

Nota Sectorial

A cosmética e perfumería en México



Esta nota sectorial foi elaborada por
Manuel A Domínguez Varela

Baixo a supervisión da Antena Igape México

Decembro 2023



EXENCIÓN DE RESPONSABILIDADE: A información e os contidos incluídos neste documento non teñen carácter vinculante, pois se trata dun servizo ofrecido cun carácter informativo e divulgativo. Tampouco representan a opinión da Antena Igape México, que non se responsabiliza do uso que poida facerse deles.

Índice Xeral

1-Resumo executivo.....	5
2-Definición do sector.....	5
3- Panorama do sector en México.....	6
4- Principais actores.....	7
4.1. Oferta española e galega.....	7
5- Acceso ao mercado.....	8
5.1- Distribución.....	8
5.2- Marco lexislativo.....	9
5.3- Documentación necesaria.....	10
6- Oportunidades do mercado.....	11
7- Ferias e eventos comerciais.....	12
8- Organizacións relacionadas	13

1 Resumo executivo

A presente nota sectorial ten como obxectivo o análise do sector da cosmética e perfumería en México. A través dela, abordaranse aspectos clave como a situación actual no país, os principais actores, o marco regulamentario, as organizacións e feiras máis relevantes no panorama mexicano.

2 Definición do sector

A industria da cosmética, perfumaría e artigos de tocador e hixiene (de agora en diante referirémonos ao termo xenérico de cosméticos) ten un peso importante no consumo da poboación. A súa produción está moi relacionada con mecanismos de promoción e venda altamente dinámicos, a través dos cales as empresas pretenden destacar as diferenzas entre as marcas e produtos, co propósito de acceder a un ou outro nicho do mercado.

Defínese cosmético como todo artigo cuxo propósito consiste en ser aplicado no corpo humano para limpar, embellecer, promover os atractivos ou alterar a aparencia, sen afectar a estrutura corporal ou o seu funcionamento. Baixo esta concepción, podemos clasificar un amplo elenco de produtos cosméticos: cremas, locións e polvos para o coidado da pel; perfumes, colonias; maquillaxe; esmalte para unllas, suavizantes de cutícula, quitaoesmalte; preparados para o tenido do cabelo; desodorantes; cremas para o afeitado e acondicionadores para a pel; champús e acondicionadores para o pelo, entre outros.

Estes produtos, así como o resto de cosméticos, encóntranse comprendidos nas seguintes partidas arancelarias, clasificadas segundo o Sistema Armonizado (SA):

- 3303 Perfumes e augas de tocador.
- 3304 Preparados de beleza, maquillaxe e para o coidado da pel, incluídas antisolares e as bronceadoras; para manicuras e pedicuras.
- 3305 Preparados capilares.
- 3306 Preparados para hixiene bucal ou dental; fío dental.
- 3307 Preparados para o afeitado ou para antes ou despois, desodorantes, preparados para o baño, depilatorios.
- 3401 Xabóns para o coidado da pel, en xel.

3. Panorama do sector en México

O mercado mexicano de coidado persoal rematou 2022 cun tamaño récord de 10.649 millóns de dólares, un 3,3 % máis que en 2021 e un 6 % por enriba das cifras prepandemia (10.118 millóns de dólares en 2019). Os maquillaxes de cor importados de Europa e Norteamérica crecen de maneira sostenida e rápida durante todo este período (dende 2015). Ademais, dende o ano 2017 hai unha adopción de tendencias orientais que inunda o sector da cosmética.

Actualmente, México é o 13.º mercado mundial para a industria da cosmética, cun consumo per cápita de produtos cosméticos que rolda os 1614,2 pesos (77,23 euros). Entre os cosméticos máis vendidos no mercado mexicano foron os de coidado da pel e produtos capilares con vendas por valor de 46.800 e 39.500 millóns de pesos mexicanos. No terceiro posto atópanse os produtos masivos de coidado da pel cun valor de 28.600 millóns de pesos mexicanos (MXN).

O crecemento sostido do sector da cosmética e perfumería nos últimos anos, respaldado pola crecente demanda de produtos de beleza e coidado persoal, é consecuencia de diversos factores que marcan o panorama actual no país. Os máis destacables son:

- **Importancia do Mercado Latinoamericano:** México é un dos mercados máis grandes para a industria cosmética en América Latina. A poboación nova e o interese na beleza e o coidado persoal contribúen á fortaleza do mercado.
- **Tendencias de Consumo:** Os consumidores mexicanos mostran un interese crecente en produtos de beleza naturais, sostibles e orgánicos. A conciencia ambiental e a preferencia por ingredientes de orixe natural influíron nas decisións de compra.
- **Canles de Distribución Diversos:** A distribución de produtos abarca unha variedade de canles, desde tendas departamentais e especializadas ata vendas en liña e venda directa.
- **Presenza de Marcas Internacionais:** Marcas internacionais teñen unha forte presenza no mercado mexicano. Empresas como L'Oréal, Unilever e Procter & Gamble teñen carteiras extensas e ás veces adaptan produtos ás preferencias locais.

4. Principais actores

Nun sector tan competitivo e fragmentado, tres multinacionais acaparan arredor do 30% do mercado mexicano da cosmética:

- **Unilever Group:** Empresa multinacional cunha ampla presenza en produtos de coidado persoal e beleza, incluíndo marcas como Dove, Axe e Rexona. A finais do 2021, posicionábase como líder do mercado mexicano en termos de valor cun 10,8% de cota (Euromonitor, 2021).
- **Colgate-Palmolive:** Compañía global con presenza en produtos de coidado bucal e produtos de coidado persoal, como xeles de ducha e produtos para o coidado do cabelo. A finais do ano 2021, contaban cunha cota do 9,1 (Euromonitor, 2021).
- **Procter & Gamble:** Empresa internacional cunha ampla carteira de produtos de coidado persoal e beleza, incluíndo marcas como Pantene, Olay e CoverGirl. A finais do ano 2021, contaba cunha cota do 7,8% (Euromonitor, 2021). Outras das compañías presentes no mercado e as cales contan con cotas de mercado en torno ao (3% - 5%) son as seguintes:
- **Avon México:** Parte da empresa internacional Avon, coñécese polo seu modelo de venda directa e ofrece unha ampla gama de produtos cosméticos e de coidado persoal.
- **Cosbel, S.A. de C.V.:** Compañía mexicana dedicada á fabricación e distribución de produtos de beleza, coidado persoal e perfumes.
- **Frabel, S.A. de C.V.:** Empresa mexicana que se especializa na fabricación e distribución de produtos de coidado persoal e beleza.

4.1. Oferta española e galega

De acordo cos datos de Statista, España sitúase dentro do TOP 10 de exportadores mundiais de produtos de beleza. Segundo a Asociación Nacional de Perfumería e Cosmética, no ano 2022 as vendas de cosmética creceron en torno ao 10%, onde a exportación representa un 35% das vendas. México compra a España principalmente perfumes e augas de tocador (3303) e preparados de beleza, maquillaxes e coidado da pel (3304). España converteuse no maior exportador do mundo (COMTRADE, 2021) de perfumes e augas de tocador (3303), cun valor de 2.260 millóns de USD, e o cuarto en preparados capilares (3305), con 707 millóns de USD, por detrás de Alemaña, Estados Unidos e Italia. A principal compañía española no mercado mexicano

é Puig México, filial da española Antonio Puig S.A. Esta empresa comercializa marcas de recoñecido prestixio como Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, ou Paco Rabanne entre outras. Outras empresas españolas con presenza no país son: Natura Bissé, Isdin, Cantabrialabs, Sesderma, Salerm, Martiderm, Etnia Cosmetics, AC Marca, Krash Kosmetics e Llun. No referente á presenza galega, cómpre destacar a presenza de Ozoaqua, Yellow ou Hifas da Terra.

5 Acceso ao mercado

5.1 Distribución

A distribución de produtos cosméticos e de perfumería en México abrangue unha variedade de canles para chegar aos consumidores. Aquí hai unha descrición de algúns dos principais canles de distribución neste sector:

Tiendas Departamentais:

- **Descrición:** Grandes almacéns e tendas que ofrecen unha ampla gama de produtos, incluíndo cosméticos e perfumes. Porcentaxe de vendas do 2,9%.
- **Exemplos en México:** Liverpool, Palacio de Hierro, Sears

Tiendas Especializadas en Beleza:

- **Descrición:** Tendas especializadas exclusivamente en produtos de beleza e coidado persoal. Porcentaxe de vendas do 4,2%.
- **Exemplos en México:** Sephora, MAC Cosmetics, Sally Beauty, Natura

Supermercados e Hipermercados:

- **Descrición:** Establecementos minoristas de gran tamaño que ofrecen unha variedade de produtos, incluíndo cosméticos e perfumería. Porcentaxe de vendas do 9%.
- **Exemplos en México:** Walmart, Soriana, Chedraui, La Comer, City Market

Venda Directa:

- **Descrición:** Venda de produtos directamente aos consumidores a través de representantes de vendas independentes ou consultores. Porcentaxe de vendas do 27,2%.
- **Exemplos en México:** Avon, Mary Kay.

Farmacias:

- **Descrición:** Establecementos que venden produtos farmacéuticos e de coidado persoal, incluíndo cosméticos e perfumes. Porcentaxe de vendas do 2,9%.
- **Exemplos en México:** Farmacias del Ahorro, Farmacias Benavides, Farmacias San Pablo, Farmacias Guadalajara

Centros de Beleza e Salóns de Estética:

- **Descrición:** Establecementos onde se ofrecen servizos de beleza e que tamén poden vender produtos relacionados. Porcentaxe de vendas do 0,3%.
- **Exemplos en México:** Salóns de beleza locais, spas

Comercio Electrónico:

- **Descrición:** Plataformas en liña onde os consumidores poden comprar produtos cosméticos e de perfumería. Porcentaxe de vendas do 2,5%.
- **Exemplos en México:** Sitios web de tendas departamentais, tendas en liña especializadas.

5.2 Marco lexislativo

En México, as leis e normativas relacionadas coa fabricación, comercialización e distribución de produtos cosméticos e perfumes centránsese na protección da saúde pública e na seguridade do consumidor. A continuación, mencionanse algunhas leis e normativas clave que as empresas do sector deben ter en conta:

Ley Xeral de Saúde:

- A Ley Xeral de Saúde establece as disposicións xerais en materia de saúde en México. No contexto de produtos cosméticos e perfumes, esta lei fornece o marco legal para a regulación sanitaria a cargo de COFEPRIS.

Regulamento de Insumos para a Saúde:

- O Regulamento de Insumos para a Saúde é un conxunto de normas que detalla os requisitos para o rexistro sanitario, a publicidade, o etiquetado e outros aspectos relacionados con produtos, incluíndo cosméticos e perfumes.

Normas Oficiais Mexicanas (NOMs):

- As Normas Oficiais Mexicanas son regulacións técnicas específicas que establecen os requisitos e especificacións mínimas para distintos produtos, incluíndo cosméticos e perfumes. Algúns NOMs relevantes poden abordar temas como etiquetado, ingredientes permitidos e boas prácticas de fabricación.

Boas Prácticas de Fabricación (BPF):

- As Boas Prácticas de Fabricación son estándares que deben seguirse na produción de cosméticos e perfumes. Estas normas aseguran a calidade, seguridade e consistencia na fabricación de produtos.

Etiquetado de Produtos:

- O Regulamento de Control Sanitario de Produtos e Servizos establece os requisitos específicos para o etiquetado de produtos. Isto inclúe información sobre ingredientes, instrucións de uso, precaucións e advertencias.

Lista de Ingredientes Prohibidos ou Restringidos:

- COFEPRIS mantén unha lista de ingredientes prohibidos ou restrinxidos para o seu uso en cosméticos e perfumes. As empresas deben asegurarse de que os seus produtos cumpran con estas restricións.

Prohibicións en Publicidade:

- A publicidade de produtos cosméticos e perfumes está regulada por disposicións na Ley Xeral de Saúde e no Regulamento de Insumos para a Saúde, prohibindo afirmacións enganosas ou non respaldadas cientificamente.

5.3 Documentación necesaria

Documentación necesaria (ademáis da propia dunha exportación):

- Certificado de Orixe: EUR-1 ou mediante Número de Exportador Autorizado
- Coñecemento de Embarque
- Certificado de Libre Venda

- CFDI (Comprobante Fiscal Digital por Internet)
- Complemento Carta Porte. Desde o 1/01/2022 é obrigatorio engadilo ao CFDI.
- Inscripción no Padrón de Importadores do Servizo de Administración Tributaria (SAT).
- Aviso de funcionamento ante COFEPRIS, para todas as partidas que comprenden este estudo e Aviso de responsable da publicidade de produtos cosméticos (por marca).
- Contratar os servizos dunha comercializadora ou axente aduaneiro (se o importe é superior a 1.000 USD).

6 Oportunidades do mercado

Crecedemento da Clase Media:

- Demanda en Aumento: O crecedemento da clase media en México impulsou a demanda de produtos de beleza, especialmente aqueles considerados de gama media e alta.

Tendencia cara a Cosméticos Premium:

- Apreciación do Luxo: A tendencia cara á valorización de produtos de beleza premium ofrece oportunidades para marcas que ofrezan calidade, exclusividade e experiencias de luxo.

Sostibilidade e Responsabilidade Ambiental:

- Conciencia do Consumidor: A crecente conciencia ambiental entre os consumidores mexicanos presenta oportunidades para produtos cosméticos e perfumes que enfatizen a sostibilidade e a responsabilidade social.

Comercio Electrónico en Auxe:

- Expansión de Canles de Venta: O auxe do comercio electrónico permite ás marcas chegar a un público máis amplo, aproveitando plataformas en liña para a distribución e promoción de produtos.

Innovación en Ingredientes e Tecnoloxía:

- Demandas do Consumidor: A busca de ingredientes naturais e a incorporación de tecnoloxías avanzadas na formulación de produtos ofrecen oportunidades para a innovación na industria cosmética.

Canles de Venta Alternativos:

- Pop-Up Stores e Mercados Niche: A exploración de canles de venda alternativos, como tendas emerxentes e mercados niche, pode ser unha estratexia eficaz para chegar a audiencias específicas e xerar interese en novos produtos.

Educación do Consumidor:

- Enfoque en Información: A educación do consumidor sobre os beneficios e usos dos produtos cosméticos pode crear unha base de consumidores máis informada e comprometida.

7 Ferias e eventos comerciais

Nome do evento	Data	Lugar	Sitio Web
Expo Belleza Fest	Anual	Cidade de México	https://www.bellezafest.mx/
Congreso Internacional de Cosmetoloxía (CIC)	Anual	Guadalaxara, Jalisco	https://congresodecosmetologia.com/
Expo Cosmética México	Anual	Cidade de México	https://expocosmetica.com.mx/
Expo Spa	Anual	Cidade de México	https://www.spalatinoamerica.com
Ebio (Expo Belleza Internacional de Occidente)	Anual	Guadalaxara	https://www.ebio.mx/
Expo Beauty Show	Anual	Cidade de México	https://www.expobeautyshow.com

8 Organizacións relacionadas

Nome da Asociación/Organización	Descrición e Obxetivos
Cámara Nacional de la Industria de Cosméticos (CANIPEC)	Representa e promove os intereses da industria de cosméticos en México. Proporciona información e servizos para o desenvolvemento e crecemento do sector.
Asociación Mexicana de la Industria de Productos de Higiene y Cuidado Personal (AMEI)	Centrada na representación de empresas adicadas á fabricación de produtos de hixiene e coidado persoal. Busca promover a calidade e seguridade dos produtos.
Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (ANPEC)	Agrupa a fabricantes, distribuidores e representantes do sector de perfumería e cosmética en México. Traballa en conxunto con outras organizacións para promover mellores prácticas e estándares de calidade.
Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (CONMEXICO)	Non específico do sector, pero aborda temas relacionados coa industria de bens de consumo, o que pode incluír produtos de cosmética e perfumería. Ofrece un espazo para discutir temas de interese común.
COFEPRIS (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios)	Responsable da regulación e control sanitario de produtos cosméticos en México. Establece normativas e asegura a seguridade e calidade dos produtos no mercado.
Sociedad de Químicos Cosmetológicos de México (SQCM)	Organización adicada ao estudo e promoción da química cosmetolóxica en México. Proporciona un espazo para a educación e intercambio de coñecementos entre profesionais do sector.