

PRO ECUADOR
Oficina Comercial del Ecuador en Santa Cruz - Bolivia

EL MERCADO DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO PERSONAL EN BOLIVIA

Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Santa Cruz
Fecha: Febrero 2019

El mercado de productos de cuidado personal en Bolivia mueve cada año alrededor de 98 millones de dólares. La industria cosmética a nivel mundial se valoró en más de 48 mil millones de dólares en 2015 y se espera que alcance los 69 mil millones de dólares para el 2020.

En el caso particular del mercado boliviano, los productos que están inmersos en el sector de higiene y cuidado personal son un atractivo para las empresas ecuatorianas del sector que, por su especialización, contribuyen al desarrollo industrial en la transformación de materia prima a productos procesados y manufacturados como por ejemplo artículos de higiene y aseo, espuma de carnaval, cosméticos, fragancias, cremas y colágeno.

Se observa que el crecimiento sostenido del mercado de los cosméticos sobreviene por la tendencia global de los consumidores en invertir una mayor proporción de sus ingresos en salud y bienestar. En Bolivia, el mercado de productos cosméticos se valoró en 506 millones de dólares (2017), se prevé que en 2019 las ventas crezcan un 7.5% con respecto al 2018.



El mercado de estos bienes en Bolivia tiene un importante espacio de crecimiento, justificado por la fuerte demanda de productos de cuidado personal, el cual está atrayendo cada vez a un número mayor de marcas de cosméticos nacionales e internacionales. Los consumidores son cada vez más exigentes y demandan productos del exterior por su innovación y por sus componentes naturales que resultan inocuos y beneficiosos a la salud de los usuarios.

El boom de las barberías

Cabe mencionar que dentro de la composición de mercado de esta industria en Bolivia, las categorías más representativas siguen siendo los artículos referentes a perfumería, cabello y maquillaje. Sin embargo, la evolución del mercado de productos cosméticos y de aseo personal para el segmento masculino va ganando cada vez mayor importancia globalmente.

En relación al tema, se ha evidenciado la apertura de salones dedicados exclusivamente a la atención del cuidado de los hombres. Los caballeros también han ganado su espacio de relax y han modificado sus hábitos de consumo en el rubro, inclinándose en ciertos casos hacia la sofisticación (productos tales como aceite orgánicos para hidratar la barba con aromas de: chocomenta, tropical y coco; ceras orgánicas para el cabello).

A raíz de la constante innovación en este tipo de productos, Ecuador ha incluido hierbas medicinales, esencias naturales, productos orgánicos que podrían ofertar diferenciadamente al sector boliviano. En Ecuador, las empresas exportadoras de cosméticos ofrecen una amplia variedad en sus productos, atendiendo incluso el creciente interés en productos naturales y demás nichos. Bolivia podría ser un mercado atractivo para la exportación de los productos fabricados en nuestro país.

Un producto importante pero que se enmarca dentro de otra categoría es el caso del colágeno, con el cual empresas ecuatorianas han logrado cerrar negocios para ingresar al mercado boliviano gracias a la calidad, precio, certificación y presentación de productos.



Para los importadores que tengan el interés de generar vínculos y contactos comerciales en el mercado boliviano, se sugiere la participación en Ferias concernientes al rubro (como Feria MUJER 2019).

Si bien el consumo por departamentos es variable, la estrategia primigenia serían las grandes urbes para comenzar posicionando las marcas en lugares donde existan varios tipos de consumidores/ público, pues las compañías multinacionales son más competitivas en materia publicitaria (productos y marcas tradicionales). Facilitaría un acercamiento con socios estratégicos que necesiten complementar sus líneas actuales con las bondades de los productos cosméticos ecuatorianos.

Fuentes:

- Economy, <http://www.economy.com.bo/>
- Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), <http://ibce.org.bo/>
- Bolivian Business