

EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y PERFUMERÍA EN BOLIVIA

2024

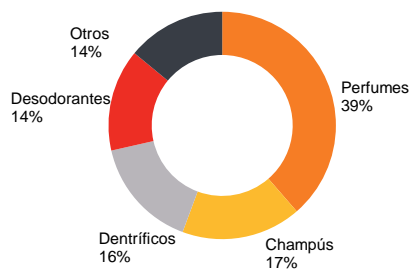
Definición del sector

Productos	Aceites esenciales, perfumes; maquillaje; preparaciones capilares, higiene bucodental; para antes y después del afeitado; desodorantes; y preparaciones de baño	Principales regiones	Cochabamba, La Paz, Sta. Cruz de la Sierra
Categorías	33.01.; 33.03.; 33.04.; 33.05.; 33.06.; 33.07.	Principales productos demandados	Perfumes y fragancias, productos de cuidado del cabello y cosméticos

Comercio exterior

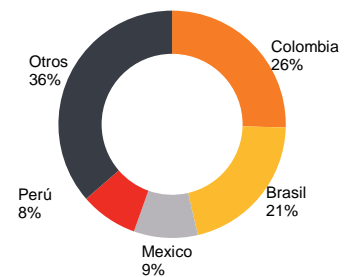
Principales productos importados

2023



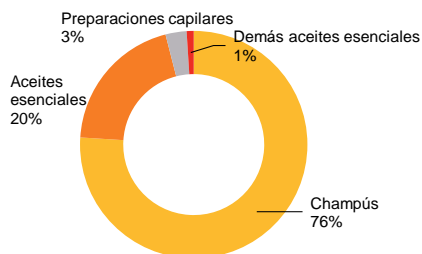
Principales países proveedores

2023



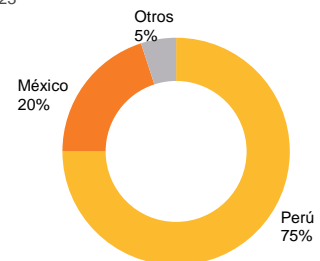
Principales productos exportados

2023



Principales países clientes

2023



Demanda

- Es importante conocer que la sociedad boliviana cuenta con unos niveles socioeconómicos menores que en otros países. De esta manera, el 73 % de la población vive con unos ingresos mensuales que no superan los 600 dólares.
- A la escasez de ingresos se le suma la subida de los precios de la cesta familiar, es por ello por lo que los consumidores no tienen finalidad a las marcas, sino que se guían más por las ofertas, la utilidad del producto y tienden a buscar sustitutos más asequibles o migrar hacia el mercado informal donde pueden encontrarse productos falsificados y de contrabando a mejores precios.
- De esta manera, se prescinde más de productos *Prestige* y *Premium* y se accede a aquellos productos necesarios y del segmento *mass*.

Precios

Datos en euros

Datos recogidos en junio de 2024



EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y PERFUMERÍA EN BOLIVIA

2024

Percepción del producto español

- Buena percepción del producto español. España es el principal proveedor de productos de cosmética y perfumería fuera de la región y es el quinto mayor proveedor de Bolivia.
- Existe presencia de empresas españolas dentro del sector que llevan exportando productos españoles a Bolivia desde hace años como pueden ser **Babiera**, **Heliocare**, **Laboratorios Isdin**, **Laboratorios Babé**, etc.
- Latinoamérica sigue siendo un destino preferido para las exportaciones españolas, y no es distinto en el caso del mercado de la cosmética y la perfumería; según STANPA, en el año 2022 aumentaron un 50 % las exportaciones de cosméticos y perfumería a LATAM y suponen un total del 12 % de las exportaciones de este sector.

Canales Distribución

Tiendas de barrio	Es el principal canal de distribución del sector, aglutinando un 28,4 % de las compras de perfumería y cosméticos que se realizan. Tienden a tener unos precios algo más bajos que los supermercados y en algunos casos tienen acceso a productos de contrabando.
Especialistas en salud y belleza	Es el segundo canal de distribución más importante según el porcentaje de ventas, en este caso un 13,6 %. Suelen ofrecer productos Prestige o premium, mientras que los mass products son normalmente más vendidos en las tiendas de barrio.
Farmacias	Pese a su poco peso dentro del mercado boliviano de perfumería y cosméticos, solo un 3 %, las farmacias tienen especial relevancia para aquellos productos más específicos como las cremas de protección solar y productos para la piel.

Perspectivas del sector

- Entre las debilidades del sector se encuentran la poca seguridad jurídica presente en el país, la actual crisis de divisas que está socavando la importación y el acceso a dólares y la incoherente regulación jurídica.
 - En cuanto a las amenazas existentes están, por orden de importancia, la falsificación y el contrabando y la alta competencia con países vecinos como Perú.
 - Sin embargo, también existen fortalezas como la pertenencia a la CAN y la reciente adhesión al Mercosur, que potenciarán el sector; la estabilidad del sector en los últimos años incluyendo en 2020 con la crisis de la pandemia global del COVID 19; y el desarrollo de una industria local que está permitiendo el acceso a los productos básicos y satisfaciendo la demanda interna
- Destaca en mayor medida la gran percepción del producto español y la posición de España como proveedor en el mercado.
 - La creciente tendencia hacia productos naturales, sin químicos y considerados *cruelty free* que está presente en el mercado de cosméticos y perfumería a nivel global y que todavía es considerado un nicho de mercado en el país puede suponer una ventaja competitiva para aquellas empresas que ya tengan una línea de productos naturales para exportar.
 - Por último, la ausencia de barreras lingüísticas en el caso de empresas españolas facilita la capacidad de hacer negocios y de exportar sus productos tanto al mercado boliviano como al resto de países de habla hispana de la región.

Información práctica

Ferias	Asociaciones	Otras direcciones de interés
CosmoBeauty Bolivia https://cosmobeautybolivia.com/	Cámara Nacional de Comercio https://www.cnc.bo/	Ministerio de Salud y Deporte https://www.minsalud.gob.bo/
Feria Internacional de Cochabamba https://feicobol.com.bo/calendario_de_talle/fic-2024	Cámara Nacional de Industria, Servicios, Comercio y Turismo de Santa Cruz https://www.cainco.org.bo/	Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud https://www.agemed.gob.bo/
Feria Internacional de Sta. Cruz https://fexpocruz.com.bo/	Cámara Nacional de Industria https://www.cni.bo/	Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) http://ibce.org.bo/

Más info [Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Pedro Antonio Rodríguez Fernández
05 de agosto de 2024
La Paz

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Paz
<http://bolivia.oficinascomerciales.es>

Editado
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

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.