

---

2018



# El mercado de higiene personal y cosméticos en El Salvador

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en San Salvador

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.

icex



ESTUDIOS  
DE MERCADO

7 de diciembre de 2018  
San Salvador

Este estudio ha sido realizado por  
Fernando Ortega Polledo

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en San Salvador.

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

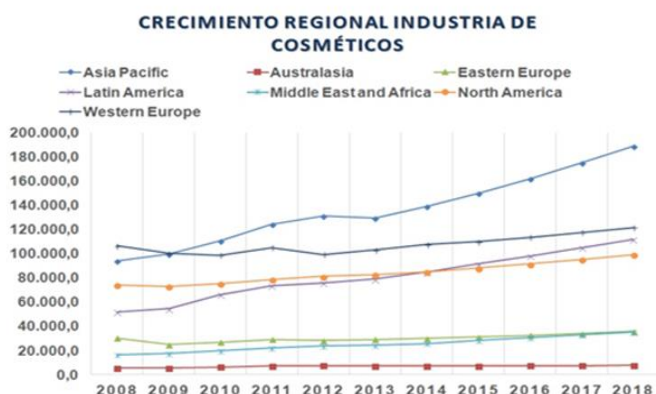
NIPO: 060-18-042-8



El sector de cosmética e higiene personal abarca la comercialización de productos y artículos destinados al tratamiento y cuidado del cuerpo. Entre estos se pueden distinguir productos de maquillaje, cuidado del cabello, cuidado de cuerpo y cara, perfumes, aseo personal, productos de uso exclusivo femenino/masculino etc.

Este sector se puede dividir en dos segmentos principalmente, el primero sería el de consumo masivo (grandes superficies, supermercados, etc.), y el segundo sería el comprendido por aquellos productos considerados Premium, por su alta calidad y acabado profesional. El sector en El Salvador es heterogéneo: cada uno de los procesos es diferente según la tipología de producto. A su vez, la demanda varía mucho según el tipo de producto, por ejemplo, en el sector de cosméticos y productos para peluquería y salones, es fundamental el conocimiento y el prestigio de marca.

Según el marco socioeconómico que será analizado más adelante, la oferta de productos de cosmética e higiene personal es reducida, ya que unas 30 empresas salvadoreñas y centroamericanas principalmente concentran toda la oferta. La facturación del mercado salvadoreño es pequeña en comparación con otros países de la región, pero continúa creciendo, de acuerdo con Euromonitor, el sector seguirá creciendo de manera continua los próximos años. Aunque las empresas locales están trabajando por aumentar sus cifras de negocio, son las multinacionales como Unilever, Procter & Gamble y Colgate-Palmolive las que lideran las ventas de cosméticos y artículos de tocador.



La tasa de crecimiento más alta de durante el periodo 2017-2018 para la región latinoamericana la ostentará la categoría de fragancias, que se prevé que se crezca a una tasa compuesta anual del 5,1%, pudiendo alcanzar los \$14mil millones en 2021, la categoría masculina se espera que crezca a una tasa compuesta anual del 5% y que alcance los \$13mil millones.

Por otra parte, se espera que para el final del periodo 2017-2021, la industria alcance los \$70 mil millones en América Latina.

El precio es determinante en este mercado, ya que el público es muy sensible frente a cambios en el precio. Los márgenes de comercialización se mueven en un rango de entre el 30% y el 45%, en función del eslabón de la cadena de distribución se encuentren. Los supermercados, farmacias, grandes superficies, spa/salón, y las ventas online y por catálogo son los canales de distribución más relevantes. Los supermercados poseen márgenes más ajustados, pero también unos mayores volúmenes de ventas, mientras que en spas y salones pasa totalmente lo contrario, más margen, menos volumen.



Las importaciones, en términos generales dentro del sector, muestran una progresión creciente en los últimos años. Destacan principalmente los perfumes, las preparaciones capilares y los productos para el cuidado dental. Los productos con mayor volumen de importación son los perfumes y aguas de tocador (207\$ M, 2013-2017), además de las preparaciones capilares, especialmente champús y mascarillas para el cabello (199,5\$ M).

Países	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Cuota
México	\$42.356.968,67	\$51.494.246,81	\$50.777.671,64	\$50.406.195,51	\$56.267.771,90	\$42.188.472,15	48,06%
Guatemala	\$13.903.991,75	\$15.479.015,22	\$15.768.213,45	\$17.728.432,90	\$16.571.849,02	\$11.455.751,66	13,05%
Colombia	\$6.530.305,66	\$6.510.243,08	\$9.070.731,08	\$18.306.747,24	\$15.625.463,20	\$8.989.661,73	10,24%
Estados Unidos	\$13.411.449,15	\$11.806.326,19	\$13.173.279,67	\$17.150.123,59	\$13.261.219,02	\$8.045.715,30	9,17%
Francia	\$13.166.535,82	\$10.951.269,18	\$7.119.133,07	\$3.987.064,17	\$4.202.284,88	\$3.775.296,55	4,30%
<b>España</b>	<b>\$2.464.858,61</b>	<b>\$2.483.834,21</b>	<b>\$2.882.225,34</b>	<b>\$3.046.286,01</b>	<b>\$3.622.389,82</b>	<b>\$2.490.341,24</b>	<b>2,84%</b>
China	\$628.783,73	\$904.884,44	\$1.045.994,34	\$1.558.967,89	\$1.815.345,51	\$968.831,17	1,10%

Según fuentes como la Cámara Cosmética Salvadoreña, hay un mayor interés por parte de la población de cuidarse y utilizar productos para contrarrestar los efectos del envejecimiento. Por otra parte, hay que considerar, que en El Salvador un gran porcentaje de mujeres se maquillan de manera regular, por lo que es un mercado interesante para las empresas productoras de este tipo de productos, y se recomienda a las empresas españolas interesadas, que establezcan relaciones comerciales con distribuidores importantes para generar lazos que puedan llevar a una mejora de las relaciones posteriores.

La venta por catálogo ha incrementado mucho su presencia y ha permitido que la oferta de productos se diversifique, gracias a los precios más competitivos que ofrece, permitiendo el acceso a estos productos a personas con recursos más limitados.

En el mercado salvadoreño, es común que los productos importados sean percibidos como de mayor calidad que los de producción nacional. España se sitúa como el sexto proveedor de la partida 3303 (Perfumes y agua de tocador), con una cuota de casi el 4%, por detrás de países de la región como México, Colombia, Guatemala o Estados Unidos. España se sitúa como el segundo proveedor de la Unión Europea y su cuota de mercado ha aumentado en lo que va del 2018, ya que se sitúa en una cuota de mercado del 4,15%.

En economías en desarrollo, para la distribución y comercialización de productos, asociarse con agentes locales se convierte en una alternativa de incentivo para el sector comercio, ya que brinda la oportunidad a empresas extranjeras que deseen introducirse en el mercado salvadoreño, por consiguiente, esto permite que se amplíe la oferta, la demanda y aumenta la competencia. La agencia de promoción de exportaciones salvadoreña, PROESA, ha señalado los champús y los polvos cosméticos, entre otros, como oportunidades de negocio de futuro.

España ha logrado consolidar una imagen seria y confiable en este mercado, como proveedor de productos de alta calidad, lo que constituye una gran ventaja para aumentar la presencia de los productos de cosmética e higiene personal. Se recomienda centrarse en el factor calidad de dichos productos en su posicionamiento en el mercado salvadoreño.

# ICEX

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

**Ventana Global**

900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
informacion@icex.es

[www.icex.es](http://www.icex.es)

