

Mercados potenciales para los biocosméticos colombianos

Eduard Lisandro Mondragón Ravelo

Yandy Alejandra Naranjo Gamboa

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2020

Mercados potenciales para los biocosméticos colombianos

Eduard Lisandro Mondragón Ravelo

Yandy Alejandra Naranjo Gamboa

Directora

Claudia Paola García Castiblanco

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2020

Resumen

La cosmética a través historia no solo se ha destacado por la función que cumple al resaltar la belleza de las personas por medio del uso de productos, sino que también por el movimiento que crea en la economía gracias a oferta y demanda que se genera. Colombia es un país que viene teniendo un desempeño destacado en esta área, razón por la cual está incluido en el Programa de Transformación Productiva donde se resalta la ventaja que posee el país gracia a la riqueza natural. Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación tiene por propósito identificar los mercados potenciales a los cuales se puedan exportar, sobre todo, aquellos que son producidos con base en ingredientes naturales, para lo que se indagó respecto a cuáles son los principales importadores y a cuáles de ellos Colombia no le exporta. Este trabajo corresponde a una investigación descriptiva y el marco teórico empleado es el modelo de internacionalización de Jordi Canals. Como principal resultado se encontró que en Europa estarían los mercados más atractivos.

Palabras clave: Biocosmética; Cosméticos; Negocios verdes; TLC

Abstract

The cosmetic haven't been just important for how it can fix someone beauty through the history, there is and other fact that makes it outstanding which is how it runs the economy, offers and demands. Colombia has been working out on that field and that is the reason that plays in the Productive Transformation Program where Colombia is recognized because the natural resource that it has. For this , the next investigation will show how to identify the potential market to work on , specially , the products which are made of natural resources and that is the reason of the research of which ones are the principals importers and which ones Colombia doesn't export . This investigation is a description research and the theoretical framework used is the internationalization model by Jordi canals. And the main result of the research is that the principal attractive market are taking place in Europe.

Keywords: Biocosmetics; Cosmetics; Green businesses; TLC.

Tabla de contenidos

Introducción	8
Planteamiento del problema	10
Pregunta de investigación	11
Objetivos.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos.	11
Marcos de referencia	12
Marco teórico.....	12
Glosario	13
Tecnología en la biotecnología:.....	13
Negocios Verdes:.....	13
Recursos Genéticos:	14
Marco Legal.....	14
Normas nacionales.	14
Normas Internacionales.	15
Metodología	16
Capítulo I. Comercio de cosméticos en el mundo.....	17
Principales marcas cosméticas de consumo en el mundo.....	18
La cosmética en la actualidad.....	23
Factores de producción.....	28
Capítulo II. Incursión de cosmética colombiana natural en Asia y Europa	30
Importaciones de los países asiáticos en los que Colombia no tiene ventas de cosméticos.....	34
Importaciones de los países europeos en los que Colombia no tiene ventas de cosméticos.	38
Capítulo III. Ingreso de la cosmética natural a la Unión Europea	45
Francia	46
Bélgica.....	47
Italia.....	49
Logística comercial europea	50
Canales de distribución.....	51
Conclusiones	55
Referencias	57

Lista de tablas

Tabla 1. Principales marcas de maquillaje en el mundo 2015.	19
Tabla 2. Exportaciones generadas por Colombia en los últimos cinco años	20
Tabla 3. Importaciones generadas por Colombia en los últimos cinco años	21
Tabla 4. Participación de las principales marcas de maquillaje en el mundo 2019	23
Tabla 5. Países que más importan maquillaje en el mundo	30
Tabla 6. Participación de Colombia en las exportaciones realizadas a los países que más importan cosméticos	32
Tabla 7. Importaciones de cosméticos en China	35
Tabla 8. Importaciones de cosméticos en Hong Kong.....	36
Tabla 9. Importaciones de cosméticos en Singapur	37
Tabla 10. Importaciones de cosméticos en Japón	38
Tabla 11. Importaciones de cosméticos en Reino Unido	39
Tabla 12. Importaciones de cosméticos en Francia.....	40
Tabla 13. Importaciones de cosméticos en Bélgica	41
Tabla 14. Importaciones de cosméticos en Italia	42
Tabla 15. Variabilidad del PIB per cápita y sector empresarial cosmético.....	453
Tabla 16. Países de la Unión Europea sin incursión de cosmética natural colombiana.....	450
Tabla 17. Importaciones de cosmética de Bélgica	48
Tabla 18. Conectividad entre la Unión Europea y Colombia	50
Tabla 19. Exportaciones de Colombia a los países seleccionados de Europa.....	52
Tabla 20. Principales proveedores para la unión europea	53

Lista de figuras

Figura 1. Canales de distribución de cosméticos hacia la Unión Europea.....	51
---	----

Introducción

La historia de la primera pestañina evidencia la creación de un producto que no solo generaba satisfacción por la belleza que le daba a la persona, sino que además abrió las puertas a una de las industrias más grandes del mundo, el fundador de la cosmética no se pudo llegar a imaginar el crecimiento que iba a tener año tras año el mercado. En la actualidad el crecimiento es exponencial y puede llegar a mover el 20% del total de la economía de un país, y en países de Europa como Francia, pueden alcanzar el 30% de las ventas de maquillaje del mundo, esto teniendo en cuenta que la cosmética natural se conoce como una alternativa a los cosméticos convencionales y vienen con una tendencia de crecimiento en el mercado año tras a año (Jiménez, 2015).

Si bien no hay una organización que se encargue de certificar el maquillaje natural, algunas especificaciones que debe tener este producto es que los ingredientes estén elaborados de un cultivo ecológico certificado y las materias primas deben proceder de plantas, estos productos no pueden estar probados en animales vertebrados, pueden contener dentro de sus ingredientes sales inorgánicas y materias obtenidas de minerales, las materias primas de uso restringido para los cosméticos naturales solo se permiten emulgentes y tenso activos de origen vegetal como aceites y grasas (Fun, 2020).

Esta investigación se propuso como objetivo el determinar qué mercados potenciales existen para el sector cosmético y de manera particular, los elaborados con productos naturales. Para ello fue necesario realizar una exploración acerca de cómo funciona este negocio a nivel mundial, es decir, se identificaron las principales empresas y así mismo los principales exportadores e importadores. Con base en esta información fue posible concluir que los destinos más atractivos para la cosmética natural colombiana se encuentran en algunos países de la Unión Europea, debido a su alto consumo y el beneficio que genera el TLC firmado con este grupo de países.

Como se podrá apreciar más adelante, esta es una investigación descriptiva que retoma datos oficiales de exportación e importación de fuentes secundarias como TradeMap y se apoya en el modelo de internacionalización de Jordi Canals para poder desarrollar el análisis de mercado propuesto. Para el desarrollo de los objetivos, el documento se dividió en tres partes de la siguiente forma: en el primer capítulo se describe como se viene desarrollando este sector a nivel internacional identificando a los principales importadores, sin dejar de lado la explicación

de cómo Colombia participa en este negocio, con base en esta información, en la segunda parte de estudio de manera detallada el comportamiento de las importaciones de aquellos países que según los datos, muestran un importante flujo de compra de cosméticos, pero a los cuáles Colombia no aprovisiona.

Lo anterior permitió identificar que son países de la Unión Europea como Francia, Bélgica e Italia los que se proponen como los mercados más atractivos debido a su nivel de consumo, cercanía, beneficios que brinda el TLC y el incremento de tendencias de consumo eco-conscientes. Para dar inicio a esta investigación, a continuación, se presenta el planteamiento del problema.

Este movimiento en el crecimiento de la economía se da por la tendencia del mercado de utilizar cosmética natural. En Latinoamérica en 2018 en Colombia se comercializaron US\$3.422 millones en el mercado de este sector, esto le brinda al país el cuarto lugar dentro de la región (Colombia.co, 2020)

El uso del maquillaje ha venido cambiando, hoy en día, lo utilizan hombres y mujeres quienes buscan un maquillaje natural, libre de químicos para cuidar no solo su piel sino el medio ambiente. Las empresas Colombianas no se han quedado atrás de este movimiento en la economía; las marcas que mueven la tendencia de la cosmética natural, Mae Selva, Waya Natural, ÖZÜ, Hills Gardenestas, son las empresas encargadas de llevar su producción a cosméticas naturales para que tengan incursión en la nueva industria cosmetológica. (Colombia, s.f.)

Planteamiento del problema

En los últimos años se ha generado en el área de la cosmética, un interés por emplear artículos hechos a base de productos naturales que ayuden a mantener la piel sana y bonita, sin generar daños o alteraciones a la misma. Sin embargo, este uso de productos naturales, va de la mano con la garantía de no afectar el medio ambiente y ser amigables con los recursos lo que implica, por ejemplo, extender estas buenas prácticas más allá de la producción y vincularlas a temas como la generación de empaques biodegradables o reutilizables.

Teniendo en cuenta lo anterior, algunos países suramericanos han enfocado sus investigaciones para impulsar el sector de la cosmética natural. Colombia es ejemplo de ello, y a través del apoyo de iniciativas como el Programa de Transformación Productiva, ha buscado aprovechar la amplia biodiversidad que existe en el territorio nacional, con el ánimo de impulsar la producción de artículos de belleza naturales con la esperanza de tener un impacto positivo en la economía generando ingresos al país y miles de empleos.

Colombia a través de los tratados que ha firmado en los últimos años con países como Estados Unidos o la Unión Europea puede buscar ingresar o ampliar su participación en estos mercados para dar a conocer el maquillaje natural que puede desarrollar. Además, como se mencionó el Programa de Transformación Productiva tiene como enfoque: el aumento de utilidades y exportaciones, este proyecto liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo permite aumentar la productividad y capacidades exportadores de la industria, desarrollo que brinda a la industria de la cosmética natural un avance para poder mostrar su calidad y desarrollo en los países en los cuales no tiene incursión (Portafolio, 2017).

De acuerdo con las cifras de Proexport 2018 se revela que Colombia es el tercer país exportador de cosméticos más importante de Latinoamérica y que presentan ventas aproximadas por USD6.235 millones, con un crecimiento del 19,5% anual en materia de exportaciones, los principales mercados son Asia y Europa y un 14,1% en importaciones, en su mayoría provienen de México, EE UU y Perú, esto nos da una oportunidad de negocio a nivel del sector cosmético para desarrollo de biotecnología en Colombia.

Adicionalmente según Proexport la industria cosmética colombiana es una de las más aventajadas de Sudamérica ya que ofrece y demanda artículos que innovan en diseño, calidad y funcionalidad. Por tal razón el presente trabajo busca identificar mercados potenciales para la

exportación de productos del sector de la cosmética y en específico de biocosméticos, con el fin de diversificar las posibilidades comerciales del país y ampliar los destinos a los que actualmente llegan estos productos.

Pregunta de investigación

¿Cuáles son los mercados potenciales a los que se puede expandir la cosmética natural colombiana?

Objetivos

Objetivo general.

- Analizar el mercado potencial para el ingreso de la cosmética natural colombiana.

Objetivos específicos.

- Describir el mercado internacional de los cosméticos identificando los principales competidores y probables mercados.
- Definir los mercados potenciales a los cuales puede Colombia iniciar sus exportaciones de cosméticos naturales.
- Conocer los mercados seleccionados respecto a variables como las tendencias naturales en sus mercados, logística, canales de distribución y competencia.

Marcos de referencia

Marco teórico

Teniendo en cuenta de Modelo de Jordi Canals el cual se basa en la premisa de que la decisión de una empresa para entrar en mercados internacionales viene originada por un conjunto de condicionales acerca del grado actual o futuro de globalización del sector correspondiente, y que este grado puede ser acelerado por tres factores: 1. Fuerzas económicas (economías de escala, tecnología, finanzas, diferencias de costos, barreras arancelarias, infraestructuras y transporte), 2. Fuerzas de mercado (Afinidad de las necesidades, consumidores internacionales, canales de distribución y publicidad), 3. Estrategias empresariales (Juegos competitivos, seguir al líder) (González, 2016).

Para Canals las empresas tienen un proceso de secuencia, que aumenta gradualmente el nivel de compromiso compuesto por las siguientes etapas: La primera etapa se refiere al inicio, en donde se genera una exportación pasiva, usualmente su proceso de internacionalización es lento un poco más lento, en segundo lugar se hace referencia al desarrollo, aquí se evidencia una exportación activa y alianzas, ya que se acelera el proceso de internacionalización abordando el estudio y evaluando como ingresar al mercado externo contactando empresas extranjeras, por último se da la consolidación ya que las alianzas se encuentran en etapa de inversión directa y las exportaciones ya se encuentran estabilizadas.

Esta investigación tiene como base el modelo de Jordi Canals para la internacionalización de empresas dedicadas al sector de cosméticos naturales que tengan una evolución con dinamismo a largo plazo, ya que la facilita el establecimiento de vínculos estables entre empresas y mercados internacionales. Gracias a la globalización se pueden generar oportunidades de negocio no solo para los grandes países, ya que si se tiene en cuenta que los pequeños tienen un modelo de industrialización basado en el proceso y estrategia de internacionalización, un país pequeño puede mejorar su economía en la manera que sea vea beneficiada con empleos tanto directos como indirectos y teniendo en cuenta que Colombia tiene ventajas competitivas por las biodiversidades que se tienen en el país, esto se puede convertir en una oportunidad de crecimiento en la región con oportunidad de exportación hacia el continente europeo.

Glosario

Tecnología en la biotecnología:

La tecnología en la biotecnología es aquella área que emplea varios procesos como la química y la biología que son muy usados en la agricultura, la farmacéutica, la ciencia medicinal etc. En pocas palabras se refiere a la utilización y aplicación de la tecnología en sistemas biológicos y seres vivos, o sus procedentes para la creación o alteración de productos o procesos para usos específicos (Centro de biotecnología Chile, 2014), así que esta permite el estudio integral y la manipulación de los sistemas biológicos como lo son los microbios, plantas y animales. Con esto se busca hacer un uso inteligente, respetuoso y sustentable de la biodiversidad mediante el desarrollo de tecnología eficaz, limpia y competitiva, para así poder solucionar problemáticas que actualmente están afectando no solo a Colombia sino a todo el mundo en términos de: salud, alimentación, industria, agricultura, medio ambiente, entre otros. Dando oportunidad de participar en el mercado a sectores como el agropecuario, textil, químico, o cosmético.

Los tipos en la biotecnología son; biotecnología roja y sanitaria, biotecnología verde o agroalimentaria, biotecnología Blanca o industrial y Biotecnología azul o marina y de acuicultura.

El tipo que se va a usar en este caso es la Biotecnología Roja, esta se encuentra relacionada a la medicina y sus procesos. Envuelve el uso de organismos para la obtención de vacunas o antibióticos, el desarrollo de fármacos, el empleo de la ingeniería genética para diagnosticar y/o curar enfermedades, las terapias regenerativas, etc (Monsanto Argentina, 2018) ya que los cosméticos hacen parte de esta área porque son productos que intervienen y ayudan a la salud de las personas.

Negocios Verdes:

Se conocen como las actividades económicas que se ofrecen tanto de bienes como de servicios que no afectan al medio ambiente y adicionalmente se generan buenas prácticas sociales y económicas en las que se pretende contribuir con la conservación del medio ambiente, lo anterior generando valor agregado enriqueciendo el producto (Corporacion Autonoma regional del Quindio, 2016).

Recursos Genéticos:

De acuerdo a la normatividad de Colombia es todo aquel material de la naturaleza que contiene información genética, son una dimensión de la biodiversidad, la cual se puede clasificar desde genes, hacia individuos, especies, poblaciones, ecosistemas y paisajes.

Todo material genético hace parte del Estado, y debido a la información genética contenida se puede generar un organismo y regular sus funciones. Todo lo anterior puede ser aprovechado en varias cosas como por ejemplo en alimentos, medicamentos, materiales etc (Gutierrez, 2019).

Marco Legal

Normas nacionales.

Resolución 34419 del 20 de noviembre de 2013 Por la cual se reglamenta el procedimiento para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos que no cuenten con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria.

Resolución 3772 del 24 de septiembre de 2013 Por medio de la cual se establecen los requisitos para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos. Deroga la resolución 785 de 2013.

Decisión 783 del 2013 Establece las directrices sobre el agotamiento de existencias de los productos cosméticos, de higiene doméstica y absorbentes de higiene personal, comprendidos dentro del alcance de las decisiones 516 y 706 de la Comisión de la Comunidad Andina. El proceso a realizar por el agotamiento de existencias se da mediante los formatos establecidos en las Resoluciones 1333 y 1370 de la SGCAN, y el interesado quedará autorizado por las Autoridades Nacionales Competentes (ANC), para agotar las existencias en un plazo de doce (12) meses.

Normas Internacionales.

ISO 9001: 2015 Es una norma internacional que se centra en todos los elementos de la gestión de la calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Reglamento (CE) no 1223/2009 del parlamento europeo y del consejo de 30 de noviembre de 2009 En dicho reglamento se establece normas relacionadas a la seguridad, responsabilidad y libre circulación, seguridad, muestreo y análisis, experimentación, etiquetado etc. Reglamento oficial de la Unión Europea.

Metodología

En este proyecto de investigación descriptiva la metodología que se va a utilizar es el enfoque cuantitativo ya que se toma como base el libro de metodología de la investigación de Roberto Hernández Sampieri, esta obra no solo habla de lo fácil que puede resultar tener una metodología de la investigación sino que manejan textos demasiados comprensibles para lo que se necesita, adicionalmente dentro de la investigación se tiene en cuenta información extraídas en donde se evidencian una oportunidad de negocio importante con la Unión Europea, si bien iniciando el libro narra uno de unos mitos que se tienen sobre la investigación científica, y si abreviamos el primer mito, se cita exactamente las palabras del autor: “la investigación es sumamente complicada y difícil”, se puede tomar el caso de las personas demasiado conservadoras en su manera de pensar ya que esto se veía de manera complicada, pero muy bien el autor hace reflexionar dando a conocer que la investigación puede ser un proceso fácil y cualquier persona la puede generar, actualmente se puede obtener información de manera ágil y rápida, en este caso los datos generados a través de TardeMap en donde se evidencia la relación que tienen algunos países con Colombia, adicionalmente también se analizan y detectan países con los cuales Colombia no tiene ningún vínculo comercial o este es muy bajo en el sector de la cosmetología. Además se utilizaron artículos y fuentes de apoyo publicados por periódicos, revistas, trabajos de grado (vía web) y páginas oficiales de ProColombia etc.

Capítulo I. Comercio de cosméticos en el mundo

La cosmética es una rama de las ciencias de la salud que tiene el objetivo de mejorar aspectos físicos de las personas, como la belleza de la piel y de cabello. La industria de la cosmética hace parte de unos de los sectores con mayor crecimiento en el mercado y así mismo en la economía. Esto gracias a ciertos estereotipos que crean una necesidad de consumo llevando a las empresas a lograr unas cifras elevadas a comparación de otros sectores, ya que estos productos conciernen a los laboratorios, farmacias, perfumerías, supermercados, profesionales de la salud, consejeros de belleza o autoridades sanitarias. Actualmente participan ramas como la química, la biología, la farmacia y la medicina (ISSEIME, 2017).

La historia de los cosméticos en Colombia inicia hace aproximadamente 100 años, es tan importante el negocio de los cosméticos que uno de los diarios más significativos en el país redacta con un título resaltando la cosmetología en Colombia, el título se atribuye como “cien años de culto al maquillaje”. Es paradójico pensar cómo se generó la primera pestañina en Colombia, los ingredientes que se usaron en esta composición fueron: polvo de carbón, vaselina, aceite de semillas y azafrán, esta mezcla fue creada por Mabel Williams, quien en 1915 quiso enmarcar su mirada para el hombre que amaba, Williams no se imaginaba que esta mezcla iba a generar tanto impacto a futuro para las sociedades actuales, es un negocio que mueve la economía y genera miles de empleos para un país, es aún más paradójica la manera en la que aplicó esta persona el maquillaje, Williams en una caja metálica preparó mezcla y comenzó la aplicación con un cepillo de dientes, claro está que de hace 100 años a hoy todo ha cambiado mucho desde la preparación hasta el modo de uso, está claro que la creadora generó la composición y hasta dio el modo de uso a su manera, pero quien sacó provecho de esta rentable idea fue el hermano, quien vio una oportunidad de negocio en este producto y así nace la marca Maybelline; adicionalmente el documentalista Argentino Pablo Briand quien genera investigaciones por su interés en temas de belleza, indica en su investigación que en América no fue el primer paso para la cosmetología en el mundo ya que en a finales del siglo XIX el francés Eugène Rimmel ya comercializaba una mezcla similar como la de Williams en Europa y de allí gracias a este francés nació la marca Rímel, siendo una de las primeras marcas de maquillaje del mundo; a finales del siglo pasado la innovación ya estaba presente en las empresas, por esta razón

el estadounidense Maurice Levy buscó una mejor innovación en el producto siendo idóneo para dar color a los labios y creo en una barra que se aplicaba directamente en ellos (Sanchez, 2015).

La historia de la cosmetología se remonta a los tiempos prehistóricos y si recordamos el antiguo Egipto fue cuna de la cosmética nos debemos remontar a los años 490-425/20 A.C y teniendo en cuenta que los maquillajes que se tenían en la época no era para solo las mujeres sino que también se remontan en estos registros para que los hombres generaran uso de los productos cosmetológicos, pero teniendo en cuenta que en estos años las cifras que se movían no eran como las que se mueven el día de hoy en el mundo, teniendo en cuenta que existen países muy grandes en la creación y exportación de productos cosméticos para el uso de hombres y mujeres (Buitrago, 2012).

Principales marcas cosméticas de consumo en el mundo

En estas empresas se movilizan al año más de 1.000 millones de dólares, un mercado al cual podría ser interesante para ingresar como inversionista o como creador de alguna patente, siendo atractivo para los ingenieros con algún tipo conocimiento en biotecnología, generando aprovechamiento de algunos recursos como fruta o vitaminas que generen una relación directa entre el consumidor y las empresas (Procolombia, 2015).

Sumando los ingresos de las empresas que se relacionan a continuación, L'Oreal tuvo una amplia participación, no solo en mercado colombiano si no a nivel internacional, contando con ingresos anuales robustos de aproximadamente 15.000 millones de dólares. Esta empresa fundada en 1909 hizo importantes lanzamientos, adquisidores y apertura de varias filiales, siendo patrocinada por grandes eventos de moda y belleza en países como Francia e Italia, logrando fortalecer la imagen de la marca e investigando el sector cosmético por medio de la ciencia, brindado la posibilidad de ingresar a los seis polos regionales; Europa, Estados Unidos, Japón, China, Brasil y la India, esto la ratifica como una de las empresas más grandes y conocida en la industria cosmética.

Tabla 1.

Principales marcas de maquillaje en el mundo 2015

Marca	Participación (millones de dólares)	Origen de la marca
L’Oreal	29, 900	Francesa
Unilever	21, 660	Británico-neerlandesa
Procter & Gamble	19,800	Estadounidense
Estee Lauder	10, 950	Estadounidense
Shiseido	7,370	Japonesa
Avon	6,300	Estadounidense
Beiersdorf	6,590	Alemana
Chanel	6,210	Francesa
Johnson & Johnson	6,000	Estadounidense
Kao	5,600	Japonesa

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de Cubría (2015).

Si bien estas cifras son muy buenas para incentivar a los países a generar producción de cosméticos, Colombia no se queda atrás en las cifras de exportaciones y la generación de productos cosméticos, ya que puede dar un panorama de lo que podría pasar con el posicionamiento de las marcas de origen colombiano el sector de la belleza, Colombia ha tenido un importante desarrollo durante los años 2000 - 2015, donde el país, para dicha época se habría convertido en el 5º mercado a nivel latinoamericano. Las ventas del sector crecieron a una tasa del 7% entre 2009 y 2015 (Euromonitor International, 2015), por otro lado de acuerdo con las cifras de Procolombia 2018 revela que Colombia es el tercer país exportador de cosméticos más importante de Latinoamérica y que presentan ventas aproximadas por USD6.235 millones, con un crecimiento del 19,5% anual en materia de exportaciones y un 14,1%, en importaciones, esto brindando una oportunidad de negocio en el sector cosmético para desarrollo de biotecnología en Colombia. Desde el año 2011 la industria cosmética colombiana era una de las más aventajadas de Sudamérica ya que ofrece y demanda artículos que innovan en diseño, calidad y funcionalidad.

Tabla 2.

Exportaciones generadas por Colombia en los últimos cinco años

Países	2014	2015	2016	2017	2018
Perú	114.990	117.830	105.594	110.352	114.081
Ecuador	113.669	94.545	74.491	89.791	95.345
México	52.417	53.470	56.997	70.593	78.800
Chile	17.358	17.025	21.828	32.867	36.142
República Dominicana	18.144	18.379	18.057	18.473	20.380
Panamá	18.443	17.693	23.087	20.039	19.839
Costa Rica	17.290	15.593	15.980	15.160	16.623
Guatemala	13.593	15.482	13.462	12.952	15.046
Bolivia	12.786	11.437	11.089	13.558	14.615
Estados Unidos	12.057	11.864	10.450	11.495	13.980
El Salvador	13.533	11.843	11.778	11.846	11.074
Brasil	11.756	9.732	5.480	8.739	8.237
Argentina	1.352	1.560	3.089	6.833	5.939
Venezuela	54.767	32.628	12.588	8.319	3.117

Nota. Tabla construida a partir de datos tomados de TradeMap 2020.

Por un lado, durante el periodo 2014 a 2018 se puede observar gran variación en dólares de las exportaciones realizadas por Colombia, entre los primeros 5 países a los cuales Colombia genera más exportaciones de cosméticos se encuentra Perú con un promedio de \$112.569 millones de dólares, aunque se tiene un -1% inferior durante los años 2014 al 2018, para Ecuador se puede observar el mismo panorama, aunque su promedio en estos mismos años fue de \$93.568 millones de dólares; México y Chile tiene un comportamiento de crecimiento de 50% y 108% respectivamente, pero en términos de millones de dólares México genera mayores importaciones con una diferencia de \$16.545, fomentando el empleo en Colombia gracias a la cantidad de unidades que se generaron anualmente para exportar. Por otro lado se tiene el contraste de

mercados pequeños como Panamá por su población actual de 4.159.000 habitantes, el mercado colombiano ha ingresado con un 7% mayor para el año 2018.

Tabla 3.

Importaciones generadas por Colombia en los últimos cinco años

Países	2014	2015	2016	2017	2018
México	206.948	191.716	178.624	174.591	154.389
Estados Unidos	97.860	95.958	90.462	97.366	94.965
Brasil	45.950	43.346	43.639	47.842	51.825
España	19.082	20.008	23.244	28.274	34.572
Francia	41.428	32.029	25.561	24.371	30.107
Uruguay	17.496	22.008	23.853	18.610	20.459
Argentina	15.319	14.292	11.022	15.126	20.370
China	9.997	11.411	12.601	14.984	19.898
República Dominicana	23.459	27.763	25.131	21.484	19.525
Suiza	19.468	15.349	14.399	16.887	17.716
Reino Unido	17.081	15.071	14.202	12.650	14.074
Alemania	11.105	11.806	11.708	10.243	12.994
Canadá	12.714	11.846	8.966	8.465	9.891
Italia	6.585	6.660	5.708	6.590	9.238

Nota. Tabla construida a partir de datos tomados de TradeMap 2020.

Durante los años 2014 al 2018 se observa variación en dólares de las importaciones realizadas por otros países a Colombia, como se evidencia en la tabla anterior, a simple vista México del año 2014 a 2018 ha bajado sus importaciones en un -25% correspondiente a 181.254USD, esto se puede dar ya que Colombia cada vez satisface más el mercado interno y no necesita importar grandes cantidades productos cosméticos y gracias a la variedad en la producción de cosméticos colombianos los consumidores no buscan productos extranjeros, de la misma manera al generar un análisis de los 14 países los cuales se encuentran referenciados en la tabla, se muestra un -6% de importaciones que equivale a 512.076USD.

Los dos países que más generan importaciones de cosméticos a Colombia son México y Estados Unidos, las cifras para el 2018 aunque disminuyeron, para el último año también lo hará, dado a que el consumo de cosméticos en Colombia toma fuerza por el incremento de marcas internas, como Lissia, Vogue, Samy Cosmetics, SP PRO y Dolce Bella, entre otras, aún queda un gran mercado por tomar de este negocio ya que en los países mencionados generan una participación de 249.354 USD, esta cifra puede ser una oportunidad de afianzar las marcas nacionales y mayor generación de empleo para el país, resaltando la oportunidad de negocio con la que este cuenta para apoyar la industria interna evitando las importaciones.

Hablando de las empresas nacionales, en el caso de Lissia, una empresa fundada 1989 por Carlos Buitrago, es una marca que viene con diferentes líneas inspiradas para el uso de cualquier persona. 1. Capibell, siendo de consumo masivo, línea dirigida al cuidado de las familias, con productos elaborados a partir de extractos de origen natural, siendo la marca tradicional y una de las más conocidas de Laboratorios Lissia. 2. Ligne D'or, dirigida para todo tipo de mujer, productos cosméticos elaborados de gran calidad acordes con las tendencias mundiales, haciéndose indispensable en el día a día de mujeres. 3. Beauty Line from Lissia, línea que cuenta con una amplia gama de productos especializados en el cuidado y la belleza, teniendo como base extractos naturales y mejorando continuamente la calidad de sus productos y por ultimo 4. Maxybelt es la línea profesional dirigida a los estilistas integrales y manicuristas, con productos innovadores e insumos de alta calidad, siempre enfocado en las últimas tendencias de belleza, moda y cuidado para hombres y mujeres (Laboratorios Lissica international cosmetic, 2018). En la actualidad la compañía cuenta con las de 500 empleados y más de 5.000 clientes en Colombia, Latinoamérica y Europa. Lissia realiza la fabricación y comercialización de productos cosméticos con altos estándares de calidad, teniendo en cuenta las últimas tendencias en el mercado para satisfacer a sus clientes actuales y encontrar nuevos consumidores, de acuerdo con las necesidades de cada uno, la compañía hace entrega de los productos totalmente terminado, listo para su comercialización o adquisición del consumidor final.

Por otro lado, un país como Francia, siendo potencia en el sector cosmético con marcas conocidas como Biologique Recherche, ha disminuido la participación en las importaciones que genera Colombia, aun teniendo en cuenta que esta empresa, como muchas otras, son consideradas poderosas en el mundo, dado a sus exportaciones anuales aproximadamente de 6,5 trillones de dólares, es segundo lugar se encuentra Estados Unidos y China ubicado en el tercer lugar.

Realizando una comparación entre los años 2014 al 2018 Francia ha bajado sus ingresos en un -27%, representado en dólares 11.321, estos resultados demuestran la potencia de las marcas colombianas no solo en los países vecinos como México, Estados Unidos, Perú, etc., sino en el mercado interno.

Para mejorar esta situación Francia busca realizar exportaciones a otros países, teniendo en cuenta que actualmente se considera costoso hacer apertura de nuevos negocios dentro del país por las políticas fiscales, donde se puede llegar a absorber hasta el 70% de los ingresos, generando un margen demasiado riesgoso para las utilidades de las empresas ya que todo lo recaudaría en estado por medio de impuestos.

La cosmética en la actualidad

Para el año 2019 se puede observar que las marcas a nivel mundial han tenido cambios en cuanto a la participación y llegada de nuevas competencias comparando con el año 2015 (tabla 1).

Tabla 4.

Participación de las principales marcas de maquillaje en el mundo 2019

Marca	Participación (millones de dólares)	Origen de la marca
Johnson & Johnson	14.122	Estadounidense
Chanel	11.480	Francesa
L'Oreal	10.745	Francesa
Gillette	8.143	Estadounidense
Neutrogena	6.986	Estadounidense
Nivea	6.853	Alemana
Dior	6.323	Francesa
Clinique	5.388	Estadounidense
Shiseido	5.244	Japonesa
Guerlain	5.069	Francesa

Nota. Tabla construida a partir de la información encontrada en Statista, plataforma Global Business Data (2020).

Entre los datos analizados de las tablas 1 y 4 (expuestas anteriormente), se evidencia un incremento en la participación de 133 % únicamente de la marca Johnson & Johnson del año 2015 al 2019, pero la producción de cosméticos en esta región incrementa en un 19%, por esta razón se evidencia que los cosméticos naturales colombianos pueden tener una oportunidad de ingreso hacia otros países y no solo contar con la participación del consumo local, ya que las exportaciones de esta industria pueden generar más ingreso económicos y mitigar los riesgos que se pueden tener dentro de la economía local.

Por otro lado, teniendo en cuenta una de las encuestas realizadas por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), durante los meses de enero a noviembre del año 2018, las ciudades colombianas que más adquirieron productos fueron Bogotá, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cali, pero se tuvo un decrecimiento en la producción del sector cosmético en de -1,3%, representando una reducción en la demanda dando prioridad a la canasta familiar. Al realizar un análisis del sector durante los últimos años se espera que para el año 2020 Colombia pueda llegar a facturar 4.171 millones de dólares, según lo señalado por la consultora Raddar e Inexmoda (Camara de Comercio Bogotá, 2019) ya que los consumidores pueden llegar a invertir 1,2 millones de pesos anuales en cremas, maquillaje y demás productos de belleza, el sector tiene grandes retos frente a costos competitivos y agilidad de producción, cosméticos caracterizados por calidad, propiedades benéficas e inclusión de ingredientes naturales, así como la reputación en mercadeo de productos cosméticos.

Algunos de los componentes más utilizados como una nueva tendencia para el mercado gracias a los beneficios que tiene para el cuidado son; yogurt, por sus propiedades suavizantes y calmantes, es utilizado en mascarillas capilares; soya, evita el envejecimiento prematuro de la piel, actuando como antioxidante y estimulando la creación de colágeno; uva, el aceite que se extrae de la semilla tiene propiedades para mantener el cabello protegido contra el calor y el medio ambiente, además de combatir el acné; albaricoque, es utilizado con otros aceites de frutas como máscara facial para suavizar la piel y para aromaterapias; aguacate, su aceite ayuda a acelerar la regeneración celular y a promover la circulación en el cuerpo y la piel; jalea real, nutritiva, antiinflamatoria y antiséptica (Inmexmoda, 2019).

La cosmética natural ha tenido gran impacto en el mundo ya que esta tendencia beneficia al consumidor por el no uso de ingredientes sintéticos, por el contrario son fabricados con extractos naturales evitando alergias o problemas en todo tipo de piel, una de las empresas más conocidas

en implementar esta técnica es Natura, multinacional Brasileña fundada en 1969 por Luiz Seabra, con presencia en Brasil, Argentina, Chile, Colombia, México y Perú, galardonada con la certificación Leaping Bunny por sus productos e ingredientes, cumpliendo con la garantía del no realizar pruebas con animales, da fe del compromiso de Natura de poner fin al uso de animales en las pruebas de cosméticos, adicionalmente en su página oficial plasman lo siguientes:

Naturaleza, tecnología y belleza pueden y deben caminar juntas. Nuestros productos contienen una gran variedad de ingredientes naturales, renovables y de la biodiversidad amazónica. Hemos invertido en biotecnología buscando innovaciones inspiradas en la naturaleza. Utilizamos lo mejor de la tecnología cosmética para potenciar el rendimiento y los beneficios de los productos” (Natura, 2019).

Adicionalmente también se encuentra Grupo Boticario fundado en 1977 siendo una de las franquicias de belleza más grande del mundo con 2.500 tiendas en Brasil y presencia en más de 20 países, entre ellos Colombia encontrando en Medellín un mercado ideal para ubicar su tienda líder en el país. OBoticario desarrollo tecnología 3D que simula a un humano, de esta manera no se tiene que realizar pruebas en animales, la marca también trabaja bajo la filosofía de elaborar productos naturales por eso su lema es “cree en tu belleza” haciendo uso de vainilla y coco, higo o bergamota para aceites usados después del baño.

En Colombia también se pueden encontrar compañías ligadas a la cosmética natural, un ejemplo claro de ello es Botanique, siendo una compañía colombiana fundada en el año 2013 apostándole al desarrollo y etiqueta de productos naturales, con más de 80 punto de venta a nivel nacional y teniendo presencia en México, Guatemala y Ecuador; pronto iniciarán e introducirán los productos a Chile y Perú, dentro de su página web oficial resaltan lo siguiente:

Sabemos que el bienestar laboral de tus colaboradores es vital para la productividad y crecimiento de la compañía, creemos que la felicidad viene antes que el éxito, por eso nuestro propósito es mejorar el bienestar corporativo, llevando lo mejor de la naturaleza a tu lugar de trabajo” (Botanique, 2019).

La gran mayoría de las empresas colombianas están optando por utilizar dentro de sus procesos internos y productivos recursos naturales para ayudar al medio ambiente, ya que

actualmente por la problemática ambiental los consumidores también buscan ser amigables con el ecosistema, es ahí donde las compañías implementan diferentes estrategias de innovación y tendencia, ya sea en la fabricación de sus productos, empaques y etiquetas haciendo uso razonable de los recursos. La industria cosmética se encuentra comprometida y gracias a las autoridades que vigilan y hacen lo posible para conservar el medioambiente poco a poco se controla la manera en que estas industrias llevan su proceso interno, dado a que en los últimos años se ha observado que la cantidad total de micro plásticos presentes en el medio marino proviene de la cosmética. Año tras año las empresas que hacen parte del sector cosmético y cuidado personal están comprometidos con los temas relacionado al medio ambiente, proponiendo soluciones y mejoras en los procesos de producción, distribución y reciclaje para el beneficio de los consumidores (canipec, 2018).

En cuanto a la cadena de producción, inicialmente se puede organizar alrededor de cuatro eslabones principales: 1. Suministro de materia prima: pertenecen todos aquellos que apoyan actividades de transformación primaria relacionados con la producción agrícola, cosecha y pos-cosecha de la biodiversidad colombiana, así como la biomasa residual agrícola, utilizadas en la elaboración de ingredientes naturales, requiriendo de acceso a recursos genéticos y productos derivados. 2. Producción de ingredientes naturales: Este eslabón conocido como transformación secundaria, se conoce con actividades como producción, importación y exportación de ingredientes, segmentados por grasas y aceites, aceites esenciales, extractos vegetales y colorantes naturales. En Colombia se han priorizado las siguientes especies vegetales para productos del cuidado de la piel: maracuyá, agraz, aguacate, café, arroz, chachafruto, chontaduro, cola de caballo, cupozau, guayaba, inchi, jagua, mango, cacao, noni, myrica, sábila, tibonicha, ñame, prontoalivio. En cuanto a los aceites esenciales de uso cosmético, entre los más comunes se cuentan los derivados de lavanda, manzanilla, tomillo, eucalipto, bergamota, clavo, limón. Por su parte, los extractos naturales para cosméticos más comercializados son los de azucena blanca, borjón, castaño de indias, café, gualanday, elastina, hiedra, ortiga, naranja (Gomez, 2017). 3. Producción de cosméticos (Industrialización): Conocida como la eta de producto terminado, donde se encuentran aquellas microempresas y pymes fabricantes de productos para distribuir al consumidor final y finalmente 4. Comercialización: Empresas distribuidoras de productos cosméticos para el consumidor final pero no es fabricante.

Adicionalmente, se deben tener en cuenta las instituciones de apoyo al sector como laboratorios de ensayo (CECIF, Tecnimicro, Delivery Technology, etc), entidades de formación y entretenimiento (Asociaciones de químicos farmacéuticos AQUIFARM, la asociación colombiana de ciencia y tecnología cosmética ACCYTEC, universidades como Jorge Tadeo Lozano, Universidad de Antioquia, Universidad Javeriana, etc), organismos de regulación y control (MINSALUD, INVIMA, ICA, etc), entidades de apoyo de servicio empresarial (Cámaras de comercio, Procolombia, el sistema financiero, ANDI, etc). El cuanto apoyo en la producción agrícola, está la Corporación Colombiana Agropecuaria, que tiene como objetivo desarrollar y ejecutar actividades de investigación, tecnología y transferencia de procesos de innovación tecnología al sector agropecuario, esta corporación con ayuda de otras entidades han adelantado proyectos alrededor de la biodiversidad y los ingredientes naturales para la industria cosmética.

En la industria nacional colombiana existen diferentes empresas que trabajan líneas de productos naturales en cosmética, como son Prebel, Belcorp, Avon, Esko, M&N, Labfarve, Natura, Biocommerce, Recamier, Bioprocol, Apiflower, Quifarma, Inbiotec, Ecobaby, Pure chemistry, Natura, Grupo azulado, Caribbean eco soap, y productos de belleza Ana María, entre otros. Estas empresas atienden el mercado nacional e internacional y pese a que en algunos casos utilizan canales directos, en su mayoría emplean diferentes distribuidores mayoristas y minoristas como tiendas y cadenas especializadas (La Riviera o Fedco), salas de belleza, esteticistas y dermatólogos, venta por catálogo, supermercados de cadena, ventas por canales virtuales, y otras tiendas especializadas en artículos de belleza (Gomez, 2017).

En Colombia la demanda de productos naturales y orgánicos ha tenido un incremento importante, ya que las empresas colombianas han respondido incorporando ajustes al diseño de sus productos, con el objetivo de posicionar al país como un productor responsable que ofrece productos seguros y sostenibles. Este es actualmente uno de los principales frentes de trabajo de la Cámara de la ANDI y del PTP. El 75% de las empresas de este sector cuentan con productos que promocionan sus características relacionadas con la salud humana o el medio ambiente como aspectos de diferenciación en el mercado.

Factores de producción

Capital Humano:

En las empresas se muestra participación importante de técnico, tecnólogos y profesionales, adicionalmente el 70% de los especialistas se encuentran en áreas de innovación de las pequeñas y medianas empresas. Sólo el 65% de los laboratorios tienen dentro de su planta personal con maestría, y tan sólo el 23% con doctorado. Por otro lado en relación a los laboratorios, se ha manifestado tener diferentes necesidades de entrenamiento y capacitación. Entre estas, se destaca la necesidad de capacitación, buenas prácticas de laboratorio, en metrología, en estimación de incertidumbre y en validación de métodos. Adicionalmente, los organismos plantean necesidades de formación en temas tales como: análisis de causa, ejecución de los ensayos, actualización en métodos analíticos, validación de métodos microbiológicos, análisis de matrices cosméticas, análisis de productos fitoterapéuticos, nuevas metodologías que agilicen el proceso de preparación de muestras en matrices como alimentos y aguas, aseguramiento de los resultados, cómo evaluar y aceptar un proveedor de ensayo de aptitud, manejo de equipos, validación de técnicas analíticas, nuevas técnicas para el análisis de productos biológicos (bioinsumos) a base de microorganismos, y manejo de software especializado.

En cuanto a programas específicos de formación y certificación, se destacan algunos avances en el marco de la evaluación del Plan de Negocios del Sector de Cosméticos y Aseo al 2016 (MICT, 2016). Estos se pueden resumir de la siguiente forma: 1. 5 programas de certificación en Buenas Prácticas de Manufactura (3 programas para operarios y 2 para supervisores), desarrollados con el apoyo del SENA, con un total de 434 personas certificadas pertenecientes a 32 empresas. 2. Programas de certificación en Normas de Competencia Laboral (NCL) aplicables para el sector, desarrollados con el apoyo del SENA. 3. Programa de becas para maestría y postgrado pertinentes al sector, con el apoyo de ICETEX, con un total de 5 beneficiarios de las empresas Productos Familia, Quala y Selva Nevada Pertinencia. 4. Programa de Innovación con Katharsis, con la participación de 12 pymes. 5. Diplomado de Gestión de la Innovación, en colaboración con la Universidad Javeriana y Universidad Adolfo Ibáñez de Chile, que contó con la participación de 4 empresas del sector (Gomez, 2017).

Tecnología:

En la cadena productiva colombiana, la tecnología de cosméticos evidencia una caracterización por su complejidad, debido a la gran cantidad y variedad de productos y de empresas que la conforman. Dichas empresas van desde las grandes multinacionales, con alto nivel de tecnología tanto en proceso como en equipos, hasta las pequeñas empresas de carácter familiar, con equipos relativamente obsoletos y con procesos tradicionales de elaboración de sus productos (lo que puede limitar su competitividad y potencial crecimiento). Sin embargo, las empresas medianas y grandes lanzan al menos un producto nuevo al mercado cada año, lo que genera dinamismo en estos procesos, esto según el informe de sostenibilidad de la ANDI en el 2015.

Financiación:

Los recursos asignados por el gobierno son administrados por diferentes programas en los cuales se encuentran: INNPULSA Mipyme, Fondo Emprender, Banco de Comercio Exterior de Colombia (BANCOLDEX), COLCIENCIAS. Lo anterior también impulsado por la política de transformación productiva diseñada como modelo de desarrollo para Colombia.

Materias Prima:

El 88% de las empresas en Colombia utiliza ingredientes naturales para la producción de cosméticos, pese a que en el país existen diversos actores que proveen la materia prima necesaria para el proceso productivo. La inserción de Colombia en el mercado de la industria cosmética a partir de ingredientes naturales, hechos con productos de la biodiversidad, implica también la investigación sobre los recursos naturales y sus potencialidades; actividad que requiere permisos del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible MADS. Adicionalmente también se tiene materias primas provenientes de Estados Unidos, México y Ecuador, para facilitar el acceso a materias primas, suministros y tecnologías con costos competitivos, se dio la desgravación de 48 materias primas no producidas en Colombia. Además, se hizo la emisión del Conpes 3697 de 2011, que establece la política para el desarrollo comercial de la biotecnología a partir del uso sostenible de la biodiversidad.

Capítulo II. Incursión de cosmética colombiana natural en Asia y Europa

Para nadie es un secreto que Colombia cuenta con variedad de recursos los cuales deben ser aprovechados al cien por ciento, pero también se conoce la competencia que se vive en los mercados, independientemente del sector que se quiera hablar. En la industria cosmética al encontrar variedad de productos se pueden identificar que muchos de los países tienen gran participación en el mercado, en cuanto a los principales importadores que participan en este sector se pueden encontrar:

Tabla 5.

Países que más importan maquillaje en el mundo

Importadores	Valor importado 2016 (miles USD)	Valor importado 2017 (miles USD)	Valor importado 2018 (miles USD)
China	3.999.351	5.798.006	9.909.374
Estados Unidos	4.598.484	4.915.120	5.380.420
Hong Kong	3.499.973	4.042.081	5.321.731
Singapur	1.712.976	2.164.373	2.860.330
Alemania	2.254.563	2.530.348	2.739.250
Reino Unido	2.331.426	2.513.814	2.485.002
Francia	1.524.230	1.761.129	1.979.571
Canadá	1.439.333	1.588.137	1.680.330
Japón	1.160.536	1.228.211	1.384.903
Bélgica	1.121.202	1.127.562	1.363.217
Italia	1.053.377	1.142.958	1.204.344

Nota. Tabla construida a partir de los datos tomados de TradeMap 2020.

Para el año 2018 se evidencia que China es uno de los países que realizó mayores importaciones obteniendo una tasa de crecimiento anual en valor entre 2016 - 2017 del 16% y 2017 - 2018 del 19% y una tasa de desempleo sobre la población activa del 4.04% en comparación al año inmediatamente anterior, esto gracias al acelerado desarrollo que ha tenido

esta industria haciendo que este mercado sea el segundo más grande de todo el continente asiático. Este crecimiento también se debe al cambio social que se ha visto en las mujeres porque actualmente reciben una mejor educación permitiendo igualdad en la sociedad y mayores ingresos a esta población femenina, impulsando el culto de la belleza y así mismo la inversión en este sector; según el informe de ICEX (Instituto de exportación e inversiones de España) en el año 2018 el 75% de consumo procede de las zonas urbanas y el 42% se concentra en siete regiones: Shanghái, Pekín, Zhejiang, Cantón, Tianjin y Jiangsu (Adame, 2019), siendo China un mercado económico atractivo y estable, sobre los países analizados del año 2016 al 2018 se evidencia un 47% de incremento que corresponde a 11.613.021 dolares y se evidencia la posible potencialización de la cosmética natural Colombiana en otros mercados.

En segundo y tercer lugar se puede observar que la diferencia entre Estados Unidos y Hong Kong es mínima en cuanto al valor de importación; en Estados Unidos se puede encontrar variedad de marcas y productos que pueden estar al alcance del bolsillo de cualquier persona así como cuentan con diferentes establecimientos como por ejemplo Utah siendo una de las tiendas más populares del país junto con Marshalls, adicionalmente como se ve en Colombia, en Estados Unidos los supermercados también cuentan con estantes para la distribución y venta de productos para el cuidado personal; algunos de los productos que más ingresan a los Estados Unidos son: labiales, sombra, esmalte de uñas, lociones no medicinales para la piel y protectores solares y lociones bronceadoras. Hong Kong se abastece casi totalmente de las importaciones, pues este país nunca tuvo una industria local importante debido al proceso de deslocalización de la mayoría de las fábricas a China continental.

En la siguiente tabla se ve reflejada la participación de Colombia en cada uno de los países que más importa cosméticos en el mundo, de esta manera se podrá analizar cual mercado es el más favorable para Colombia y sus exportaciones.

Tabla 6.

Participación de Colombia en las exportaciones realizadas a los países que más importan cosméticos

Colombia y China	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	1	0	0
Preparaciones capilares.	0	0	0
Colombia y Estados Unidos	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	3.029	3.279	4.029
Preparaciones capilares.	5.120	5.414	7.505
Colombia y Hong Kong	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	0	0	0
Preparaciones capilares.	0	0	0
Colombia y Singapur	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	0	0	0
Preparaciones capilares.	0	0	0
Colombia y Alemania	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el	0	0	0

cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.			
Preparaciones capilares.	0	0	1.200
Colombia y Reino Unido	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	3	1	6
Preparaciones capilares.	0	0	0
Colombia y Francia	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	4	0	0
Preparaciones capilares.	0	0	0
Colombia y Canadá	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	3	46	2
Preparaciones capilares.	1.507	1.883	1.637
Colombia y Japón	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	0	0	0
Preparaciones capilares.	0	5	0
Colombia y Bélgica	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018

Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	0	0	0
Preparaciones capilares.	1	0	0
Colombia y Italia	Valor en miles de dólares		
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluidas las preparaciones.	44	25	0
Preparaciones capilares.	6	0	0

Nota. Tabla construida a partir de datos tomados de TradeMap 2020.

Como se puede observar, dentro de los principales importadores del mundo, existen destinos a los cuales Colombia aun no realiza exportaciones, o si las realiza son en una participación muy baja, es por esta razón que resulta pertinente el indagar a profundidad el comportamiento comercial en el sector de los cosméticos de estos países, con cuáles podrían tener mejores oportunidades los productos nacionales, teniendo en cuenta que las culturas empresariales de las pequeñas empresas y pymes colombianas no ven como oportunidad de negocio exportar a otros países ya que no generan estudios porque lo ven como un gasto y no como una oportunidad en la que se podrían tomar decisiones para el ingreso a otros mercados.

El modelo de Jordi Canals busca potencializar el mercado por medio de exportaciones pasivas, buscando no depender únicamente del mercado local si no que el modelo brinda un diseño para no solo generar exportaciones pasivas sino también exportaciones reales y con planeación.

Importaciones de los países asiáticos en los que Colombia no tiene ventas de cosméticos.

Para desarrollar el análisis por país, se han dividido en dos grupos, inicialmente se expondrán los asiáticos para posteriormente analizar el grupo de los países europeos, ya que son en estos dos continentes donde hay importantes importadores de cosméticos, en los cuáles, Colombia no registra participación.

China.

Tabla 7.

Importaciones de cosméticos en China

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	% de las importaciones
Corea del Sur	2.631.014	27%
Japón	2.323.436	23%
Francia	2.033.700	21%
Estados Unidos	907.964	9%
Reino Unido	420.050	4%
España	184.937	2%
Alemania	184.762	2%
Australia	156.841	2%
Tailandia	148.907	2%
Taipéi Chino	145.069	1%
Otros países	772.694	8%

Nota. Tabla construida a partir de los datos encontrados en TradeMap 2020.

En China se evidencia una participación alta de consumo de maquillaje de Corea Del Sur, aunque se tiene una tendencia mayor en compartir maquillaje con extraños, ya que en pleno centro comercial de Pekín se abre una puesta de la cabina unipersonal y se extienden sobre una mesa un sinfín de maquillaje de lujo, para que la creatividad de la mujer no tenga fin, esta apuesta la genera una empresa China para que varias personas tengan acceso a maquillaje de lujo a un menor costo ya que solo se da uso a lo necesario, tras pagar 28 yuanes (unos tres euros y medio) se puede disfrutar de esta tendencia que se genera en la potencia Asiática o solo porque las mujeres tengan una urgencia para poder llegar de mejor manera a reuniones o a fiestas es una buena opción para las mujeres (Colombia, 2019).

Hong Kong.

Tabla 8.

Importaciones de cosméticos en Hong Kong

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	% de las importaciones
Corea del sur	1.090.098	20%
Singapur	869.518	16%
Japón	791.275	15%
China	526.101	10%
Estados Unidos	399.683	8%
Suiza	344.057	6%
Francia	343.832	6%
Italia	141.041	3%
Países Bajos	134.766	3%
Taipéi Chino	126.356	2%
Otros países	5.321.731	10%

Nota. Tabla construida a partir de datos tomados de TradeMap 2020.

Como se evidencia en Hong Kong también se da una tendencia por el maquillaje de Corea del Sur en menos proporción de las importaciones que genera China ya que a diferencia solo importa el 20% claro está que en Asia en menos de cinco años ha generado un aumento de exportaciones de 40% en general y en Corea (Dirigentes , 2015).

Singapur.

Tabla 9.

Importaciones de cosméticos en Singapur

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	% de las importaciones
Francia	1.135.912	21%
Estados Unidos	416.164	8%
Japón	370.824	7%
Corea de sur	203.205	4%
China	150.603	3%
Alemania	120.170	2%
Reino Unido	96.073	2%
Italia	73.646	1%
Canadá	52.866	1%
Bélgica	36.944	1%
Otros países	2.857.937	50%

Nota. Tabla construida a partir de datos tomados de TradeMap 2020.

En lo que compete a Singapur que tiene un participación de 21% correspondiente a 1.135.912 USD y en volumen con la producción actual de cosméticos en este país corresponde a 450 millones de dólares, aunque en el años 2019 tienen una participación de Argentina en sus importaciones aunque la participación de este país es mínima y ha venido cayendo año tras año desde el año 2006 (Cosmeticos , 2010).

Japón.

Tabla 10.

Importaciones de cosméticos en Japón

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	% de las importaciones
Francia	481.310	35%
Corea del sur	220.968	16%
Estados Unidos	211.186	15%
China	90.849	7%
Reino Unido	72.996	5%
Italia	52.321	4%
Vietnam	34.471	3%
Alemania	33.601	2%
Tailandia	32.812	2%
Bélgica	24.432	2%
Otros países	2.857.937	9%

Nota. Tabla construida a partir de datos tomados de TradeMap 2020.

El último país Asiático que se analiza en el listado es Japón, y aunque se evidencia una participación de 35% en importaciones de Japón a Francia, el mercado Asiático crece de manera rápida y estable ya que el sector de cosmética y perfumería según Euro Monitor (Centro de consultoría Internacional de Londres Inglaterra) para el 2018 las ventas se generaron por un valor de 145.411,94 millones de Euros (Beauty Cluster , 2019).

Importaciones de los países europeos en los que Colombia no tiene ventas de cosméticos.

Ya teniendo un contexto sobre las tendencias, importaciones y exportaciones que generan los países asiáticos, ahora se analizarán los países de Europa en los cuales se puede evidenciar una oportunidad del maquillaje natural por las tendencias de consumo que se dan actualmente en antiguo continente:

Reino Unido.

Tabla 11.

Importaciones de cosméticos en Reino Unido

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	% de las importaciones
Francia	1.135.912	20%
Estados Unidos	416.164	18%
China	370.824	12%
Alemania	203.205	11%
Italia	150.603	5%
Polonia	120.170	5%
Países Bajos	96.073	4%
Bélgica	73.646	3%
España	52.866	3%
Canadá	36.944	3%
Otros países	2.485.002	16%

Nota. Tabla adaptada a partir de los datos encontrados en TradeMap 2020.

En reino Unido se evidencia un fuerte creciente al uso de maquillaje con uso natural en el mercado, ya que en este país buscan un producto que pueda alterar a futuro la piel, sino que pueda encontrar un bienestar entre la salud de la piel y el verse bien. A su vez en el tamaño de mercado suponen que el 4,8 % buscan un producto dermocosméticos que se refiere a el balance para no alterar la piel de las personas que utilizan este tipo de maquillaje (Costmetica de Reuino Unido , 2016)

Francia.

Tabla 12.

Importaciones de cosméticos en Francia

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	% de las importaciones
Italia	429.558	22%
Estados Unidos	335.849	17%
Alemania	256.840	13%
Nepal	116.296	6%
Reino Unido	82.947	4%
Suiza	82.512	4%
China	78.462	4%
Corea del Sur	76.881	4%
España	75.869	4%
Bélgica	69.862	4%
Otros países	2.485.002	18%

Nota. Tabla construida a partir de los datos tomados de TradeMap 2020.

En Francia se evidencia un consumo de cosméticos de Italia y de Estados Unidos con un 22% y un 17% consecutivamente esto puede ser posible por el consumismo que se tiene por el maquillaje Americano ya que fue lo que se evidencio en la semana de alta costura de Francia, las marcas Chanel y Givenchy son las más marcadas dentro de la pasarela y muestran sus sombras nocturnas y sus labios ultra rojos el estilo Megham y sus iluminaciones las cuales desatan una fase de nuevo consumo en Francia, aunque no se habla de maquillajes naturales si se evidencian el consumo de maquillaje del otro continente. (Wapa, 2018)

Bélgica.

Tabla 13.

Importaciones de cosméticos en Bélgica

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	% de las importaciones
Reino Unido	429.558	26%
Francia	335.849	17%
Estados Unidos	256.840	14%
Países Bajos	116.296	13%
Polonia	82.947	9%
Alemania	82.512	5%
China	78.462	5%
Suiza	76.881	3%
República Checa	75.869	2%
Italia	69.862	1%
Otros países	1.266.673	5%

Nota. Tabla construida a partir de los datos tomados de TradeMap 2020.

En Europa se marca una tendencia por lo natural y el consumo con responsabilidad y el cuidado en la salud personal, Bélgica no es la excepción de la regla ya que en este país se tiene un respeto por el medio ambiente no solo generan un consumo de Reino Unido de cosméticos sino que cuentan que la industria más grande del mundo en estudio de cosméticos, esto les permite generar más del 30% de uso de cosméticos en cuanto a fórmulas patentadas. Ven más que moda una oportunidad de negocio alta en esta industria y la economía se mueve a base de los productos cosméticos. (Chile, 2015)

Italia.

Tabla 14.

Importaciones de cosméticos en Italia

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	% de las importaciones
Francia	656.738	55%
Alemania	164.517	14%
España	64.113	5%
Polonia	56.688	5%
Reino Unido	41.964	4%
Países Bajos	28.805	2%
Austria	27.954	2%
Estados Unidos	24.593	2%
China	19.296	2%
Suiza	17.538	2%
Otros países	1.266.673	7%

Nota. Tabla construida a partir de los datos tomados de TradeMap 2020.

En las semanas de la moda, como su nombre lo indica se generan tendencias de moda y belleza, las cuales ayudan a marcar un aumento en millones de negocios que mueven la economía, las cifras generadas en Italia de no ser las más importantes se pueden catalogar entre las más grandes, se evidencia que Italia importa un 55% proveniente de Francia, correspondiendo a 656.738 mil dólares.

Teniendo en cuenta lo evidenciado en las anteriores tablas, en las cuales se muestran las cifras de importación de algunos de los países europeos y asiáticos es importante añadir algunos datos que ayudaran en la definición del mejor mercado al que se puede dirigir el sector de la cosmética natural colombiana. Por un lado, China ha incrementado las importaciones en casi un 80%, mientras que la media de crecimiento de importaciones del resto de países, se ha situado entre el 8% para el año 2018. De hecho, desde 2014 a 2017, China ha pasado de ser el octavo mayor

importador mundial de cosméticos a ser el tercer mayor importador de productos cosméticos, solo por detrás de Estados Unidos y Alemania (García, 2018), además desde el año 2015 al 2017 las exportaciones han sido superiores a las importaciones generando un déficit en la balanza comercial. Adicionalmente las medidas que tiene el gobierno chino es 1. La venta directa por parte de la empresa interesada a ingresar a este mercado, esto siendo una restricción al momento de ingresar, 2. Para comercializar un producto cosmético se debe obtener un permiso especial de acuerdo a los ingredientes con los que fue fabricado el producto, la obtención de este permiso es casi imposible ya que todo se encuentra reglamentado en el Inventario de Ingredientes Cosméticos Existentes en china IECIC, esto siendo una gran barrera comercial, 3. Algunos cosméticos importados son discriminados frente a los productos locales y 4. Todos los productos clasificados como “cosmético especial”, sea doméstico o importado, ha de ser testado en animales (García, 2018).

Por otro lado en cuanto al continente europeo se pueden encontrar mercados que brindan posibilidades para que las empresas colombianas exploren la oportunidad de expandirse en el sector cosmético, esto, teniendo en cuenta el tratado de libre comercio entre Colombia y la Unión Europea.

A lo anterior también se suman el análisis teniendo en cuenta dos variables:

Tabla 15.

Variabilidad del PIB per cápita y sector empresarial cosmético.

País	PIB Per cápita 2018	Principales Empresas
China	9,770.85 USD	Chinfie, CMM, Houdy, Longrich, Herborist, Chando Pehchaolin, Maxam y Bee & Flower.
Hong Kong	48,675.62 USD	Chen Ming Ming, JaneClare, Sève, Choi Fung Hong.
Singapur	64,581.94 USD	Faux Fayc, Inga by 27A, Reflections Organics.
Japón	39,289.96 USD	Shiseido, Kao, Kosé Corp.
Reino Unido	42,943.90 USD	Sesderma, Martiderm.
Francia	41,463.64 USD	Bourjois, Chanel, Christian Dior, Guerlain, Lancôme, L'Oréal o YSL.

Bélgica	47,518.64 USD	La mayoría de las grandes empresas que están implantadas en Bélgica son filiales de multinacionales extranjeras (francesas y norteamericanas, principalmente), que emplean a la mayor parte de asalariados del sector y poseen un mayor volumen de producción. Las empresas propiamente belgas son PYME's, tratándose en algunos casos de empresas familiares.
Italia	34,483.20 USD	Lever Fabergé, Axe, Dove, Denim, Rexona, Mirato Nuova Spa, Manetti & Robert.

Nota. Tabla construida a partir de información de la revista Dinero y <http://www.exportapymes.com/>.

En primer lugar podemos analizar por medio del PIB per cápita la medición de la relación existente entre el nivel de renta de un país y su población. Realizando el análisis por continente el total para Asia es de 162,318.37 USD y para Europa 166,409.38 en cuanto a lo descrito anteriormente en la tabla. Adicionalmente en cuanto a las marcas que se presentan en cada continente, se evidencia gran variedad en las mismas, en el caso del continente Europeo también se ve gran oportunidad dado a que en Bélgica al tener empresas pyme familiares representa que la inserción de compañías extranjeras es una fuerte oportunidad.

El consumo de cosméticos en estos continentes tiene transición de acuerdo a la edad, en el caso de las mujeres de 18 a 28 años desea ante todo realzar su belleza natural, así como corregir las pequeñas imperfecciones de su rostro. Las mujeres de 28 a 35 años buscan productos que hidraten su piel, la nutran y la protejan: desean conservar su belleza. A partir de 35 años, la mujer necesita sin embargo un cuidado específico que le permita reparar los daños a su belleza. (GONZÁLEZ, s.f.). En el caso de los hombres aumentan el consumo de productos desde la adolescencia donde deben cuidar su piel en el caso de quienes se afeitan, uso de desodorantes cremas para el rostro, cremas y geles para peinar etc.

Capítulo III. Ingreso de la cosmética natural a la Unión Europea

De acuerdo a lo mencionado en los anteriores capítulos se evidencia un incremento exponencial ya que entre en año 2016 y 2017 se da un aumento en las exportaciones de la industria cosmética del 16% y realizando la misma comparación entre los años 2017 y 2018 del 19%, debido a la preocupación que tiene la población respecto al bienestar del medio ambiente y el uso de cosmética libre de químicos y fabricados a base de productos naturales, estas tendencias, fueron tenidas en cuenta para identificar aquellos países más propicios para la incursión de biocosméticos colombianos, además de analizar factores como la existencia de acuerdos comerciales, la distancia y el tamaño del mercado (ver tabla 15), por lo que finalmente se concluye que en países como Francia, Bélgica e Italia se puede tener gran participación por su crecimiento exponencial en este sector, gracias a los beneficios que pueden brindar entre otras razones, por la existencia del tratado de libre comercio que cuenta actualmente Colombia con la Unión Europea y si bien la población de China es la más grande del mundo, la posibilidad de llegar a los países europeos en bloque, luce más atractiva como se evidencia a continuación.

Tabla 16.

Países de la Unión Europea sin incursión de cosmética natural colombiana

País	Población	Tratado de libre comercio con Colombia	Distancia en Km
Reino Unido	66.44	No	8.384
Francia	66.99	Si	8.599
Bélgica	11.4	Si	8.817
Italia	60.48	Si	9.403

Nota. Tabla construida a partir de los datos tomados de TradeMap 2020.

Colombia tiene vigente un TLC con la Unión Europea, el Acuerdo fue firmado en Bruselas por el Ministro Díaz Granados y el Comisario de Comercio de la Comisión Europea, Sr. Karel De Gucht el 26 de junio de 2012 y entró en vigor a partir el 1 de agosto del año 2013. Este acuerdo establece diferentes medidas para la comercialización de bienes y servicios, permitiendo un crecimiento económico aprovechando uno de los mercados más grandes del mundo. Este acuerdo

comercial trae consigo la eliminación y reducción de aranceles y barreras no arancelarias a las exportaciones de Colombia para que los productos sean más competitivos frente al mercado de países como México, Chile y otros que se benefician del comercio europeo, adicionalmente se puede tener un mejor acceso para los productores colombianos, a nivel nacional la oferta exportable provienen del Atlántico, Caldas, Cauca, Antioquia, Cundinamarca, Bogotá y Valle de Cauca, esto por la incursión de cosméticos naturales en las empresas colombianas, ya que se da un incremento del uso de estos cosméticos en Europa.

La importancia de este acuerdo para Colombia se centra en lograr una relación preferencial y permanente, ya que la UE es clave en la economía mundial y según la OMC (Organización Mundial del Comercio) se trata del primer importador y exportador mundial de bienes teniendo el PIB más grande del mundo, representando el 20% del PIB mundial, adicionalmente desde que Colombia cuenta con este TLC, el país tiene nuevas y mayores oportunidades, estableciendo vínculos y alianzas para la producción y comercialización de productos.

Por otro lado, los cosméticos antes del Acuerdo pagaban aranceles base entre 0% y 6,5% pero a partir de la entrada en vigencia del mismo estos productos ingresan libres de arancel y través de la alianza el Gobierno Nacional espera que para 2032 Colombia se convierta en el país latinoamericano líder en la producción y exportación de cosméticos, productos de aseo del hogar y absorbentes de alta calidad con base en ingredientes naturales (Procolombia, 2015), en promedio las ventas de la industria cosmética colombiana a Europa crecen un 4.1% por año desde el 2010. Países del continente europeo como Austria, Alemania, Dinamarca, España, Finlandia, Holanda, Hungría, Irlanda, Polonia y Suecia son mercados en los cuales más se incorpora Colombia.

Francia

En cuanto a la tendencia de lo natural en Francia son cada vez más las marcas que se unen, implementando diferentes métodos en sus productos, Dove por ejemplo, siendo una de las marcas más importantes de Unilever incluye etiquetas sin silicona que a pesar de que no es toxica, tampoco es biodegradable, también L'Oreal revisa la composición de sus líneas para poder lograr y ofrecer productos con al menos 90% de ingredientes naturales. A pesar de todas las medidas que se han tomado en relación a la tendencia, se evidencia que los consumidores franceses todavía se enfrentan al engaño a la hora de comprar sus productos. Aunque las compañías

incluyan etiquetas “bío” en sus referencias, muchas de ellas se aprovechan del desconocimiento de los clientes para incorporar otros compuestos químicos perjudiciales para la salud. Para evitarlo, se debe confiar en los sellos de calidad de organizaciones que cumplen con los estándares del referente europeo, como lo hacen en Francia Veritas, Ecocert y Cosmécert (Les Echos - España, 2019). Según Cosmébio, la asociación francesa que agrupa a 480 marcas certificadas, este segmento representa tan solo el 4,5 % de la cuota de mercado total, lo que supone una cifra de 500 millones de euros sobre un total de 12 000 millones. No obstante, se trata de un rubro que está experimentando un crecimiento continuo (15 % en 2018).

Bélgica

En Bélgica para el año 2017 se inclinan por el uso de cosméticos al natural u orgánico evitando el uso de productos de la industria cosmetológica que provengan de algún uso sintético, teniendo en cuenta la cultura tiene un énfasis en ser respetuoso del medio ambiente y de los animales estas medidas son enfocadas por la Unión Europea y por el Gobierno Belga mediante inversiones en programas de investigación que no generen experimentación en animales ni como medio testeo básico ni como testeo tradicional, esta es regulado según N° 1223/2009 del parlamento Europeo y el concejo del 30 de noviembre de 2009.

El movimiento de la población para que los consumidores sean más responsables con el uso de maquillajes más naturales casi que llegar al 100 % de uso natural es una tendencia en general en el país Belga siempre buscando la mejor calidad para evitar el desgaste de la piel de los habitantes de este país, de la misma manera crece el paralelo con la demanda que genera esta industria, ya que cada día la gente genera más consumo y a su vez mas demanda de productos cosméticos y este país busca un equilibrio entre el consumo de estos productos como no desgastar el medio ambiente ni maltrato o experimentos de animales para generar un equilibrio y poder generar empleos y dar crecimiento a estas economías. En esta industria de cosméticos que es una de las industrias con más incremento en los últimos años, no solo crece a nivel global, sino que en la Unión Europea es el mayor mercado de cosmética del mundo ya que cuenta con un tercio de las ventas globales, se generan un total de 77 mil millones de euros al año seguidos de Estados Unidos con 62 Mil millones de euros y seguido de China con 41 mil millones de euros. Centro Logístico: Cuenta con seis puestos y cinco aeropuertos y con una red ferroviaria de 3000 Km de pistas y trenes de alta velocidad que conectan a Bruselas, Ámsterdam, Frankfort, Londres

y Paris. El país belga es el centro o el clúster de químicos a nivel mundial no solo por tamaño sino como diversidad de los productos, esto ya que en la facturación por habitante los productos químicos generaron el 32,6% de las exportaciones y el 28,2% de las importaciones (Icex, 2017).

Tabla 157.

Importaciones de cosmética de Bélgica

País	Valor importado en 2019 (miles de USD)	% de las importaciones
Estados Unidos de América	285.811	21%
Reino Unido	275.124	20%
Francia	216.245	16%
Países Bajos	152.012	11%
Italia	93.521	7%
Alemania	78.730	6%
Polonia	59.923	4%
República Checa	59.858	4%
China	52.808	4%
Suiza	37.687	3%
Resto de países	70.276	5%

Nota. Tabla construida a partir de los datos tomados de TradeMap 2020.

Se evidencia que para Bélgica en el año 2019 llega a generar importaciones por un valor de 1.381.998 y exportaciones por un valor de 1.405.819, siendo un país que está ubicado como referencia y en potencia para la fabricación de maquinaria dedicada a la cosmética, que no genera barreras para el ingreso de cosméticos a su territorio. Teniendo en cuenta que las empresas colombianas no cuentan con una salida al mercado internacional que mitigue riesgos en los cuales eviten depender solo del ingreso local, si no que por medio del ingreso internacional se genere una incursión en el modelo de internacionalización de Jordi Canals en el cual se ingrese a un país por medio de un estudio técnico para ingresar de modo seguro y eficaz a un país potencia en este sector. Este país nos ayudaría para que la maquinaria colombiana tuviera un avance ya que Bélgica cuenta con maquinaria avanzada que nos permitiría pensar en incursionar en más países europeos. Para los años 2014, 2015, 2016 y 2017 Colombia no conto con una participación

de exportaciones a Bélgica, pero para el año 2019 se generaron 16 toneladas de cosméticos por valor de 32.625 y la tasa de crecimiento que se da para el año 2019 es de 64 puntos porcentuales.

Una de las empresas más importantes de Bélgica es CALYPSO se define como una industria llena de tecnología y calidad sus productos avanzan con rapidez y generan un alto nivel de innovación y generan sus productos con 90% de recursos naturales que dan estabilidad en los productos desarrollados en el país Belga (Lisners, 2020).

La economía de Bélgica se mueve rápidamente y es particularmente abierta a cualquier cambio que pueda exigir el mundo, es considerado el campeón de las exportaciones y tiene el décimo lugar del mundo con más exportaciones y de acuerdo con datos de la OMC (Organización mundial de comercio) en el 2018 las exportaciones de este país tuvieron una participación de 466.700 mil millones USD que corresponde a un crecimiento de 8% frente al año anterior (Santander, 2020).

Bélgica trata de perfeccionar todos sus productos con excelencia y los cosméticos no son la excepción ya que busca por medio de sus investigaciones calidad e integración con ingredientes naturales que no atenten contra los recursos naturales.

Italia

Italia es conocido por sus grandes desfiles de ropa y no puede faltar el maquillaje en estos desfiles es por ello que en la celebración de 50 años de la feria de “cosmética Italia” se muestra el Auge del maquillaje que se tienen en estos años ya que los datos publicados por Centro Studi se toma como un auge industrial esto ya que se pasa de 110 millones de euros en 1967 a superar los 10,500 millones en el 2016, teniendo en cuenta que en 1976 el valor de la producción se redujo cerca de 2.200 millones de euros en la siguiente década se facturo un total de 4.300 millones y se duplico con el pasar de los años, pero no solo genera incremento de facturación década tras década sino que en cantidad de trabajadores se pasó de tener 2.100 colaboradores a 35.000 empleados que generan una potencializarían de la economía interna generando empleos indirectos de más de 10.000. (Cosmética en Italia, 2017)

Italia pertenece a la séptima economía que más genera exportaciones en el mundo y la 20° más compleja catalogada por la ECI (índice de complejidad económica), para el año 2017 Italia realizó un total de exportaciones por el valor de \$ 482 mil millones e importó \$ 441 mil millones

dando como positivo en la balanza comercial de 40,8 % esto le da para tener un envidiable PIB de \$39,4 mil millones. De los cuales el 20% esta con exportaciones de maquillaje y productos cosméticos, esto genera que el país de las pasarelas de la moda más importantes del mundo, tiene un acuerdo comercial con Francia con la industria de la belleza mundial (OEC, 2018).

Logística comercial europea

La logística es un procedimiento importante dentro de la comercialización ya que tiene como finalidad la prevención, organización y control del flujo de materiales (materias primas, productos semielaborados y productos totalmente terminados), esto desde el aprovisionamiento hasta la llegada al consumidor final.

En cuanto a la logística que maneja la Unión Europea y Colombia se tiene una política común de transporte, la cual se ha orientado hacia el desarrollo homogéneo, común y coherente de los distintos medios de transporte y en la utilización eficiente de cada uno de ellos. El desarrollo de la infraestructura de transporte ha permitido establecer una red única multimodal que integra los modos terrestre, marítimo y aéreo en todo la Unión Europea, permitiendo así la fácil y rápida circulación de bienes y personas entre los estados miembros, asegurando conexiones internacionales.

Tabla 18.

Conectividad entre la Unión Europea y Colombia

Acceso Aéreo	Tiempo de transporte a aeropuertos
900 rutas	1. Madrid: 9 H y 50 Min
22 aerolíneas	2. Frankfurt: 10 H y 55 Min
145 ciudades	
Acceso Marítimo	Tiempo de transporte a aeropuertos
670 rutas	
13 navieras	1. Barcelona: 22 días
5 consolidadores	2. Hamburgo: 14 días
97 puertos	

Nota. Tabla construida a partir de la información encontrada en la ruta para exportar a Europa (Procolombia, 2015)

La conectividad que se tiene al momento de exportar productos a la Unión Europea radica básicamente en dos tipos de acceso (aéreo y marítimo). En cuanto al acceso aéreo, actualmente la oferta de este tipo de transporte de carga cuenta con más de 900 rutas aéreas, directas y con conexión, operadas por 22 aerolíneas, que tienen acceso a 145 ciudades y el acceso marítimo cuenta con un oferta con más de 670 rutas directas y con conexión prestadas por alrededor de 18 navieras y consolidadores de carga que recalcan en aproximadamente 97 puertos.

Canales de distribución

El canal de distribución hace referencia al medio que se usa para llevar el producto desde el fabricante hasta al consumidor final, esta distribución puede ser directa (venta directa al consumidor final) o indirecta (el producto pasa por varias manos antes de llegar al consumidor final).



Figura 1. Figura creada a partir de la información encontrada en la ruta para exportar a Europa (Procolombia, 2015)

Los canales ideales para el sector cosmético son las tiendas especializadas de belleza, tiendas naturistas, en donde los productos cosméticos colombianos no tienen la competencia de las grandes marcas que dominan el mercado de igualmente agentes e importadores son una buena puerta de entrada a las droguerías, que por lo general no importan directamente y que quieren ampliar su oferta de productos.

Para tener un panorama claro y consolidado de la información de los países europeos, es importante revisar detalladamente el valor exportado por Colombia a los países seleccionados, de tal manera que se pueda definir el mercado para la introducción de cosmética natural colombiana.

Tabla 19

Exportaciones de Colombia a los países seleccionados de Europa

Importadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018
Reino Unido	47	0	3	1	6
Francia	2	2	4	0	0
Italia	110	76	44	25	0
Bélgica	0	0	0	0	0

Nota. Tabla construida a partir de los datos tomados de TradeMap 2020.

Las exportaciones de cosméticos han registrado una disminución en los últimos cinco años, puede ser por varias razones en las cuales podemos encontrar la incertidumbre de la salida de Reino Unido del Brexit ya que para el 2014 se exportaban 47 millones de dólares y en el 2018 se pasó a realizar exportaciones por el valor de 6 millones de dólares, esta incertidumbre no solo puede generar para que los inversionistas retiren su capital y que eviten tener relaciones con este país, sino que las medidas arancelarias pasan a tener un término más alto en porcentaje y la ganancia ya no sería la misma para el producto, si bien en los cuatro países analizados todos tienen una alta participación de cosméticos naturales en el consumo, si bien la tendencia de exportaciones de cosméticos naturales en el Reino Unido tiene una baja año tras año el 31 de enero de 2020 se ejecuta la decisión, pero tres años atrás por medio de referendo el Reino Unido decidió abandonar la Unión Europea. Pero el que el Reino Unido decida abandonar un tratado que tiene una vigencia desde 1973 y que está conformado por 28 países genera incertidumbre tanto en habitantes como en inversionistas, es el tratado que está vigente por más de cuatro décadas, encabezado por el primer ministro David Cameron en el 2015, termina con las llamadas cuatro libertades de fundamentales (la libre circulación de trabajadores, mercancías, servicios y capitales) aunque esta decisión tiene como base y primer criterio el control de las fronteras para evitar el ingreso de migrantes y recuperar el control, aunque esta era la primera razón el Reino Unido genera una inestabilidad en su economía y se evidencia en las exportaciones de cosméticos de Colombia.

Teniendo en cuenta esta razón el Reino Unido tiene que realizar un pago de unos 39.000 millones de libras (casi US\$50.000 millones) a la Unión Europea. Esto por los compromisos que

se tenían en el tratado, teniendo en cuenta que no fue de máxima importancia el tema de la economía para el Reino Unido y genero una perdida en la economía este país no es tenido en cuenta para las exportaciones de cosméticos colombianos (BBC News Mundo, 2020).

Si bien Colombia tiene un tratado de libre comercio con la Unión Europea en Francia se tiene una participación baja de los productos de cosmética colombiana, en el año que más se llegó a realizar exportaciones de esta industria fue en el 2016 con 4 millones de dólares, entre el año 2014 y 2015 se exportaron dos millones de dólares en cada año. Aunque Colombia años atrás tenía una participación mayor de cosmética colombiana en Francia en el 2013 la Unión Europea alcanzo US\$47.964,4 millones como los podemos ver en la siguiente tabla:

Tabla 20

Principales proveedores para la unión europea

Importadores	% exportado en 2013
Francia	19%
Alemania	17%
Reino Unido	9%
Italia	7%
Países Bajos	6%
Bélgica	6%
EE. UU	6%
Polonia	5%
España	5%
Suiza	3%
Otros	19%

Nota. Tabla construida a partir de la información encontrada en Procolombia s.f.

Colombia generaba a tener exportaciones en Francia de 9,11 millones de dólares a tener cero en el 2018, esto se debe a que Francia genera un maquillaje de calidad de exportación y de alta calidad que no tenemos la tecnología ni infraestructura para competir con el producto de Francia.

Para los cosméticos Colombianos tenían una participación de 110 millones de dólares en el 2014, cifra que para el 2015 bajo a 76 millones de dólares, para el 2016 sigue disminuyendo y baja a 44 millones de dólares y para el 2017 llega a 25 millones de dólares, este valor llega a cero en sus exportaciones de la industria cosmética para el 2018 y tiene un escenario parecido con la industria de Francia.

Francia e Italia son potencia en moda y esta misma va ligada a la industria de la cosmética, Colombia no está preparada para competir con estos productos y las barreras en cuanto a calidad del producto lo genera el mercado que consume con más responsabilidad los productos cosméticos.

Teniendo en cuenta el análisis realizado, se evidencia una oportunidad de negocio con el ingreso del sector cosmético natural colombiano al mercado Belga, teniendo como ventaja el acuerdo comercial vigente entre Colombia con la Unión Europea ya que éste cuenta con beneficios que facilitarían el ingreso de productos a este país, a esto se suma la tendencia por el uso de cosmética natural en el mundo que cuenta con un crecimiento acelerado por la importancia que se le da al medio ambiente ya que al usar menos químicos en la fabricación de cosméticos se está ayudando al medio ambiente. Adicionalmente se tiene en cuenta el modelo de internacionalización planteado por Jordi Canals, el cual busca que las empresas por medio de tres etapas detecten oportunidades e ingresos monetarios en el exterior haciendo aprovechamiento de la globalización, primero teniendo exportaciones pasivas, segundo generando estudios más intensos para buscar alianzas estratégicas y seguras y por último lograr que las exportaciones sean muy consolidadas y se provoque un hábito de calidad para la empresa, el ingreso a este país considerado el más rico tecnológicamente hablando en la industria cosmética daría la oportunidad a futuro de ingresar a potencias como Francia e Italia en los cuales Colombia perdió el nivel de exportaciones que pudo tener en años como 2013 y 2014 por falta de calidad e innovación en sus productos.

Conclusiones

Con el desarrollo de la presente investigación, se identificó la importancia de los cosméticos en el mundo desde su llegada hace más de cien años, ya que esta industria es una de las de mayor crecimiento en el mercado, gracias a la alta comercialización y uso por parte de clientes siendo canal de distribución los laboratorios, farmacias, perfumerías, supermercados, profesionales de la salud, consejeros de belleza o autoridades sanitarias. . Dentro de las grandes marcas en el mundo se destacan Johnson & Johnson, Chanel, L’Oreal y Gillette.

En el primer capítulo se identificaron los principales países a los cuales Colombia exporta productos del sector cosmético, los cuales son Perú, Ecuador, México y Chile, durante los años 2014 al 2018 los países a los cuales tuvo un incremento en exportaciones fueron México y Chile. Por otro lado, en cuando a las importaciones recibidas por parte de Colombia durante estos mismos años fueron originadas desde México, Estados Unidos, Brasil y España; México apuntando en el 2018 con 154. 389USD a comparación de España con 34.572USD.

Gracias a la tendencia que se tiene por parte de los consumidores en cuanto al consumo y uso responsable de cosméticos fabricados a base de productos naturales y bajo contenido químico, se puede lograr una mayor participación de ingreso en este sector generando crecimiento a la economía colombiana ya que la gran mayoría de las empresas están optando por utilizar dentro de sus procesos internos y productivos recursos naturales para ayudar al medio ambiente, buscando ser amigables con ecosistema; es en ese proceso donde las compañías implementan diferentes estrategias de innovación y tendencia ya sea en la fabricación de sus productos, empaques y etiquetas haciendo uso razonable de los recursos, manteniendo la alta calidad dando a conocer al mundo la industria colombiana, con esto también se tiene apoyo del Programa de Transformación Productiva (PTP) del Gobierno de Colombia, tiene como meta lograr que al año 2032 Colombia sea reconocida como líder mundial en la producción y exportación de cosméticos elaborados y fabricados a base en ingredientes naturales.

Por otro lado analizando el movimiento de importaciones y exportaciones de cosméticos en el mundo, se logra descifrar que participación tiene Colombia en la comercialización de productos de este sector, evidenciando baja participación en algunos países de Asia y Europa, generando como resultado el descarte del mercado asiático, que aunque podría ser un mercado potencias no

se tiene ningún tipo de beneficio comparado con el que se tiene con la Unión Europea gracias al tratado de libre comercio firmado con Colombia, esto incentivando las exportaciones colombianas de productos cosméticos a los países que hacen parte de esta unión, dando mayor participación y reconcomiendo a los productores colombianos.

Finalmente al concluir el análisis de los países que hacen parte de la Unión Europea pero en los cuales Colombia no cuenta con participación de exportaciones en el sector cosmético natural, se evidenció que el ingreso de la cosmética natural a Bélgica es la mejor opción para el descubrimiento de un nuevo mercado, ya que no solo generaría un crecimiento en la economía sino que además aportaría en la infraestructura tecnológica de Colombia generando avances importantes, teniendo en cuenta que Bélgica es uno de los mayores generadores de infraestructura para esta industria cosmética.

Referencias

Botanique. Acerca de Botanique. (s.f). Recuperado de: <https://botanique.com.co/>

Chamorro, A. (2019). Tendencias, players y curiosidades del mercado asiático [Entrada de Blog]. Recuperado de: <http://beautyclusterbarcelona.com/es/blog/tendencias-players-curiosidades-del-mercado-asiatico/>

Colombia.com. ¿De qué se trata la tendencia de compartir maquillaje con desconocidos? (s.f). Recuperado de: <https://www.colombia.com/vida-y-estilo/moda-y-belleza/de-que-se-trata-la-tendencia-de-compartir-maquillaje-con-desconocidos-218293>

Colombia.com. Cinco emprendimientos de maquillaje y cosmética natural en Colombia. (s.f). Recuperado de: <https://www.colombia.co/marca-colombia/cinco-emprendimientos-de-maquillaje-y-cosmetica-natural-en-colombia/>

Dinero. (2015). ¿Por qué los cosméticos de compañías familiares francesas son tan poderosos en el mundo?. Recuperado de: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/las-companias-familiares-francesas-cosmeticos-mas-poderosas-del-mundo/214537>

Dinero. (2018). Así se mueve el negocio cosmético en el país. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/el-negocio-de-cosmeticos-y-productos-de-belleza-en-colombia/264421>.

El Tiempo. (2018). Industria del empaque, más amigable con el planeta. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/industrias-de-empaques-en-colombia-buscan-ser-mas-amigables-con-el-planeta-208124>

Embajada de la República Argentina en Indonesia. (2010). Mercado de cosméticos y productos de belleza en Singapur. Recuperado de: http://www.exportapymes.com/documentos/productos/RA5457_singapore_cosmeticos.pdf

Forero, D. (2015). 100 años de culto al maquillaje. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16393320>

Funds&Markets. Asia lidera las tendencias de belleza (s.f). Recuperado de: https://dirigentesdigital.com/hemeroteca/asia_lidera_las_tendencias_de_belleza-XUDD13635

Gobierno de España. (2017). Cosmética en Italia, un 'boom' industrial de medio siglo. Recuperado de: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2017735383.html?idPais=IT>

Godbout, D. (2015). Oportunidades de Negocio en Sector Cosméticos y aseo personal. Procolombia. Recuperado de: <https://procolombia.co/oportunidades-de-negocio-en-sector-cosmeticos-y-aseo-personal>

Gustavo, F. Empaques Cosméticos Amigables con el Medio Ambiente: un Dilema de la Industria (s.f). Recuperado de: https://www.news.hwgroup.com.ar/p_496/empaques-cosmeticos-amigables-con-el-medio-ambiente-un-dilema-de-la-industria.html

Grupo Boticario. Nuestra marca. (s.f). Recuperado de: <http://www.grupoboticario.com.br/es/actitudes-sustentables/Paginas/Inicial.aspx>

Jiménez, A. (2015). Las 10 marcas de belleza que más venden en el mundo. Recuperado de: <https://www.merca20.com/las-10-marcas-de-belleza-que-mas-venden-en-el-mundo/>

Martínez, J. (2016). El proceso estratégico de internacionalización de la empresa, teorías y propuestas para la dirección. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2016/libre-comercio/jamg2.pdf>

MinComercio. Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia y Perú (s.f). Recuperado de: <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/union-europea>

Morones, J., Alvarado, V., Flores, O., Villareal, J., Cantú, M., y Menchaca, D. (2015). Colorantes y pigmentos microbianos en la belleza cosmética. Revista digital universitaria UNAM, 16(4). Recuperado de: <http://www.revista.unam.mx/vol.16/num4/art32/art32.pdf>

Natura. Sobre Natura. (s.f). Recuperado de: <https://www.natura.com.co/>

OECD. Italia (s.f). Recuperado de: <https://oec.world/es/profile/country/ita/>

Portafolio. (2016). Estas son las firmas de cosméticos y aseo que lideran el mercado. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/estas-son-las-firmas-de-cosmeticos-y-aseo-que-lideran-el-mercado-499293>