



INFORME
DE FERIA

2023



BEAUTYEXPO & COSMOBEAUTÉ

Kuala Lumpur
27 – 30 de septiembre de 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Kuala Lumpur

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.



INFORME
DE FERIA

03 de noviembre de 2023
Kuala Lumpur

Este informe ha sido realizado por
Úrsula Coca Burgos

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Kuala Lumpur

<http://malasia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-23-015-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
3. Tendencias y novedades presentadas	11
4. Valoración	13
5. Anexos	15
5.1. Otros enlaces de interés	15





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica



BEAUTYEXPO & COSMOBEAUTÉ LOGO 2023

Fechas de celebración	27 de septiembre de 2023 – 30 de septiembre de 2023
Fechas de la próxima edición	2 de octubre de 2024 – 5 de octubre 2024
Frecuencia	Anual (esta ha sido vigésimo primera edición de BeautyExpo y la 18. ^a de Cosmobeauté en Malasia)
Lugar de celebración	Kuala Lumpur Convention Centre (KLCC) Jalan Pinang, Kuala Lumpur City Centre, 50088 Kuala Lumpur.
Horario	De 10.00h a 19.00h, cada día.
Precio de entrada	Gratuita para los visitantes
Precios del espacio para expositores internacionales	Espacio vacío: (mínimo 18 m ²): 360 USD/m ² Espacio amueblado: (mínimo 18 m ²): 390 USD/m ² Espacio <i>premium</i> amueblado: (mínimo 18 m ²): 410 USD/m ²
Sectores representados	Productos de belleza Perfumería



Cosmética
Artículos de higiene personal
Cuidado del cabello
Cuidado de la piel
Productos y equipamiento para salones de belleza (B2B)
Productos y equipamiento para Spas y centros de bienestar
Packaging para productos
Suplementos alimentarios
Centros de formación

Organizador del evento

[Informa Markets Malaysia Sdn Bhd](#)

Suite 5-01, Level 5, Sunway VISIO Tower, Lingkaran SV,
Sunway Velocity, 55100 Kuala Lumpur, Malaysia

Tel: +60-3-9771-2688

Mail: sharon-siak@informa.com

2. Descripción y evolución de la Feria

Este evento combinó la realización de dos ferias, Cosmobeauté y BeautyExpo, ambas dedicadas al sector de la cosmética y el cuidado personal. Ambas ferias se agruparon por primera vez en 2022 debido a la necesidad de restaurar la confianza de la industria de la belleza y el cuidado personal tras su última edición realizada en el año 2019 antes de la pandemia. Así, la agrupación de ambas ferias permitió una reducción de los costes relacionados con la publicidad y propios del evento, convirtiendo este evento en el mayor encuentro de compradores y proveedores de la industria de la belleza y la cosmética en el país. La 21.^a edición de BeautyExpo en Malasia y la 18.^a de Cosmobeauté en el país fueron recibidas positivamente por el público, con una afluencia y datos cualitativos que se mostrarán en este reporte. Debido al éxito de esta sinergia entre ambas ferias, se ha mantenido la colaboración en 2023, estableciendo esta agrupación como norma también para el próximo año 2024.

Esta feria combinada tuvo una duración de cuatro días, contando con una presencia de 252 expositores provenientes de 11 países diferentes y contando con dos pabellones agrupadores de países: Corea y Taiwán. Los países representados dentro de estos pabellones por los expositores fueron los siguientes:

- Malasia
- China
- Francia
- Hong Kong
- India
- Japón
- Corea
- Singapur
- Taiwán
- Emiratos Árabes Unidos
- Vietnam



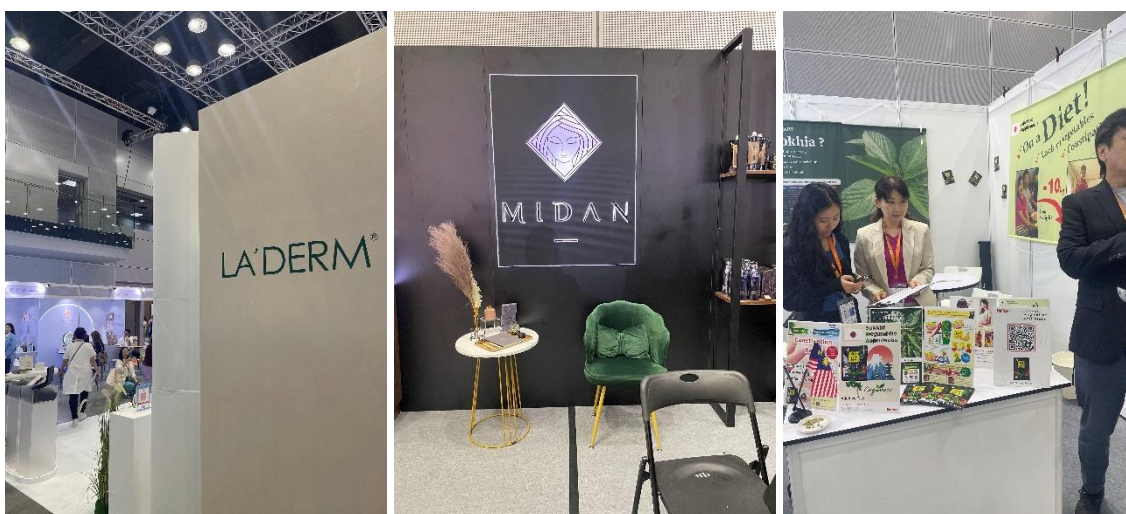
Imagen del pabellón de Corea durante la feria.

El perfil de los expositores fue variado, aportando una variada oferta para los visitantes, que incluyó no solo productos de belleza, sino equipamiento para centros de belleza y también centros médicos, oferta formativa o suplementos alimentarios. Además, los visitantes profesionales también encontraron en esta feria diferentes opciones para la subcontratación de su producción en Malasia y en el extranjero.



Imagen de agrupación de stands de Japón durante la feria.

Así, los objetivos principales de los expositores al acudir a la feria fueron: encontrar nuevos compradores (86 %), encontrar socios comerciales, franquiciados y agentes (69 %), explorar nuevos mercados (85 %), conocer mejor el mercado recolectando información (86 %) y consolidar de relaciones con compradores y socios existentes (83 %). Asimismo, esta feria sirvió a los expositores como punto promocional para sus nuevos lanzamientos (73 %) o la construcción de imagen de marca (88 %).



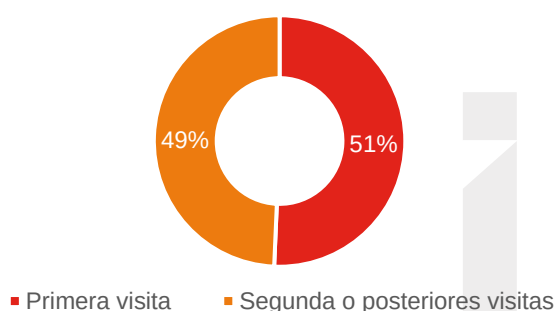
Imágenes de varios stands de la feria.

En cuanto a la satisfacción de los expositores, esta alcanzó el 96 % de acuerdo con el reporte post-feria del organizador, indicando que también el 95 % de los expositores repetirían el año próximo su participación en esta feria y que el 96 % recomendarían esta feria a otras empresas o colegas. En general la satisfacción de los asistentes ha aumentado en un 10 % desde 2022.

A continuación, se procede a evaluar el perfil de los visitantes que acudieron a estas ferias, cuantía que superó los 8.900 visitantes únicos, acudiendo un 50,69% de ellos por primera vez y un 49,31 % siendo visitantes de previas ediciones. Este dato se puede ver reflejado en el siguiente gráfico 1:

GRÁFICO 1

Asistentes al evento, por tipo



Perfiles de los asistentes a la conferencia por tipo de visita. Fuente: reporte de feria 2023 del organizador.

El origen de los visitantes fue de más de cuarenta países, entre los que se destacan los siguientes:

- | | | |
|-----------------------------|--------------|-----------------|
| • Alemania | • Francia | • Palestina |
| • Arabia Saudí | • Hong Kong | • Polonia |
| • Australia | • Hungría | • Reino Unido |
| • Brunéi | • India | • Rumanía |
| • Camboya | • Indonesia | • Rusia |
| • Canadá | • Irán | • Singapur |
| • China | • Irlanda | • Sri Lanka |
| • Egipto | • Israel | • Sudáfrica |
| • Emiratos Árabes Unidos | • Japón | • Corea del Sur |
| • España | • Kirguistán | • Taiwán |
| • Estados Unidos de América | • Líbano | • Tailandia |
| • Filipinas | • Malasia | • Turquía |
| | • Moldova | • Uzbekistán |
| | • Pakistán | • Vietnam |



El organizador no ha proporcionado estadísticas específicas sobre el porcentaje de visitantes de cada país, por lo que se desconoce a efectos de este informe, la cuantía de visitantes por país, pero si confirma el TOP 15 de países asistentes, que fueron: Malasia, Singapur, China, Indonesia, Taiwán, Corea, Japón, Filipinas, Hong Kong, Tailandia, India, Reino Unido, Vietnam, Brunéi, y Australia.

La naturaleza de negocio de los más de 8.600 visitantes que acudieron a la feria puede observarse en la tabla 1:

TABLA 1*Visitantes por industria, en porcentaje*

Tipología de expositor (industria)	Porcentaje
Productos, accesorios y equipos estéticos	29,45 %
Cuidado del cuerpo	35,63 %
Cosméticos y artículos de tocador de color	17,81 %
Educación	13,05 %
Cuidado de ojos	16,75 %
Cuidado de los pies	10,05 %
Productos, accesorios y equipos para el cuidado del cabello	29,63 %
Productos Halal	19,75 %
Productos y suplementos para la salud	16,05 %
Servicios del hotel	3,25 %
Productos, accesorios y equipos para el cuidado de las uñas	16,23 %
OEM y fabricación por encargo	13,76 %
Maquinaria y packaging	10,58 %
Perfumería y fragancias	13,76 %
Materias primas e ingredientes	7,41 %
Equipos y mobiliario de salón	8,47 %
Cuidado de la piel	43,21 %
Cuidado adelgazante	8,47 %
Cuidado del spa	14,81 %
Otros	2,82 %

Fuente: reporte de feria 2023 del organizador.



Además, en la siguiente tabla se pueden observar las áreas de interés de los visitantes a este certamen:

TABLA 2*Áreas de interés de los visitantes, en porcentaje*

Área de interés del visitante	Porcentaje
Agente / Distribuidor / Mayorista / Importador	18,04 %
Asociación	0,54 %
Salón de Belleza / Spa & Centro de Bienestar /	42,2 %
Otros servicios de belleza	22 %
Blogger/Influencer	0,86 %
Propietario de la marca (marca independiente)	0,98 %
Propietario de la marca (marca multinacional)	1,51 %
Comprando oficina	0,39 %
Institución educativa	3,02 %
Cuerpos gubernamentales	0,80 %
Fabricante / OEM / Embalaje	5,04 %
Investigación de Mercado / Consultoría / Agencia de Diseño	2,34 %
Medios / Prensa	1,24 %
Mercado en línea / Comercio electrónico	9,23 %
Diseño y solución de tecnología minorista	0,56 %
Minoristas / Cadenas de tiendas / Hipermercados	5,67 %
Proveedor de Ingredientes / Maquinaria	0,75 %
Laboratorio de pruebas y servicios de productos	0,42 %
Capital de riesgo y capital privado	0,42 %
Otros negocios	5,97 %

Fuente: reporte de feria 2023 del organizador.

3. Tendencias y novedades presentadas

Durante la feria tuvieron lugar varias actividades, concursos, y presentaciones de producto y novedades. Algunos de los acontecimientos destacados fueron los siguientes:

- Mane Stage: Demostración en la que la Asociación de Peluquería de Malasia (MHA) y la Asociación Asiática Unida de Peluqueros (UAHA) demostraron su habilidad y creatividad.
- Gran lanzamiento de “Fabia’s International Scalp Consultancy” y Ceremonia de firma del MOU: Al lanzamiento de la consultora asistieron el presidente de Asia Pacífico de Fabia’s, Alvin Loh, y la embajadora de FABIA, Miss Niana Nguyen, protagonizando una trascendental ceremonia de firma del Memorandum de Entendimiento (MoU), destacando el compromiso con el cuidado excepcional del cuero cabelludo.
- 3.º concurso internacional de belleza de Malasia: organizado por YouShine mostró la habilidad de más de 400 talentosos artistas de belleza y contó con 60 globales jueces profesionales, destacando tres categorías: *nail art*, bordado y peinado de pestañas.
- Concurso de barberos, Embajador del año de BaByliss PRO: los mejores barberos de Malasia y Singapur compitieron al más alto nivel y el campeón recibió un premio en efectivo de RM 3000 junto con el patrocinio de productos por valor de 1800 RM.
- The Luxe Beauty Gallery: una colaboración entre BECBM y SISTERS Malaysia, presentó 14 empresas participantes y una variedad de 56 exquisitos productos de belleza.



Sesión de demostración durante la feria.

En esta feria también se demuestra la importancia de los productos de belleza certificados como ‘halal’ en el país. Esta certificación determina que un producto o servicio cumple con lo que

establece Ley Islámica (Shaira) para que este sea utilizado, esto garantiza que los productos y servicios cumplen con el conjunto de prácticas permitidas por la religión musulmana.

Así, los visitantes de la feria pudieron realizar las siguientes acciones durante su visita:

- La compra de productos y servicios,
- La obtención de consejo especializado sobre soluciones adecuadas a las necesidades de cada cliente,
- La obtención de detalles de contacto de proveedores, importadores, distribuidores y productores de estos productos.
- La asistencia a sesiones de discusión impartidas por profesionales.



Escenario para presentaciones y entrega de premios durante la feria

4. Valoración

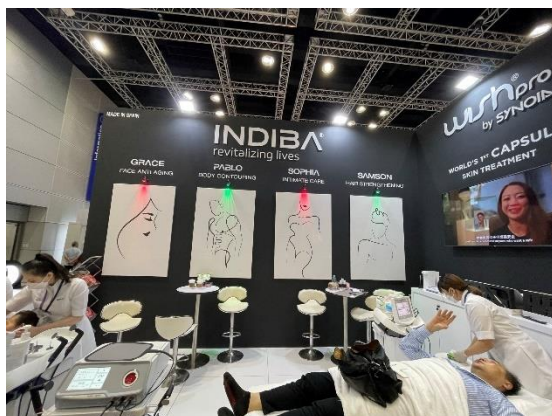
La Oficina Económica y Comercial considera que este evento presenta un alto potencial de interés para las empresas españolas que deseen expandir su presencia en el mercado de productos de belleza en el sudeste asiático, además facilita la entrada a la comunidad musulmana. En consecuencia, esta feria puede resultar atractiva para los gerentes de exportación de empresas españolas que buscan establecer contactos con diferentes distribuidores de productos afines.

Además de destacar los productos Halal, esta feria es de gran envergadura y brinda la oportunidad de establecer conexiones con una amplia gama de proveedores y distribuidores. Por lo tanto, se presenta como un espacio altamente relevante para las empresas de la industria de cosméticos y cuidado personal. Además, al estar abierta al público en general, esta feria no solo facilita la creación de relaciones comerciales (B2B), sino también la promoción de la marca y la presentación de productos al público en general, incluyendo los consumidores directos.

Además, cabe destacar que diversos productos españoles han estado presentes durante otras ediciones de esta feria y esta Oficina visitó el stand de Indiba en la edición de 2023.

- Maquinaria INDIBA, comercializada por su distribuidor local (www.indibasiasia.com)
- Productos de cuidado capilar profesional de marca blanca bajo la marca 'Nelly' (<https://www.instagram.com/nellyprofessional.malaysia/>)
- Productos de la marca 'Dicora Urban Fit' (www.dicoraurbanfit.com)

A continuación, se incluyen fotografías de estos productos españoles:



Espacio de INDIBA 2022(izquierda) y 2023 (derecha)



Espacio de EKSEPTION durante la feria en 2023.



Espacio de NELLY y DICORA URBAN FIT durante la feria de 2023.



5. Anexos

5.1. Otros enlaces de interés

- Dirección web de la feria: <https://www.cosmobeauteasia.com/malaysia/>
- Dirección web de la feria: <https://www.beautyexpo.com.my/>
- Dirección web organizadores: <https://www.informamarkets.com/>
- Dirección web centro de convenciones: <https://www.klccconventioncentre.com/>





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](#)

www.icex.es

