



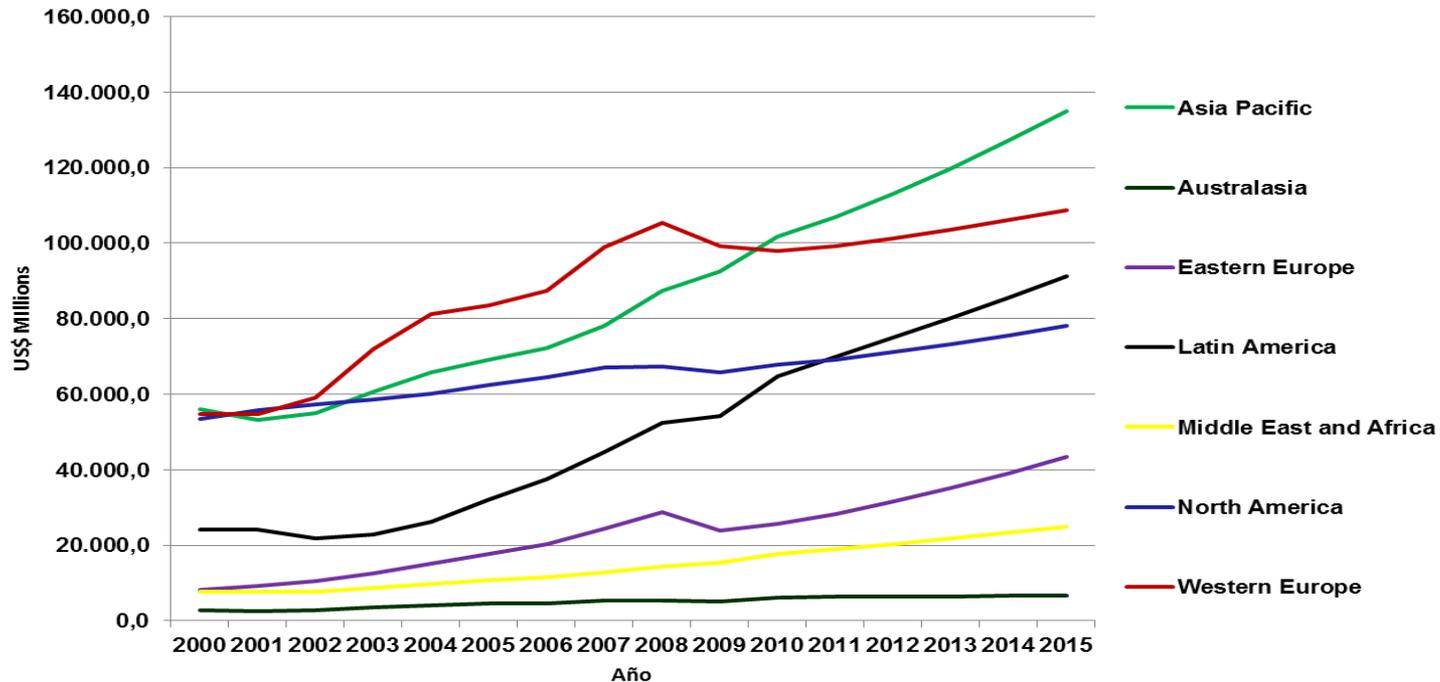
**Ministerio de Comercio
Industria y Turismo**

Sector de cosméticos y aseo – Oportunidades frente a los TLC's

SERGIO DIAZ-GRANADOS
Ministro

Cartagena, Agosto 16 de 2012

Latin America is the third Regional Market in Cosmetics

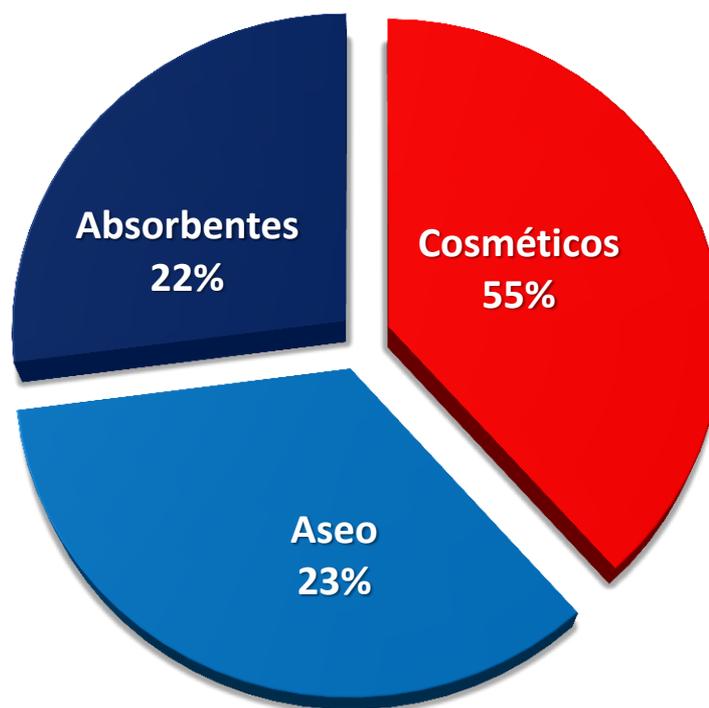


Fuente: Euromonitor, incluida la proyección 2011-2015

Colombia tiene acceso sin aranceles o tendrá en los próximos años a la mayor parte de mercados de Latinoamérica, Norteamérica, Unión Europea, EFTA y Corea con los TLC's negociados. Latinoamérica es el mercado de mayor crecimiento en el mundo.

COSMETICOS Y ASEO US\$ MILLONES			
AÑO	2.000	2.011	
PIB (Ex - Factory) Fuente: DANE, Cálculos ANDI	1.301	3.713	Casi 3 veces
MERCADO (A precios de mercado) Fuente: Euromonitor, Cálculos ANDI	2.644	6.107	2,3 veces
EXPORTACIONES (FOB) Fuente: DANE. No incluye las exportaciones hechas desde zona franca	113	842	7,5 veces
Tasa de Apertura Exportadora TAE (Porcentaje de la producción colombiana que se exporta) Fuente: DANE, Cálculos ANDI	8,6%	23%	2,6 veces
IMPORTACIONES (CIF) Fuente: DANE	74	601	8,12 veces
BALANZA COMERCIAL Fuente: DANE	(9)	246	De negativa a positiva
EMPLEO DIRECTO Fuente: DANE	19.759	29.188 a 2009	1,47 veces
EMPLEOS INDIRECTOS Fuente: Cálculos ANDI	56.000	81.726	1,47 veces
OPORTUNIDADES DE INGRESO Venta Directa, Esteticistas, peluqueros, etc. Fuente: WFDSA, Cálculos ANDI	350.000	1.000.000	2,85 veces

**Total Ventas: US\$6.107 millones
2011**



Fuente: Cámara de Cosméticos y Aseo ANDI

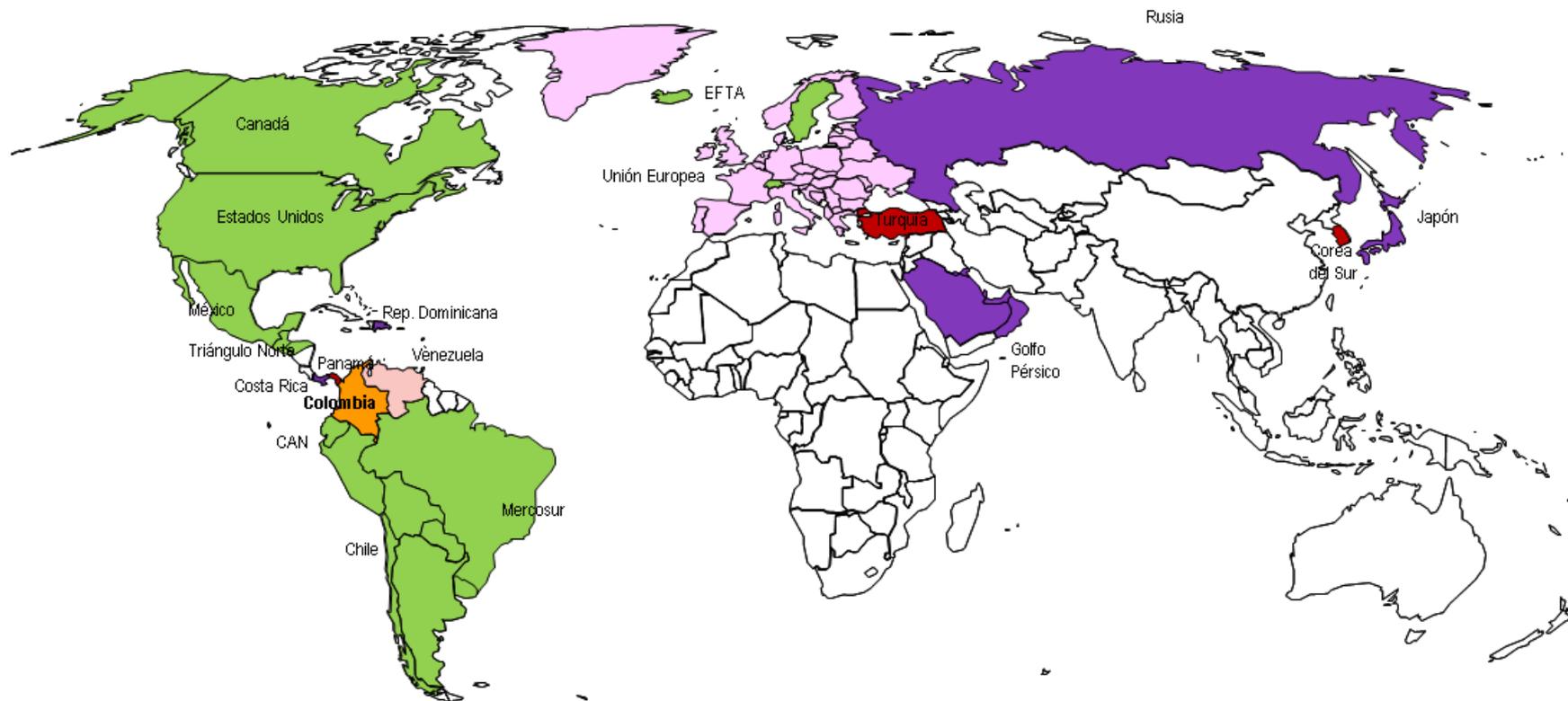
Exportaciones de Colombia

Cosméticos, Artículos de aseo, Absorbentes

Productos	Valor (US \$ fob)		Tasa de crecimiento (%)
	2010	2011	2011 / 10
Papel del tipo utilizado para papel higiénico y papeles similares	215.001.554	251.919.268	17,2
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los	146.981.669	182.737.264	24,3
Perfumes y aguas de tocador.	78.014.948	106.219.804	36,2
Preparaciones capilares.	73.739.291	95.260.257	29,2
Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras,	59.729.462	73.991.504	23,9
Agentes de superficie orgánicos (excepto el jabón); preparaciones tenso-activas	55.445.447	56.208.183	1,4
Preparaciones para higiene bucal o dental, incluidos los polvos y cremas para la adheren	38.466.060	38.560.244	0,2
Preparaciones para afeitar, desodorantes corporales, preparaciones para el baño	21.608.679	26.258.358	21,5
Betunes y cremas para el calzado, encáusticos, abrillantadores (lustres) para carrocerías	7.641.592	9.742.257	27,5
Ceras artificiales y ceras preparadas.	1.238.850	1.629.219	31,5
Total Sector	697.867.553	842.526.359	20,7

Fuente: DANE. Elaboró DIB-PTP.

Tratados de Libre Comercio vigentes, firmados, en negociación y futuros



 Vigentes: CAN, México, Chile, Mercosur, Triángulo Norte (excluido sector cosméticos y aseo), Estados Unidos, Canadá y Efta

 Firmados: Unión Europea y Venezuela

 En negociación: Panamá, Corea del Sur, Turquía e Israel

 Futuro: Costa Rica, República Dominicana, Rusia, Comunidad del Golfo y Japón

- Apertura de nuevos mercados:

EEUU: el TLC abre para Colombia el mercado más grande del mundo en bienes y servicios, con más de 308 millones de habitantes con un ingreso per cápita anual de US\$47.400 dólares. Para el caso de cosméticos un mercado cercano a los US\$63 billones, Aseo del hogar US\$20 billones y Absorbentes US\$28 billones.

En 2011 EEUU importó US\$11.000 millones en cosméticos y productos de aseo (Fuente: U Census).

Canadá: En 2010 Canadá realizó importaciones de cosméticos y aseo por valor de USD 5.056.599.314. (Fuente: Comtrade).

Países de la UE - 27: En 2010 los países de la UE 27 registraron importaciones de cosméticos y aseo por US\$ 51.051.688.721. TLC pendiente por entrar en vigor. (Fuente: Comtrade).

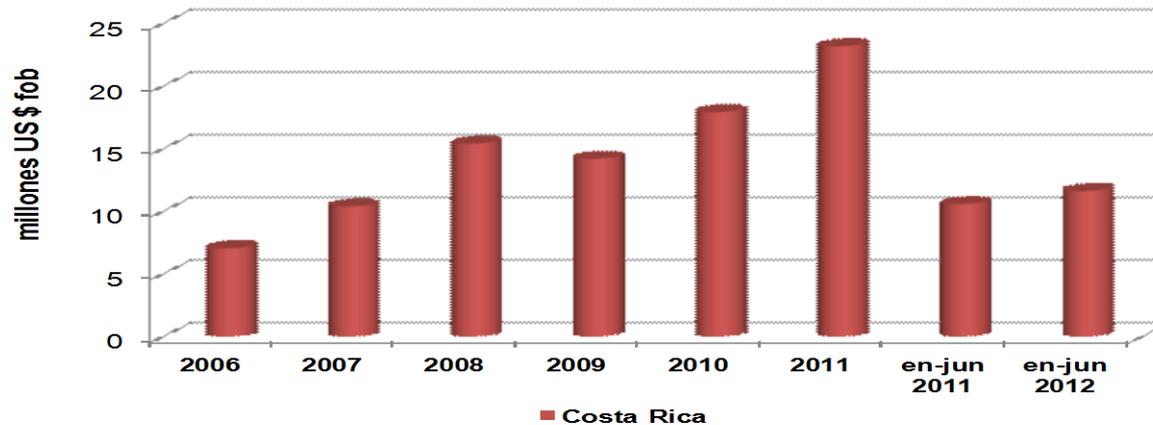
Corea: En 2010 Corea realizó importaciones de cosméticos y aseo por US\$ 1.775.793.011 (Fuente: Comtrade).

- Con las ruedas de negocios y la agenda comercial que se está implementando se espera:

MERCADO	EXPORTACIONES 2011 USD	META 2014 USD
EEUU y Puerto Rico	18.981.525	28.000.000
UE 27	6.468.863	9.000.00
Canadá y Corea	Mercados aún por conocer y explotar	

- Los TLC crean un marco normativo de largo plazo, facilitando la inversión nacional y extranjera en Colombia.
- Colombia cuenta con posición geográfica estratégica y con acceso preferencial a mercados como la CAN, México, los países de Mercosur, Canadá, EEUU, etc, por lo que Colombia se posiciona como un país interesante para muchas empresas que pueden atender esos mercados desde nuestro país.
- El sector de cosméticos y aseo se muestra como uno de los de mayor oportunidad para aumento de exportaciones y generación de inversión. Hoy adicionalmente, Colombia es un país más competitivo, más abierto al mundo, y con una agenda público privada en plena ejecución para convertirlo en un sector de Clase Mundial.
- Permiten abaratar el acceso a materias primas y ayudar a la modernización de nuestro sector productivo y a la optimización de costos.

Evolución de las exportaciones PTP al mercado de Costa Rica
Sector : Cosméticos y Aseo
millones de US \$ fob

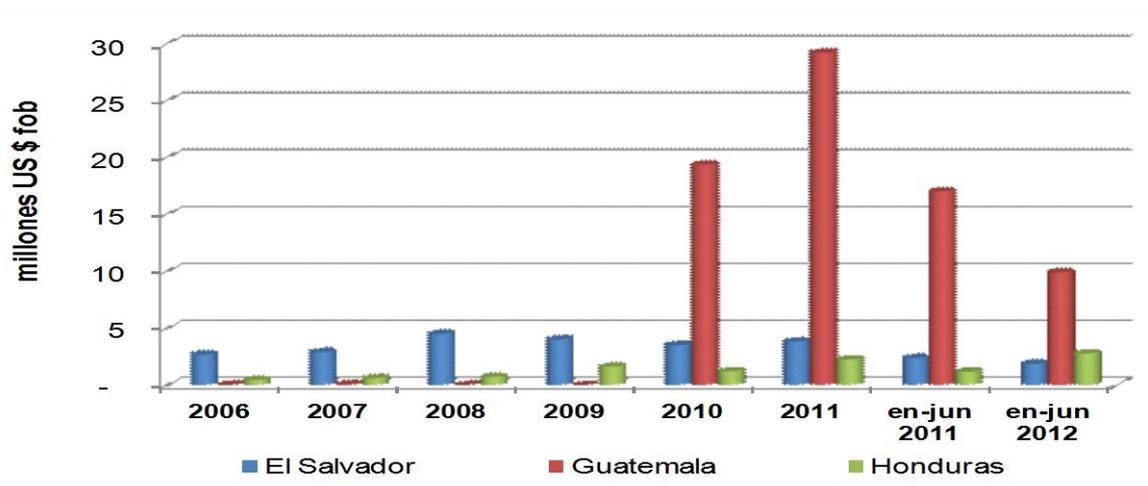


Fuente: DANE Elboró DIB-PTP.

En 2010 Costa Rica importó USD 257.320.287 en cosméticos y aseo. TLC en negociación en el momento, cuya firma incrementaría notablemente las exportaciones del sector puesto que la mayoría de partidas entran al país con 15% de arancel.

Fuente: Comtrade.

Evolución de las exportaciones PTP al mercado de Triángulo Norte
Sector : Cosméticos y Aseo
millones de US \$ fob



Fuente: DANE Elboró DIB-PTP.

En 2010 los países que conforman el Triángulo Norte importaron USD 835.289.864 en cosméticos y aseo. En este momento el Gobierno se encuentra en la profundización de este tratado para intentar incluir a sectores excluidos como el de cosméticos y aseo.

Fuente: Comtrade.

- *En estos 3 años se han invertido más de US\$ 300 millones en nuevas producciones, centros de distribución y ya hay 2 importantes empresas que han decidido colocar en el país sus centros de innovación y desarrollo.*
- **Belcorp:** Centro de investigación y desarrollo con una inversión de aprox. US\$10 mill y más de 200 investigadores.
- **Yanbal:** Inauguró en 2010 centro de distribución por US\$25 mill, aprox 350 empleos directos.
- **Henkel:** Nueva planta de producción por aprox US\$ 8 mill.
- **Procter and Gamble:** Inversión en 2010 en centro logístico en Antioquia por US\$ 25 mill y alrededor de 400 empleos directos y 800 indirectos. Adicionalmente, expandió su planta de producción de jabón líquido en Medellín con una inversión de US\$ 20 mill y generación de 50 empleos.
- **Avon:** Invirtió en 2010 US\$ 50 mill en centro de picking en Antioquia. 400 empleos.
- **Kimberly Clark:** Inauguró en Antioquia en 2012 su centro de innovación global con una inversión de US\$ 20 mill. También invirtió en nuevas líneas de producción e incremento de la capacidad actual en las diferentes plantas en Colombia por US\$13 mill y generación de 100 empleos.
- **CPL Aromas:** Aumentó la capacidad de su planta actual por US\$ 2.500.000.
- **Unilever:** Inversión en 2012 por US\$ 100 mill en construcción de una planta para la producción de detergentes en el Valle del Cauca. Generación de 500 empleos .
- Nuevas plantas de empresas nacionales como Hada, M y N, Scalpi, Sammy, Laboratorios CDE.

VISIÓN

En el 2032 Colombia será reconocida como un líder mundial en producción y exportación de cosméticos, productos de aseo del hogar y absorbentes de alta calidad con base en ingredientes naturales.

Para lograr esto Colombia:

- Será competitivo en **costos y en agilidad para producción**
- Ofrecerá **productos diferenciados por su calidad, sus propiedades benéficas y la inclusión de ingredientes tradicionales**
- Habrá desarrollado y difundido una reputación en calidad en producción y mercadeo de productos cosméticos y de aseo

Con base en esta estrategia, Colombia quintuplicará el tamaño del sector hasta llegar a producir al menos US\$ 15.4 mil millones, y multiplicará sus exportaciones al menos 7.0 veces hasta llegar a exportar el 27% de su producción .

2007 Enfocarse en el mercado regional

2009-2012

Ingresos 3.3
Empleo 24.0
Exportaciones 0.6

5.1
27.1
0.8

Centroamérica



Rep. Dominicana



México



Venezuela



Ecuador



Perú

Enfoque de mercado

Principales Productos

- Productos de alta calidad y competitivos en precio en:
- Aseo personal y del hogar
 - Pañales e higiene femenina
 - Maquillaje, color y tratamiento

Fortalecer la posición de líder regional

2013-2019

7.4
32.6
1.2



Chile



Argentina



España



Brasil

- Productos con valor agregado orientados a consumidores selectivos en:
- Maquillaje, color, tratamiento y aseo personal
 - Pañales e higiene femenina

Sobresalir en el mercado global

2020-2032

15.4 US\$ Miles de millones
46.7 Miles de empleados
4.2 US\$ Miles de millones



EE.UU.



Europa

Australasia

- Productos diferenciados para consumidores que buscan ingredientes y empaques naturales en:
- Maquillaje, color y tratamiento

CAPITAL HUMANO	NORMATIVIDAD	FORTALECIMIENTO DE LA INDUSTRIA	PROMOCIÓN
Diplomado en Mercadeo Internacional	Automatización en Invima de las Notificaciones Sanitarias Obligatorias (NSO)	Financiación por \$500 mill de Colciencias para montaje de sistemas de innovación en 12 pymes del sector	Asistencia de aprox 70 empresarios en 2011 a Beyond Beauty, In Cosmetics, HBA y Cosmoprof. Bologna. Asistencia a Macrorrueda de Brasil, México y Triángulo Norte.
Convocatoria permanente en idiomas SENA	Automatización en Invima de los CLV's para el sector y ampliación de su vigencia de 1 a 10 años.	Convenio de cooperación con Cosmetic Valley para colaboración en I+D	Asistencia en 2012 de 38 empresarios a In Cosmetics Barcelona, Cosmoprof Las Vegas y Macrorrueda New York.
Certificación con SENA en BPM	Construcción y aprobación del Conpes 3697 para el uso sostenible de la biodiversidad	Diplomado en Innovación con Universidad Javeriana y Adolfo Ibáñez de Chile	Estudio de mercado de cosméticos en Canadá
Certificación I Speak	Creación de incentivo con Colciencias para montaje de Centros de Innovación y Desarrollo Tecnológico.	Creación de "Centro Red para la Innovación": Articulación entre oferta y demanda en I+D	Rueda de compradores internacionales y Rueda de Envases y Empaques 2012 en Feria Belleza y Salud.
	Reglamentación Decisión Andina 391 para acceso a recurso genético	Creación de Biocorredor en Biocosmética y productos de aseo en Manizales	Macrorrueda en Los Angeles, México y Barranquilla
	Creación de la Subdirección de Cosméticos y Aseo del Invima	Creación de la Empresa Nacional de Bioprospección	Estudio de mercado de EEUU específico para un Edo, nicho y canal.
	Acuerdo de Reconocimiento Mutuo con Chile	Creación de Fondo de Fondos de Capital para empresas de base biotecnológica	

Logros

Gestión en camino

- Capital humano especializado en uso sostenible de la biodiversidad y biotecnología.
- Reglamentación de la Decisión Andina 391 de Acceso a Recurso Genético.
- Infraestructura de laboratorios y buenas prácticas en ensayos para insumos de la industria.
- Puesta en marcha de la Dirección de Cosméticos y Aseo del Invima.
- Impulso al tema de innovación dentro de las empresas del sector, para ofrecer ideas y productos innovadores , que se diferencien en los mercados.
- Acompañamiento a los empresarios en misiones comerciales, ferias, macrorruedas que les permitan conocer las tendencias de los nuevos mercados, hacer contactos comerciales y abrir expectativas de negocio.