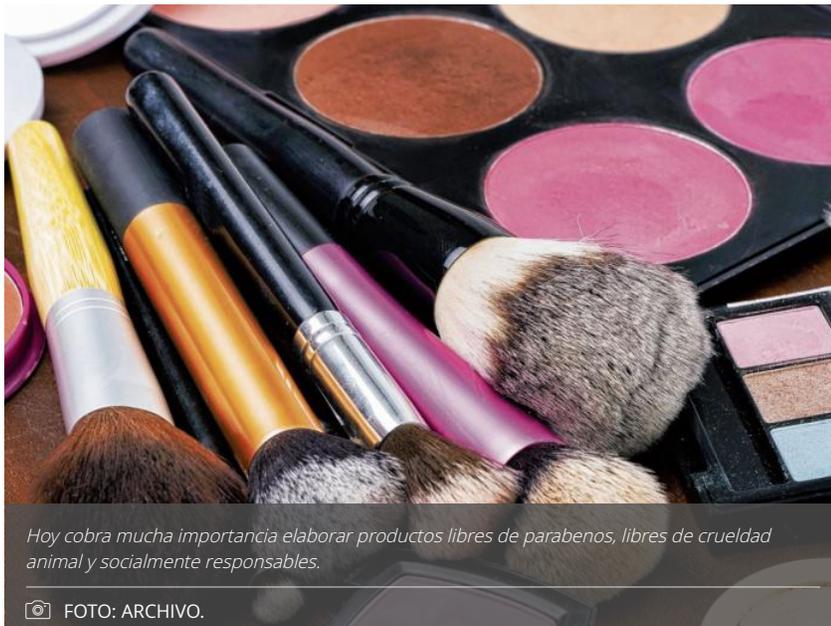


Cosméticos intransferibles y amigables son tendencia hoy

La nueva normalidad y la preocupación de los consumidores por el medio ambiente volcó la producción de las marcas a tecnologías eficientes.

	Facebook
	Twitter
	Linked In
	Enviar
	GUARDAR



Hoy cobra mucha importancia elaborar productos libres de parabenos, libres de crueldad animal y socialmente responsables.

FOTO: ARCHIVO.

POR: PORTAFOLIO

Luego de más de un año de pandemia, **donde los confinamientos y el cubrimiento del rostro siguen haciendo parte de la nueva normalidad, la industria cosmética se adaptó y ya tiene nuevas tendencias para este año.**

(Cosméticos, un mercado que vale en Colombia 3.280 millones de dólares).

El maquillaje amigable con el medio ambiente y los productos intransferibles, **a lo que se suma también la prevalencia de unos elementos sobre otros, se convierten en la apuesta de este sector, que ya experimenta un repunte.**

“La categoría de cuidado y belleza personal inicia de forma positiva el año 2021 con incrementos de su tamaño de mercado del 5,8% en enero y de 4,3%, en febrero”, explicó Juan Fernando Loaiza, especialista en investigación económica de Inexmoda.

Lo más leído

1. 'Este año podríamos comercializar 230.000 viviendas en el país'
2. Colombia superó las 300 muertes diarias por Covid este martes
3. Renunció el gerente de EPM, Alejandro Calderón Chatet
4. China intensifica guerra d declaraciones sobre origen del coronavirus
5. Muertes por coronavirus aumentan y bordean las 200 diarias
6. Entre enero y marzo, Dian recaudó \$40,93 billones e impuestos

(Bogotá, el gran centro de la industria cosmética colombiana).

Y es que cabe resaltar que de acuerdo con información de la Andi, **en 2020 el mercado de cosméticos experimentó una contracción de 6,3% respecto a 2019, por los cambios de hábitos derivados de las medidas para contener la propagación del coronavirus.**

Aunque lo ojos mantendrán su protagonismo, **pues son la parte del rostro que no requiere estar cubierta, los labiales, que el año pasado fueron una de las categorías más impactadas, seguirán siendo un elemento fundamental para las mujeres.**

“Este año tendremos labiales como el de 8 beneficios en un solo producto y continuaremos desarrollando la línea de larga duración, respondiendo a la tendencia presentada en la pandemia”, comentó María Adelaida Saldarriaga, gerente general del clúster Andino de Avon Colombia, Perú, Ecuador y Venezuela.

Asimismo, la tecnología No Transfer, que se basa en fórmulas que garanticen mayor duración y eviten rastros de color en los tapabocas, es una de las apuestas que ya ha sido fabricada por L'Oreal.

El equipo de esta organización resalta, además, que esta parte del portafolio ha tenido una acogida muy positiva entre los consumidores colombianos.

Y junto con estos, también hay un alto interés en productos para los ojos, la tintura del cabello, los esmaltes para uñas y todo lo relacionado con el cuidado de la piel.

Los datos de Inexmoda, **en los que se usa información del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), muestran que hubo una variación del 1,6% entre enero del 2020 (89,0) y el primer mes de este año (90,4) en el índice de ventas de cosméticos, que encuesta a las empresas del sector.**

En esta línea la mejora también se hizo evidente en el índice de producción, que creció 2,9%, pasando de 90,4 a 93,0 en el periodo anteriormente mencionado.

Además, **es importante tener en cuenta que en la última Encuesta Mensual de Comercio de la autoridad estadística, correspondiente al mes de enero, los artículos de aseo personal, cosméticos y perfumería registraron una variación en las ventas del 23,6%, con respecto al mismo mes de 2020.**

En diciembre del año anterior, la variación de la categoría cerró en -4%.

BELLEZA CONSCIENTE

De acuerdo con Loiza de Inexmoda, son cinco las tendencias que se presentan en la actualidad en la industria de maquillaje: **la salud como el nuevo lujo; la ética cosmética; la belleza limpia; los cosméticos amigables con el medio ambiente y la digitalización de los canales comerciales.**

Esta percepción es compartida por compañías como la colombiana, Cosméticos Bardot, que resalta que la tendencia más evidente es pensar en la salud y el cuidado del cuerpo

“Hoy cobra mucha importancia elaborar productos libres de parabenos, libres de crueldad animal y socialmente responsables”, explicó Tatiana Navarrete, directora de mercadeo de la marca.

Cromantic es otra de las empresas que se encuentran actualmente inmersas en el concepto de la belleza consciente y trabaja en tres líneas principales en este sentido.

Por un lado, **está el Clean Beauty, que se destaca por ingredientes no tóxicos y etiquetas transparentes; luego se encuentra el concepto de Green Beauty en donde sobresalen los derivados de plantas, una tendencia respetuosa con el medio ambiente; y por último The Natural & Organic Beauty, basada en ingredientes naturales.**

Finalmente, frente a estudios mundiales como el The Green Beauty Barometer, en el que el 55 % de las mujeres en Estados Unidos suelen leer las etiquetas de los productos, compañía proveedoras para la industria cosmética como Basf hoy se alinean también con estas demandas.

María Camila Pérez Godoy

[REPORTAR ERROR](#)

[IMPRIMIR](#)

Destacados

[NEGOCIOS](#)

[TENDENCIAS](#)

[MIS FINANZAS](#)

[OPINIÓN](#)



Siga bajando

PARA ENCONTRAR MÁS CONTENIDO



Nuestros Portales