en México:** Sitios web de tiendas departamentales, tiendas en línea especializadas.

5.2 Marco legislativo

En México, las leyes y normativas relacionadas con la fabricación, comercialización y distribución de productos cosméticos y perfumes se centran en la protección de la salud pública y la seguridad del consumidor. A continuación, se mencionan algunas leyes y normativas clave que las empresas del sector

deben tener en cuenta:

Ley General de Salud:

- La **Ley General de Salud** establece las disposiciones generales en materia de salud en México. En el contexto de productos cosméticos y perfumes, esta ley brinda el marco legal para la regulación sanitaria a cargo de COFEPRIS.

Reglamento de Insumos para la Salud:

- El **Reglamento de Insumos para la Salud** es un conjunto de normas que detalla los requisitos para el registro sanitario, la publicidad, el etiquetado, y otros aspectos relacionados con productos, incluyendo cosméticos y perfumes.

Normas Oficiales Mexicanas (NOMs):

- Las **Normas Oficiales Mexicanas** son regulaciones técnicas específicas que establecen los requisitos y especificaciones mínimas para distintos productos, incluyendo cosméticos y perfumes. Algunas NOMs relevantes pueden abordar temas como etiquetado, ingredientes permitidos, y buenas prácticas de fabricación.

Buenas Prácticas de Fabricación (BPF):

- Las **Buenas Prácticas de Fabricación** son estándares que deben seguirse en la producción de cosméticos y perfumes. Estas normas aseguran la calidad, seguridad y consistencia en la fabricación de productos.

Etiquetado de Productos:

- El **Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios** establece los requisitos específicos para el etiquetado de productos. Esto incluye información sobre ingredientes, instrucciones de uso, precauciones y advertencias.

Lista de Ingredientes Prohibidos o Restringidos:

- COFEPRIS mantiene una lista de ingredientes prohibidos o restringidos para su uso en cosméticos y perfumes. Las empresas deben asegurarse de que sus productos cumplan con estas restricciones.

Prohibiciones en Publicidad:

- La publicidad de productos cosméticos y perfumes está regulada por disposiciones en la Ley General de Salud y en el Reglamento de Insumos para la Salud, prohibiendo afirmaciones engañosas o no respaldadas científicamente.

5.3 Documentación necesaria

Documentación necesaria (además de la propia de una exportación):

- Certificado de Origen: EUR-1 o mediante Número de Exportador Autorizado
 - Conocimiento de Embarque
 - Certificado de Libre Venta
 - CFDI (Comprobante Fiscal Digital por Internet)
 - Complemento Carta Porte. Desde el 1/01/2022 es obligatorio añadirlo al CFDI.
- Inscripción en el Padrón de Importadores del Servicio de Administración Tributaria (SAT).
 - Aviso de funcionamiento ante COFEPRIS, para todas las partidas que comprenden este estudio y Aviso de responsable de la publicidad de productos cosméticos (por marca).
 - Contratar los servicios de una comercializadora o agente aduanal (si el monto es superior a 1.000 USD).

6 Oportunidades del mercado

Crecimiento de la Clase Media:

- *Demanda en Aumento:* El crecimiento de la clase media en México ha impulsado la demanda de productos de belleza, especialmente aquellos considerados de gama media y alta.

Tendencia hacia Cosméticos Premium:

- *Apreciación del Lujo:* La tendencia hacia la valorización de productos de belleza premium brinda oportunidades para marcas que ofrezcan calidad, exclusividad y experiencias de lujo.

Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental:

- *Conciencia del Consumidor:* La creciente conciencia ambiental entre los consumidores mexicanos presenta oportunidades para productos cosméticos y perfumes que enfatizan la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Comercio Electrónico en Auge:

- *Expansión de Canales de Venta:* El auge del comercio electrónico permite a las marcas llegar a un público más amplio, aprovechando plataformas en línea para la distribución y promoción de productos.

Innovación en Ingredientes y Tecnología:

- *Demandas del Consumidor:* La búsqueda de ingredientes naturales y la incorporación de tecnologías avanzadas en la formulación de productos ofrecen oportunidades para la innovación en la industria cosmética.

Canales de Venta Alternativos:

- *Pop-Up Stores y Mercados Nicho:* La exploración de canales de venta alternativos, como tiendas emergentes y mercados niche, puede ser una estrategia eficaz para llegar a audiencias específicas y generar interés en nuevos productos.

Educación del Consumidor:

- *Enfoque en Información:* La educación del consumidor sobre los beneficios y usos de los productos cosméticos puede crear una base de consumidores más informada y comprometida.

7 Ferias y eventos comerciales

Nombre del Evento	Fecha	Lugar	Sitio Web
Expo Belleza Fest	Anual	Ciudad de México	https://www.bellezafest.mx/
Congreso Internacional de Cosmetología (CIC)	Anual	Guadalajara, Jalisco	https://congresodecosmetologia.com/
Expo Cosmética México	Anual	Ciudad de México	https://expocosmetica.com.mx/
Expo Spa	Anual	Ciudad de México	https://www.spalatinoamerica.com
Ebio (Expo Belleza Internacional de Occidente)	Anual	Guadalajara	https://www.ebio.mx/
Expo Beauty Show	Anual	Ciudad de México	https://www.expobeautysshow.com

8 Organizaciones relacionadas

Nombre de la Asociación/Organización	Descripción y Objetivos
Cámara Nacional de la Industria de Cosméticos (CANIPEC)	Representa y promueve los intereses de la industria de cosméticos en México. Proporciona información y servicios para el desarrollo y crecimiento del sector.
Asociación Mexicana de la Industria de Productos de Higiene y Cuidado Personal (AMEI)	Centrada en la representación de empresas dedicadas a la fabricación de productos de higiene y cuidado personal. Busca promover la calidad y seguridad de los productos.
Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (ANPEC)	Agrupación a fabricantes, distribuidores y representantes del sector de perfumería y cosmética en México. Trabaja en conjunto con otras organizaciones para promover mejores prácticas y estándares de calidad.
Consejo Mexicano de la Industria de	No específico del sector, pero aborda temas relacionados con la

Nombre de la Asociación/Organización	Descripción y Objetivos
Productos de Consumo (CONMEXICO)	industria de bienes de consumo, lo que puede incluir productos de cosmética y perfumería. Ofrece un espacio para discutir temas de interés común.
COFEPRIS (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios)	Responsable de la regulación y control sanitario de productos cosméticos en México. Establece normativas y asegura la seguridad y calidad de los productos en el mercado.
Sociedad de Químicos Cosmetológicos de México (SQCM)	Organización dedicada al estudio y promoción de la química cosmetológica en México. Proporciona un espacio para la educación y el intercambio de conocimientos entre profesionales del sector.