

Cosmética natural en Eslovaquia

A. CIFRAS CLAVE

Las ventas de productos de belleza y cuidado personal en Eslovaquia continúan creciendo gracias al aumento de la demanda impulsada por la fortaleza de la economía. El sector de los cosméticos es muy dinámico, ya que a los consumidores eslovacos les gusta ir a la moda y probar nuevos productos. No obstante, comparado con otros países europeos, el subsector de los cosméticos naturales es relativamente nuevo.

El mercado de la cosmética general está saturado y dominado por grandes marcas internacionales, pero en el caso de los cosméticos naturales, se encuentran diversidad de marcas de menos facturación y notoriedad, presentándose así una oportunidad interesante para las empresas españolas del sector.

Indicador	2022
Población (habs.)	5.459.781
Superficie	49.034 km ²
Ventas sector belleza y cuidado personal	81 MEUR
Exportaciones españolas de cosmética general (2021)	12 MEUR
Valor del mercado de la cosmética natural	11 MEUR
Cuota de mercado de la cosmética natural	13,5 %
Crecimiento medio interanual cosmética natural (2017-2021)	10,1 %

Fuente: Elaboración propia con datos de Euroestacom.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

En la siguiente tabla se muestran las partidas arancelarias del Sistema Armonizado tomadas como referencia a la hora de analizar la balanza comercial de Eslovaquia en este sector. Se excluyen de este estudio las partidas referentes a los perfumes y las fragancias, al no tener especial relevancia dentro del nicho de la cosmética natural.

Código (HS)	Descripción
33 04	Preparaciones de belleza, de maquillaje y para el cuidado de la piel
33 05	Preparaciones capilares
33 06	Preparaciones para higiene bucal o dental
33 07	Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética
34 01	Jabón

Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat.

Cabe destacar que con el término "natural" se pretende englobar todos los productos cosméticos que indiquen en su etiqueta las palabras "natural", "vegano", "ecológico", "orgánico" o "bio", sin poseer necesariamente una certificación que lo acredite.

B.2. Tamaño del mercado

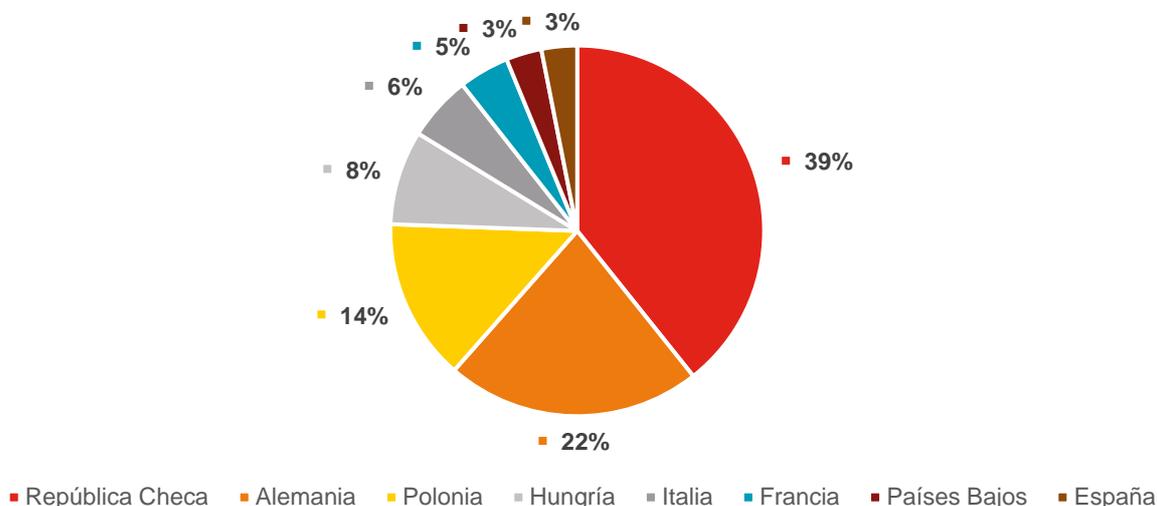
Como se puede apreciar en A. Cifras clave, Eslovaquia tiene una balanza comercial positiva en el sector de la cosmética general. Para los productos ecológicos o naturales, no es posible una delimitación arancelaria, pues el arancel los agrupa en las mismas partidas que sus productos homólogos sin diferenciar su condición, de manera que no es posible obtener información estadística de su comercio exterior a partir de los registros aduaneros. Observando el mercado, se puede ver diversidad de mercaderías extranjeras en el subsector de los cosméticos naturales, y la mayoría son de origen europeo.

En el siguiente gráfico se muestra la cuota de mercado por países de origen de las importaciones generales, de lo que se puede deducir que el subsector de cosméticos naturales tendrá una estructura parecida.

Los principales países proveedores de cosméticos de Eslovaquia en orden de valor son: República Checa, Alemania, Polonia, Hungría, Italia, Francia, Países Bajos, con España en el 8.º lugar.

DISTRIBUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES GENERALES DE COSMÉTICA, POR PAÍSES DE ORIGEN

En porcentaje sobre el total, en valor



Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostatcom.

En la siguiente lista, se enumeran los cosméticos naturales encontrados con más frecuencia, aunque el mercado alberga una amplia gama de productos:

- Cremas y mascarillas para el rostro
- Cremas y lociones para el cuerpo
- Champús, acondicionadores y mascarillas para el cabello
- Pintalabios, sombras de ojos y polvos de maquillaje
- Aceites hidratantes
- Productos de cuidado e higiene infantil
- Pastillas de jabón y champú
- Desodorantes

También cabe destacar la presencia de artículos, relacionados con los detallados en lista, que sustituyen el plástico por otros materiales más respetuosos con el medio ambiente, como accesorios para el cabello, cepillos de dientes y brochas de maquillaje.

El perfil sociodemográfico de los consumidores de cosméticos ecológicos corresponde a residentes de ciudades de más de 200.000 habitantes. Los hogares formados por personas jóvenes son más propensos a utilizar cosméticos naturales, especialmente los de menores de 29 años, donde los productos ecológicos llegan a uno de cada dos hogares. En el otro extremo, las personas mayores de 60 años son las que consumen estos productos con menos frecuencia.

B.3. Principales actores

Los grandes conglomerados internacionales L'Oréal, P&G o Henkel dominan el mercado general de los cosméticos y el cuidado personal en Eslovaquia. En cuanto a la cosmética natural, pueden destacar marcas de estas compañías como Garnier BIO (L'Oréal), Native (P&G) o Nature Box (Henkel).

Al ser un sector relativamente nuevo en el país, las marcas no están asentadas, como ocurre en la cosmética tradicional, donde el mercado está bastante saturado. En el mercado hay también marcas locales como **Ziaja**, **Noili** o **Malinna**. En cuanto a maquillaje, cabe destacar las marcas eslovacas **Elevine Cosmetics** y **Gabriella Salvete**.



C. LA OFERTA ESPAÑOLA

En términos de valor, España es el 8.º país europeo de donde más cosméticos importa Eslovaquia, con un valor en 2021 de casi 12 millones de euros. Específicamente en cosmética natural, no se aprecian muchas marcas españolas en el mercado eslovaco. En algunos comercios *online* se pueden encontrar la marca española **Babaria**, los productos capilares de la gama Decode Zero de **Montibello** y la gama natural de **Instituto Español**. Estas marcas suelen acceder al mercado mediante un distribuidor o representante eslovaco. La procedencia de los cosméticos naturales suele ser nacional, francesa o alemana. Muchas veces se emplea un nombre de marca en francés, aunque la compañía no lo sea, ya que los cosméticos de este país se asocian a la calidad.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

En el último año, la frecuencia de compra de estos productos ha aumentado un 10 % y el gasto un 6 % y, aunque no se ofrecen cifras concretas, se espera que el mercado siga creciendo a gran velocidad. A la hora de analizar las oportunidades, hay que tener en cuenta varios aspectos.

Por una parte, la creciente tendencia entre los consumidores eslovacos hacia una vida más ética, donde destaca la preocupación por el impacto medioambiental de sus acciones. Por otra, al no haber una regulación europea que concrete los requisitos que deben cumplir los cosméticos naturales, es un poco difícil para el consumidor identificar a los productos como tales. Hay entidades privadas como **Ecocert** o **Cosmebio** que expiden certificados para estos productos, pero sus logos no son reconocidos por el consumidor.

Para triunfar en este sector, el producto ha de prescindir del plástico y tener un buen embalaje compuesto de ingredientes naturales o reciclados. Los colores más asociados a los productos naturales son las tonalidades verdes y marrones, por lo que es interesante emplearlas en el empaquetado. Como no hay un logotipo para identificar a estos productos, es importante que se destaque el porcentaje de ingredientes naturales en la etiqueta principal, así como sus principales características, si se posee evidencia científica de ello (hipoalergénico, vegano...).

Por último, es importante tener una página web en eslovaco y/o inglés a la que los consumidores puedan acudir a informarse de las características de los productos. En este aspecto, también puede ser útil tener presencia en pequeños distribuidores *online* en un primer contacto con el mercado eslovaco, para que la marca vaya estando presente en la mente de los consumidores antes de adentrarse en la distribución física.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

El principal canal de venta de los cosméticos orgánicos son las **droguerías y parafarmacias**, con casi uno de cada cuatro compradores adquiriéndolos en este canal y generando cerca de las dos terceras partes del valor total de la categoría. El segundo canal en términos de valor son las **tiendas locales**, que han aumentado significativamente las referencias de este tipo de productos en sus lineales. También es bastante relevante en este sector el canal *online*, canal significativo a lo largo de los años y que ha reforzado su posición gracias a la pandemia.

Las cadenas de droguería más populares del país son la alemana **DM** y la eslovaca **Teta**. Otros establecimientos importantes de salud y belleza son **Douglas** y **Notino**. **Lidl** también tiene una gran cuota del mercado de las tiendas de descuento y su línea de cosméticos naturales es bastante popular en Europa.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Como país miembro de la Unión Europea, Eslovaquia ha adaptado su marco legislativo en materia de cosmética y belleza a la normativa comunitaria. Así pues, el sector estará regulado por el Reglamento (CE) n.º 1223/2009, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de noviembre de 2009, sobre productos cosméticos. Si los productos se



han aprobado en España siguiendo el Reglamento, no se requerirán acciones más allá de su registro en el Cosmetic Products Notification Portal ([CPNP](#)) de la UE antes de introducirlos en el mercado.

Desde su incorporación a la UE, la legislación eslovaca relativa a las importaciones provenientes de otros Estados miembros es la plasmada en la normativa comunitaria y, por lo tanto, las exportaciones españolas de este tipo de productos no están sujetas a ningún tipo de adaptación, impedimento o certificación adicional a las ya existentes en España. Tampoco estarán sujetas a ningún tipo de aranceles ni limitaciones de cantidad para el sector en el país receptor, por lo que no se dificulta el acceso al mercado con ningún tipo de obstáculo especial que tener en cuenta para su venta. En cuanto a su comercialización, y al igual que ocurre en España, el impuesto aplicable al producto es el IVA (20 %).

E.3. Ferias

Eslovaquia cuenta con una feria dedicada exclusivamente al sector de la cosmética:

- [INTERBEAUTY](#) (Bratislava, febrero/octubre, periodicidad: dos veces al año)

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

F.1. Asociaciones y otras fuentes de información

- [Market Overview for Beauty & Cosmetics Industry](#)
- [Cosmetic Products Notification Portal \(CPNP\)](#)
- [List of Beauty & Personal Care Companies in Slovakia](#)



G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Bratislava** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Eslovaquia**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Eslovaquia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Hviezdoslavovo námestie 15
811 02 Bratislava, Eslovaquia
Teléfono: +421 254 415 730
Email: bratislava@comercio.mineco.es
<http://eslovaquia.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

Bárbara Machado Iboleón

Oficina Económica y Comercial
de España en Bratislava
bratislava@comercio.mineco.es
Fecha: 29/11/2022

NIPO: 114-22-016-9

www.icex.es

