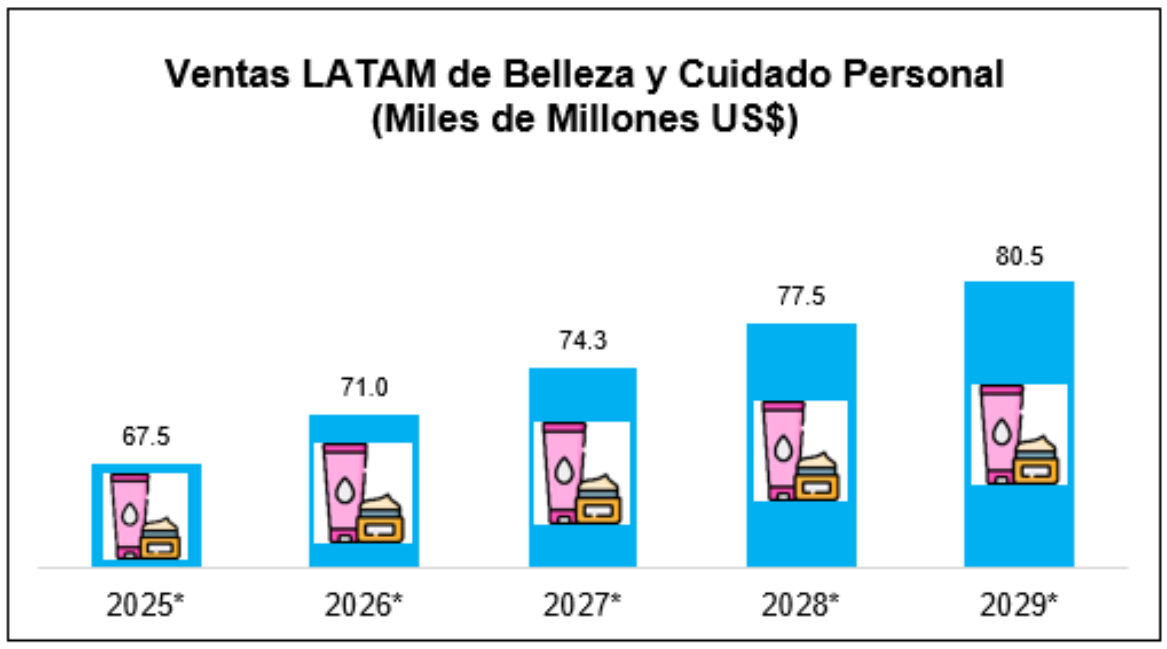
REPORTE DE TENDENCIAS

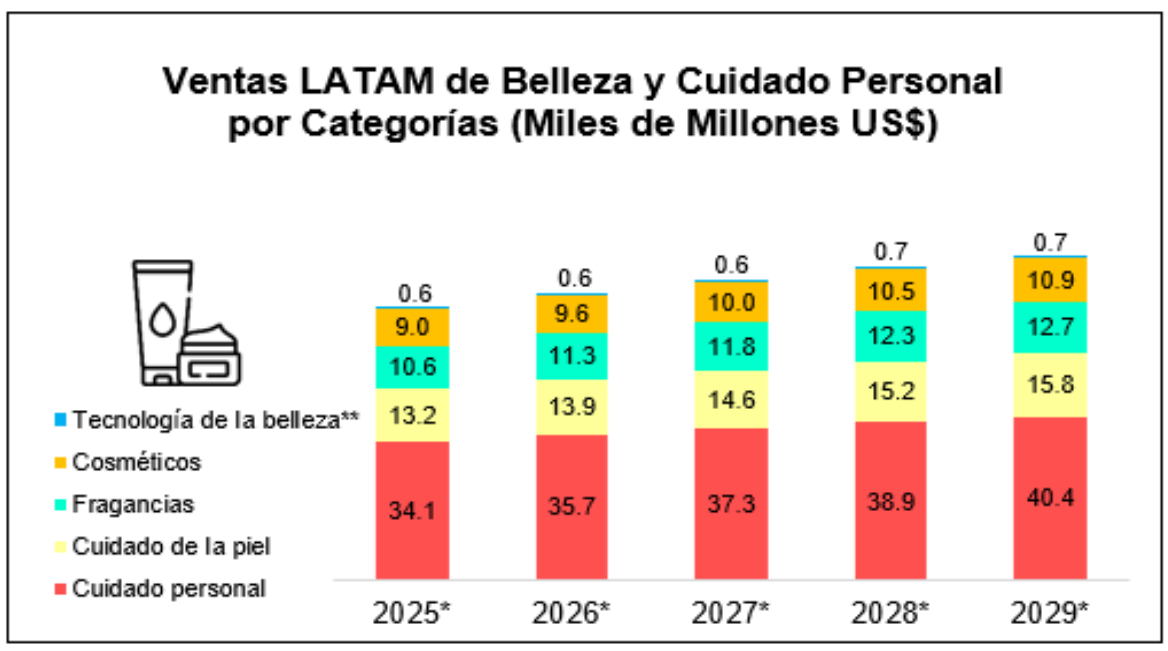
Productos de Belleza y Cuidado Personal en América Latina (LATAM)

CIEN
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS GLOBALES

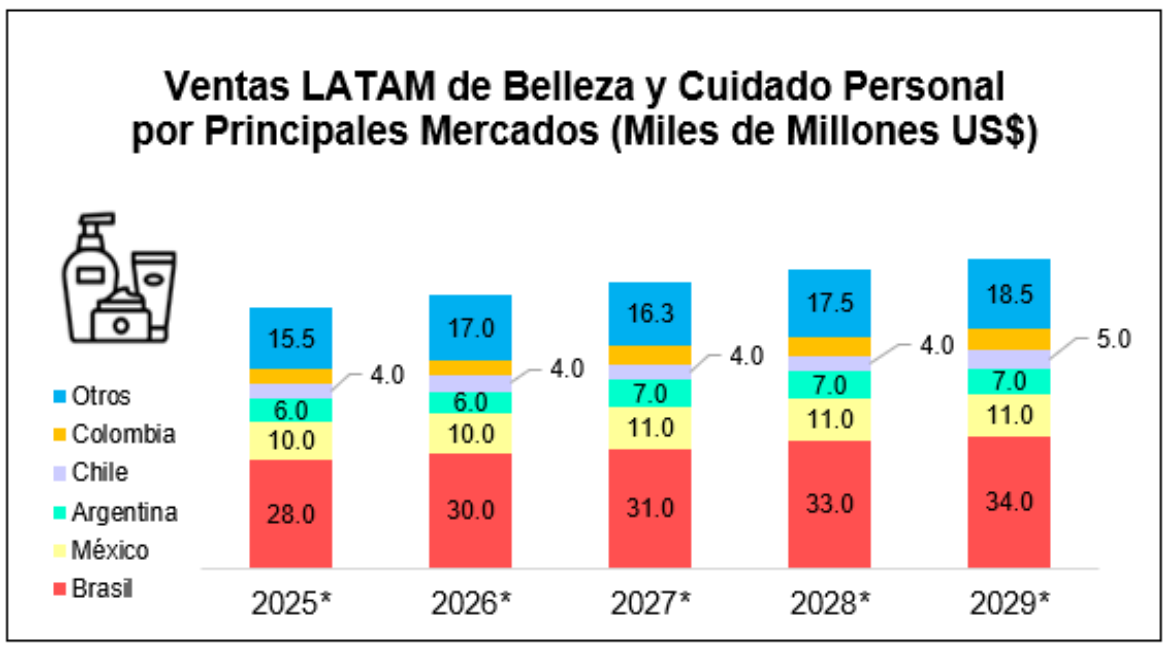
Septiembre 2025



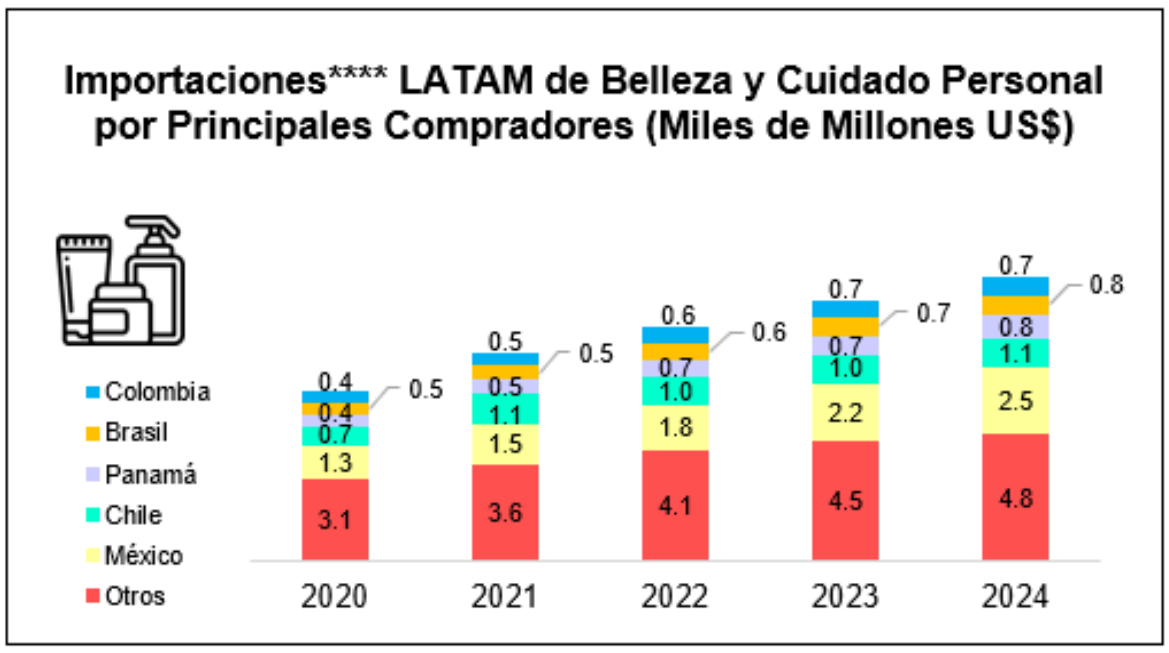
Fuente: Statista



Fuente: Statista



Fuente: Statista



***Incluye las subpartidas de los subcapítulos 3301, 3303, 3304, 3305, 3306, 3307 y 3401.
Fuente: Trade Map

Mercado LATAM[(1)] de Belleza y Cuidado Personal

El mercado de belleza y cuidado personal comprende bienes de consumo orientados a la cosmética y cuidado corporal. Incluye categorías como cosméticos, cuidado de la piel, cuidado personal, fragancias y tecnología aplicada a la belleza. Se excluyen los servicios de belleza, como peluquerías, y los productos profesionales, tales como maquillaje profesional.

Para 2025, las ventas mundiales de este sector alcanzarían los US$ 67.5 mil millones. En 2029, se registrarían ventas por US$ 80.5 mil millones, lo que representaría un crecimiento anual promedio de 4.5% en el período 2025-2029.

- **Categorías**

En América Latina, las ventas de belleza y cuidado personal estarán lideradas por la categoría de cuidado personal (US$ 34.1 mil millones o 50,5% del total en 2025). Las ventas de esta categoría ascenderían a US$ 40.4 mil millones y se traduciría en un crecimiento promedio anual de 4,3% en el período 2025-2029. Esta categoría abarca productos para el cuidado capilar, de ducha y baño, cuidado bucal, desodorantes, productos de afeitado, entre otros.

La categoría de cuidado de la piel representaría el 19.5% de las ventas regionales en 2025, con un valor estimado de US$ 13.2 mil millones. En 2029, este indicador alcanzaría los US$ 15.8 mil millones y reflejaría un crecimiento anual promedio de 4.6%. Dentro de esta categoría se incluyen productos de cuidado facial, corporal, protección solar, así como productos especializados para bebés y niños.

Las fragancias serían la tercera categoría más importante a nivel de ventas en 2025 (US$ 10.6 mil millones o 15.8% del total). Se espera que las ventas asciendan a US$ 12.7 mil millones en 2029, lo que implicaría una tasa de crecimiento anual promedio de 4.6% en el período de análisis.

En cuarto lugar, se ubicarían los cosméticos, con ventas estimadas en US$ 9.0 mil millones (13.4% de total) y US$ 10.9 mil millones en 2025 y 2029, respectivamente. Estos registros sostendrían una tasa de crecimiento promedio anual de 4.7%. La categoría comprende productos cosméticos faciales, labiales, para ojos y uñas.

- **Mercados**

En 2025, los principales mercados de belleza y cuidado personal en América Latina serían Brasil, México, Argentina, Chile y Colombia, que concentrarían, en conjunto, el 77.0% de las ventas regionales.

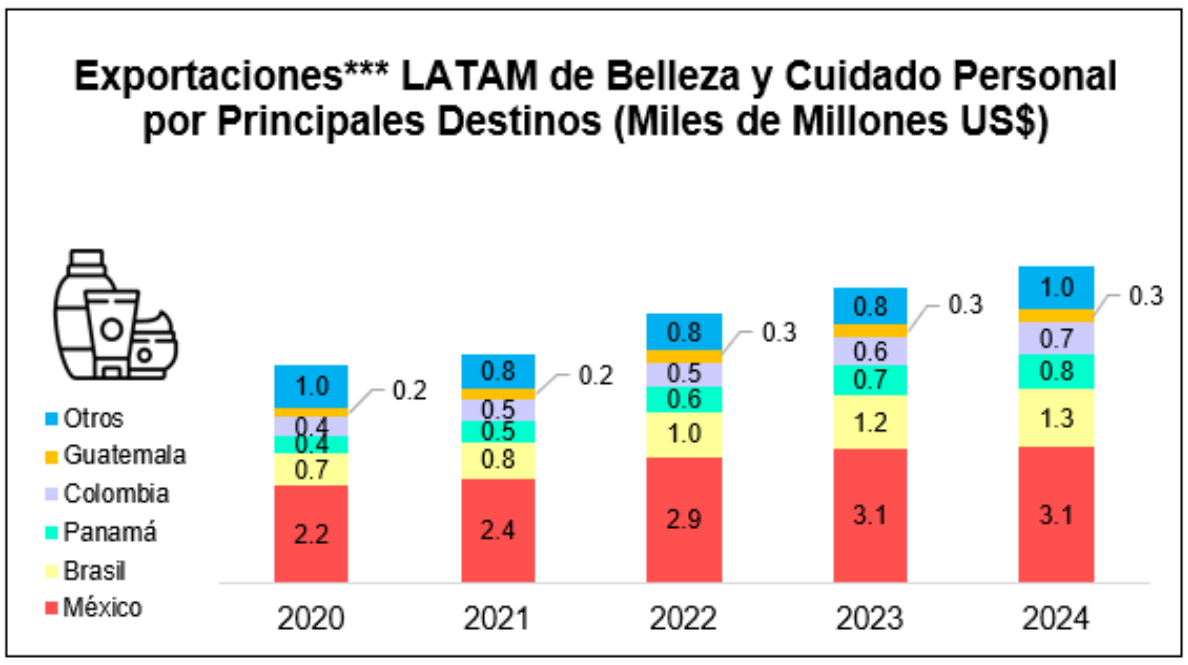
Brasil lideraría ampliamente las ventas del sector en 2025 (US$ 28.0 mil millones en 2025 o 41.5% del total regional). En 2029, se proyectaría un alcance de US$ 34.0 mil millones, lo que representaría un crecimiento anual promedio de 5.0% en el período 2025-2029.

México ocuparía el segundo lugar, con ventas por US$ 10.0 mil millones en 2025. Al 2029, la cifra llegaría a US$ 11.0 mil millones, con una tasa de crecimiento anual promedio de 2.4%.

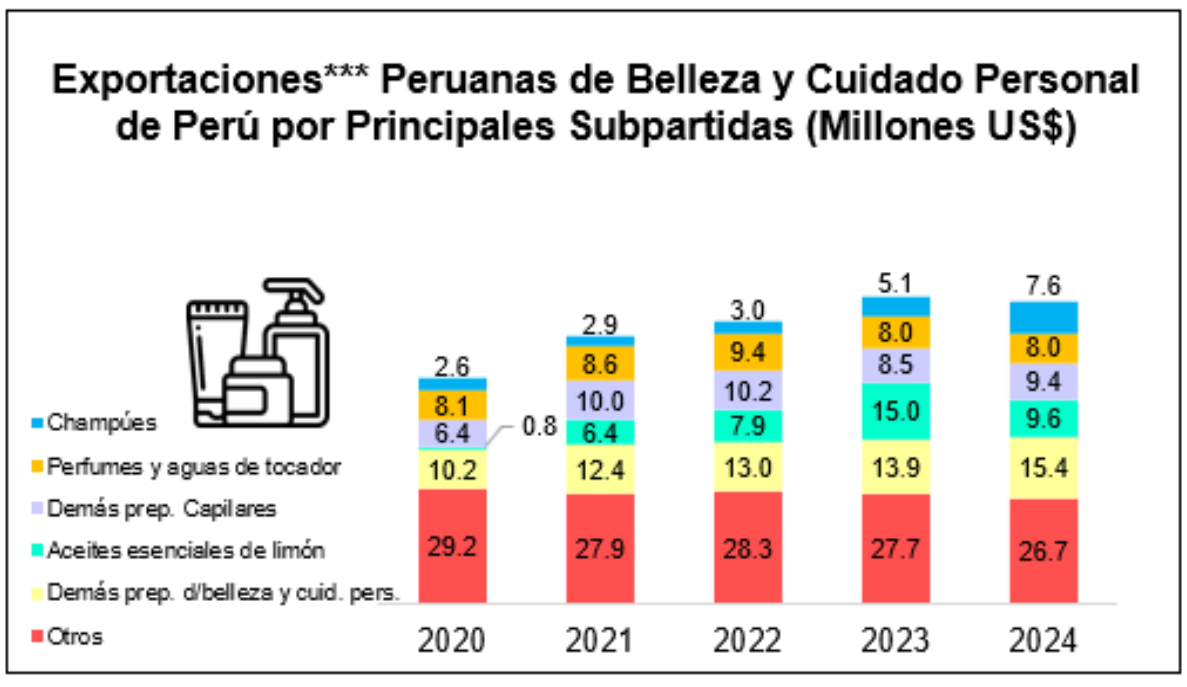
En tercer lugar, Argentina, registraría ventas valoradas por US$ 6.0 mil millones en 2025. En particular, sus ventas alcanzarían los US$ 7.0 mil millones en 2029, lo que implicaría un crecimiento promedio anual de 3.9% durante el período analizado (2025-2029).

[(1)] Incluye a 24 economías (Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Surinam y Uruguay).
** Dispositivos digitales que buscan mejorar las experiencias de belleza, optimizar las rutinas de cuidado de la piel y brindar soluciones de belleza personalizadas.

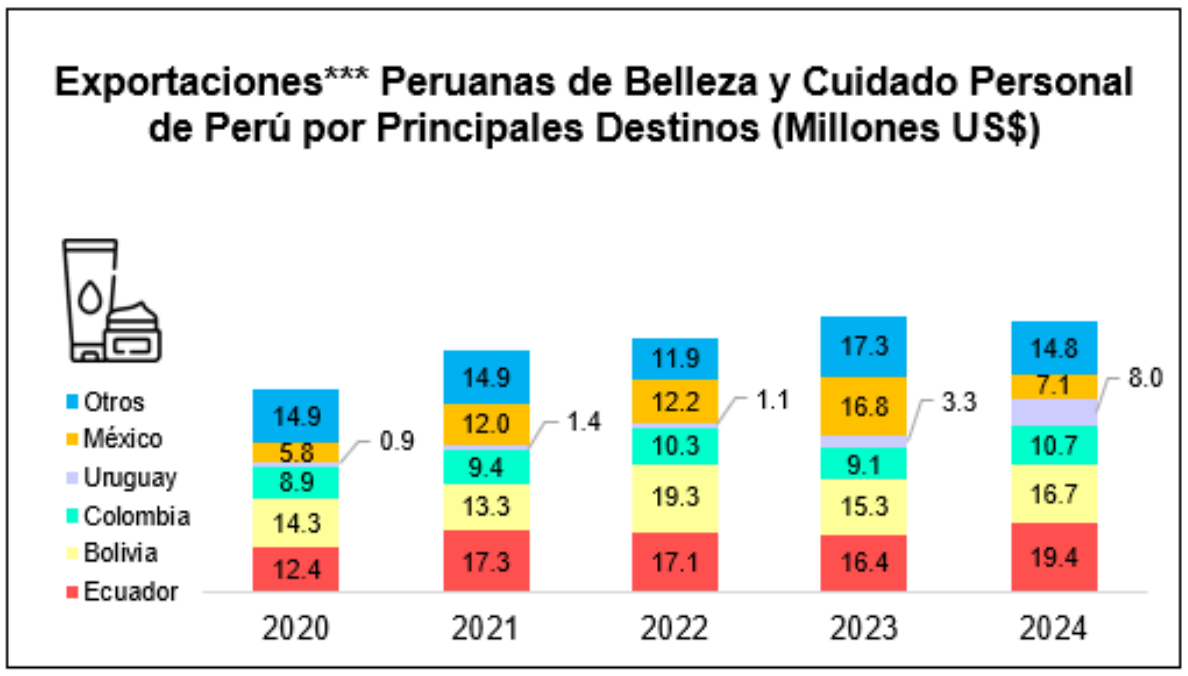
Fecha de publicación: 3 de octubre de 2025



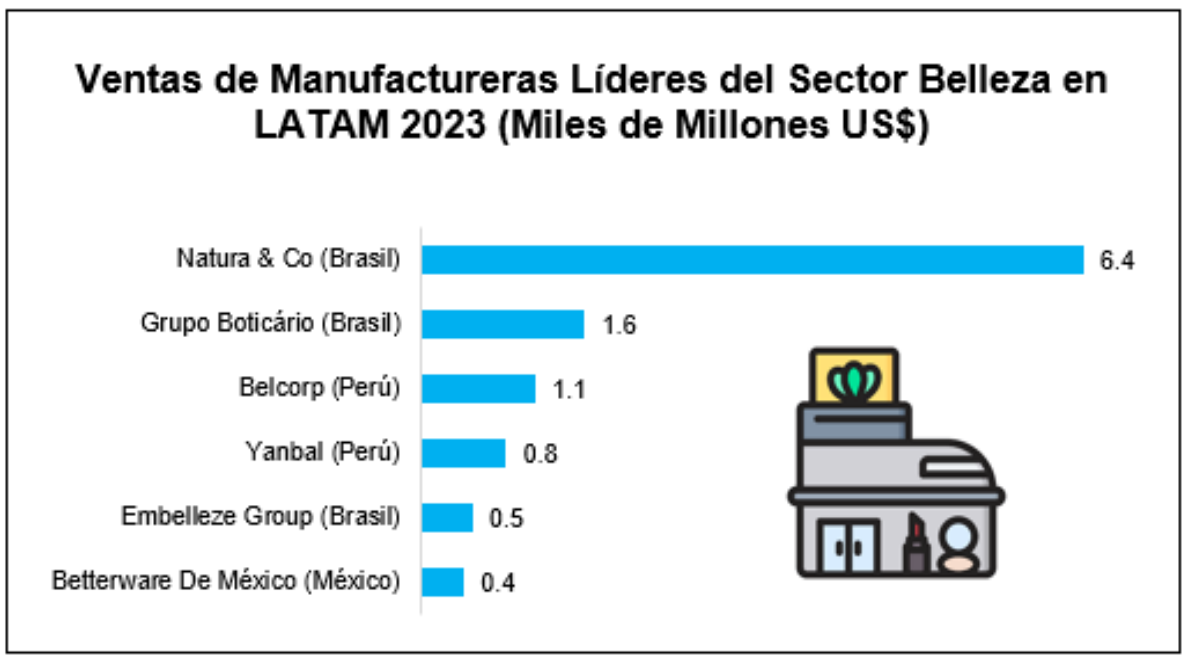
***Incluye las subpartidas de los subcapítulos 3301, 3303, 3304, 3305, 3306, 3307 y 3401.
Fuente: Trade Map



***Incluye las subpartidas de los subcapítulos 3301, 3303, 3304, 3305, 3306, 3307 y 3401.
Fuente: ADEX Data Trade - SUNAT



***Incluye las subpartidas de los subcapítulos 3301, 3303, 3304, 3305, 3306, 3307 y 3401.
Fuente: ADEX Data Trade - SUNAT



Fuente: Statista / Women´s Wear Daily

Importaciones[2] LATAM de Belleza y Cuidado Personal desde el mundo

- **Mercados**

Las importaciones de productos de belleza y cuidado personal en América Latina sumaron US$ 10.7 mil millones en 2024, tras registrar un crecimiento anual promedio de 13.7% entre 2020 y 2024.

En el año analizado, los principales países importadores fueron México, Chile, Panamá, Brasil y Colombia, que en conjunto concentraron US$ 5.9 mil millones (o 55.7% del total regional).

México se posicionó como el mayor importador, con compras por US$ 2.5 mil millones en 2024 (23.6% del total). Además, fue el mercado con la tasa de crecimiento más acelerada entre los cinco principales países, con un promedio anual de 19.2% en el período 2020-2024.

En segundo lugar se ubicó Chile, con importaciones por US$ 1.1 mil millones en 2024 (10.4% del total), tras registrar un incremento promedio anual de 10.8% en sus compras durante 2020-2024.

Por su parte, Panamá ocupó el tercer lugar, con adquisiciones de US$ 0.8 mil millones en 2024 (7.8% del total), lo que representó un crecimiento promedio anual de 17.9% en el período de análisis.

Exportaciones[3] LATAM de Belleza y Cuidado Personal hacia el mundo

En 2024, los principales exportadores de belleza y cuidado personal en América Latina fueron México, Brasil, Panamá, Colombia y Guatemala, que conjuntamente concentraron el 86.1% de las exportaciones regionales, equivalentes a US$ 6.2 mil millones.

México se consolidó como el mayor exportador, con envíos por US$ 3.1 mil millones (43.1% del total regional) y un crecimiento promedio anual de 8.7% en el período 2020-2024.

En segundo lugar se ubicó Brasil, con exportaciones por US$ 1.3 mil millones en 2024 (18.1% del total regional). Entre 2020 y 2024, el país registró un crecimiento promedio anual de 15.5%.

El tercer puesto correspondió a Panamá, con ventas internacionales por US$ 0.8 mil millones en 2024 (11.1% del total regional). Además, fue el país con la expansión más acelerada entre los cinco principales exportadores, con una tasa de crecimiento promedio anual de 18.8% en el período analizado.

Exportaciones[4] peruanas de Belleza y Cuidado Personal hacia LATAM

En 2024, las exportaciones peruanas de productos de belleza y cuidado personal hacia los países de LATAM sumaron US$ 76.8 millones, lo que representó el 40.7% del total mundial. Entre 2020 y 2024, dichas exportaciones registraron un crecimiento promedio anual de 7.6%. Esta tendencia se enmarca en el incremento global del sector, cuyas ventas peruanas al mundo aumentaron 23.6% en el mismo período.

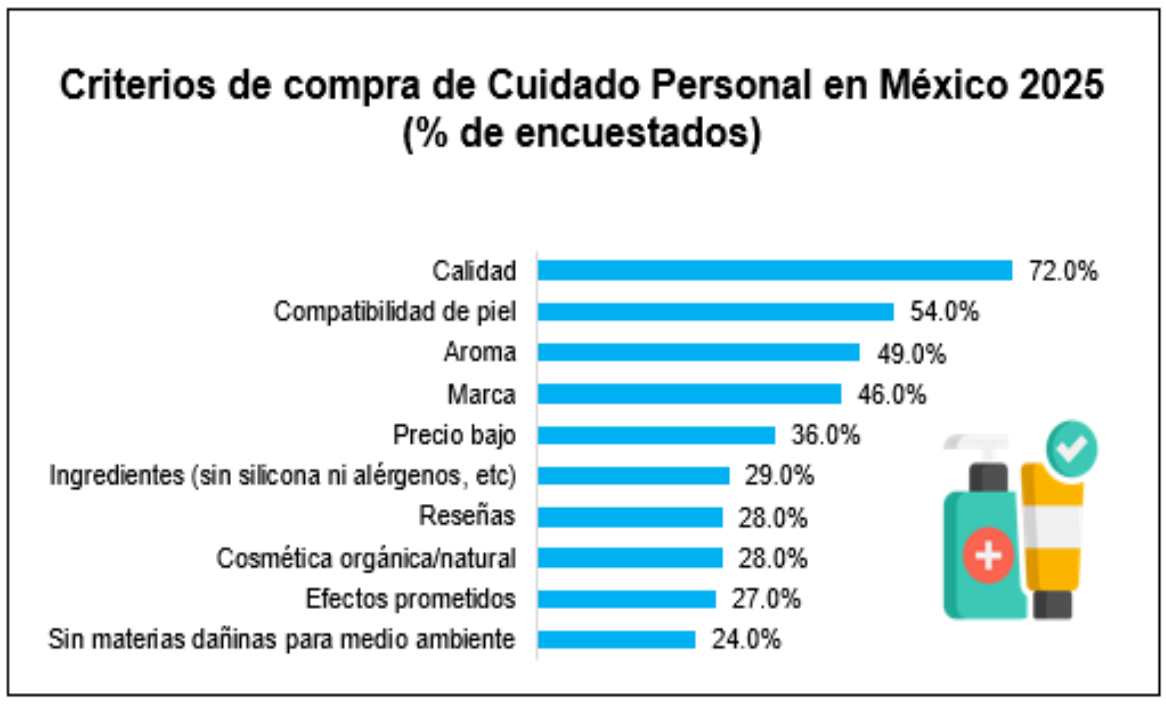
En 2024, los envíos se realizaron principalmente por vía marítima (45.2%) y terrestre (44.2%). Las principales aduanas de salida fueron Callao (37.4%), Tumbes (21.8%) y Desaguadero (21.3%).

- **Subpartidas nacionales**

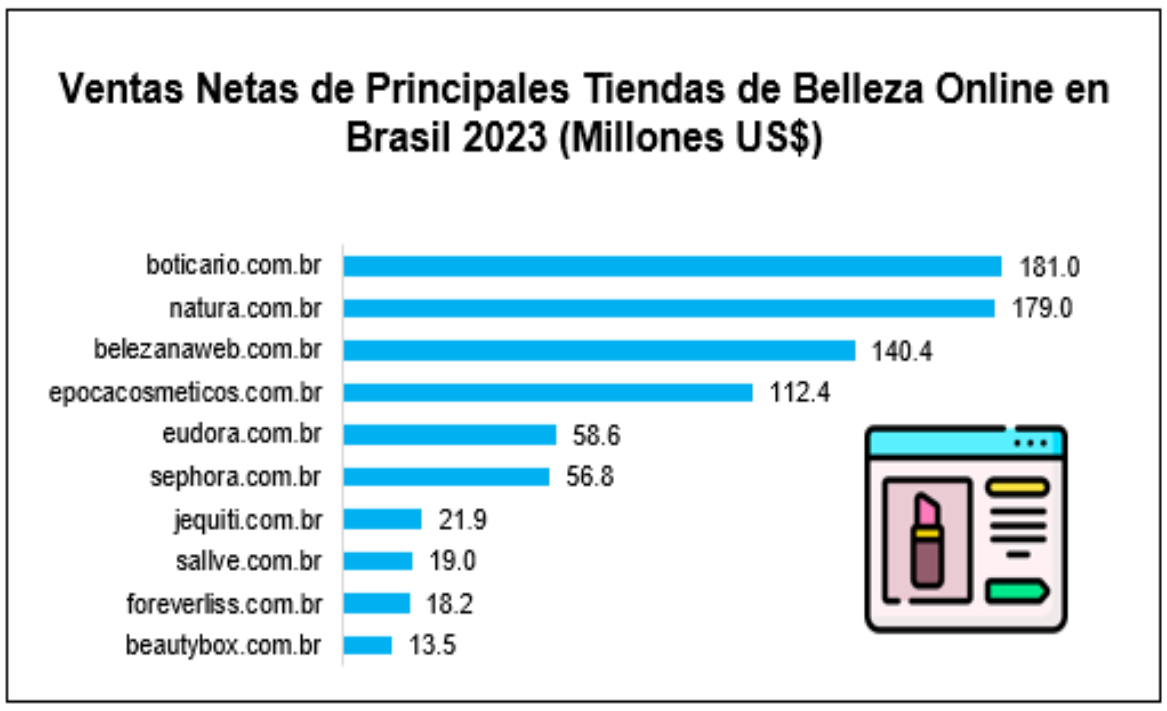
En el caso de las subpartidas nacionales, la más exportada en 2024 fue la 3304990000 (demás preparaciones de belleza y cuidado personal), con envíos por US$ 15.4 millones, lo que representó el 20.1% del total exportado. Esta subpartida registró un crecimiento promedio anual de 10.8% entre 2020 y 2024.

La segunda subpartida nacional más exportada a América Latina en 2024 fue la 3301130000 (aceites esenciales de limón), con envíos

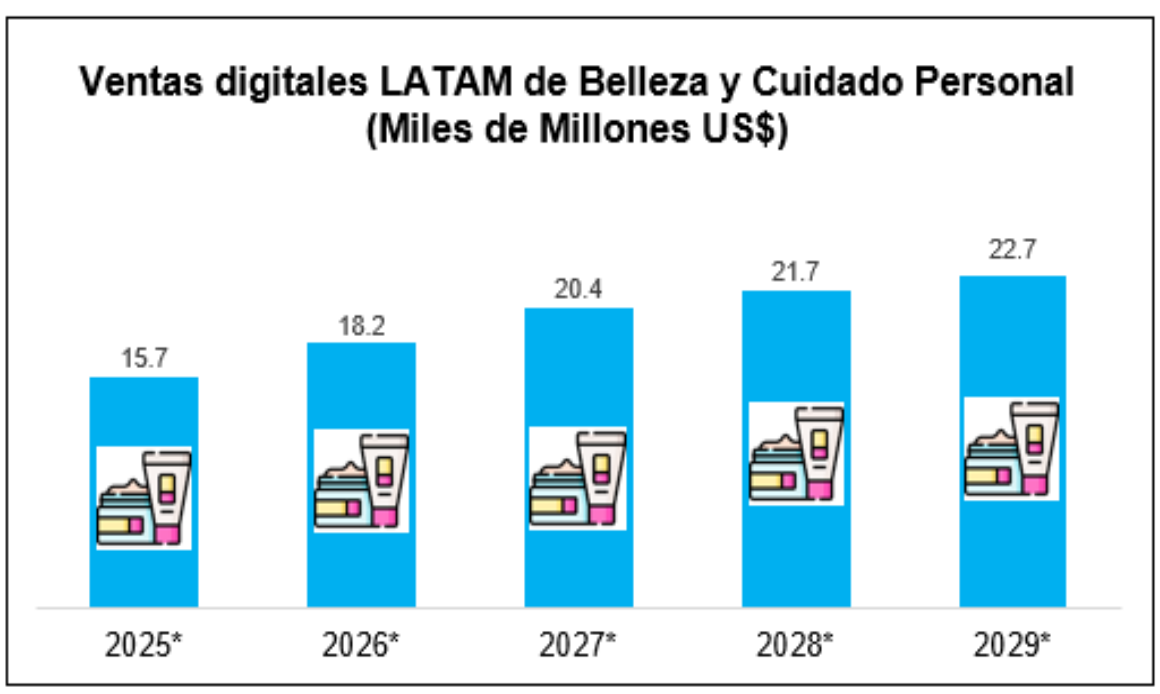
[2] [3] y [4] Se Incluye las subpartidas de los capítulos 3301, 3303, 3304, 3305, 3306, 3307 y 3401.



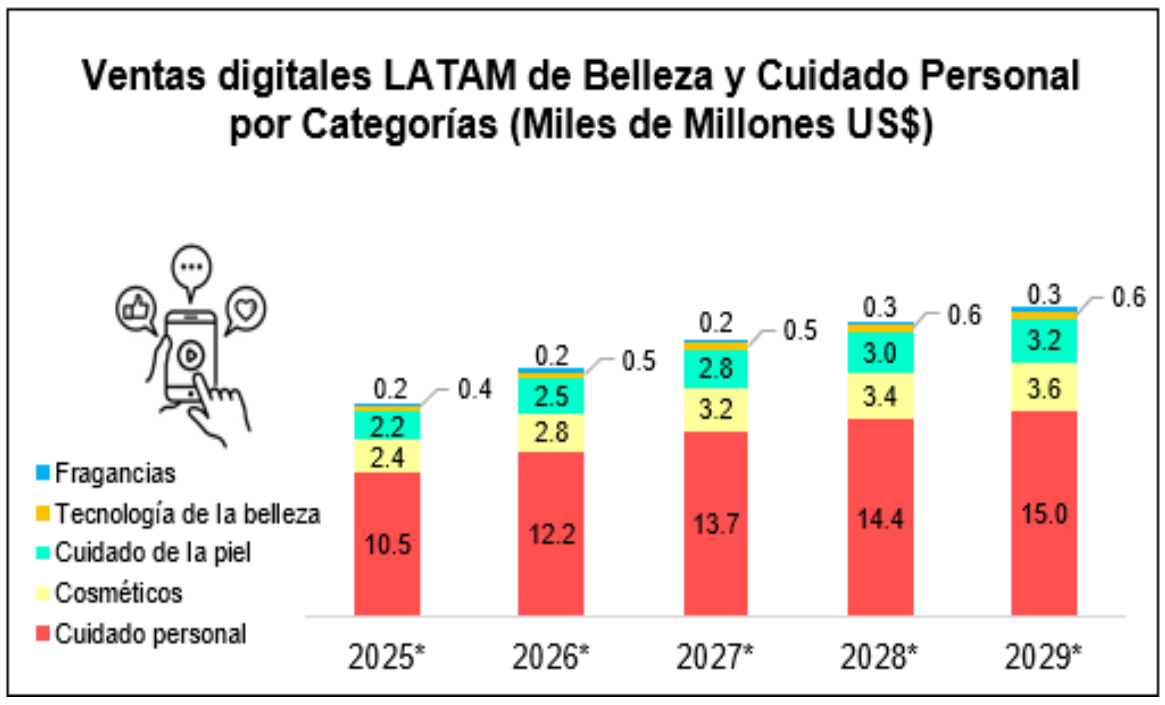
Fuente: Statista



Fuente: Statista / ECDB GmbH



Fuente: Statista



Fuente: Statista

por US$ 9.6 millones, equivalentes al 12.5% del total, y un crecimiento promedio anual de 85.7% entre 2020 y 2024.

- **Mercados**

Los cinco principales destinos latinoamericanos de las exportaciones peruanas de belleza y cuidado personal fueron Ecuador, Bolivia, Colombia, Uruguay y México, que en conjunto concentraron el 80.7% del total en 2024.

Ecuador se consolidó como el principal mercado de destino, con compras por US$ 19.4 millones en 2024. Entre 2020 y 2024, las exportaciones hacia este destino crecieron a un ritmo promedio anual de 11.8%. Sus principales competidores en el mercado ecuatoriano fueron Colombia (43.5%), México (12.2%) y Francia (6.4%), en 2024.

Uruguay destacó entre los cinco principales socios comerciales por registrar la tasa de crecimiento más alta del período, con un incremento promedio anual de 71.3%. Resaltaron como principales competidores en Uruguay los productos de Argentina (25.0%), Brasil (17.3%) y México (15.8%), en 2024.

Tendencias

Se estima que el mercado de Belleza y Cuidado Personal en LATAM crecerá a una tasa de 4.5% entre 2025 y 2029, condicionado por la alta sensibilidad al precio, la intensa competencia y la volatilidad macroeconómica de la región. No obstante, la innovación, la sostenibilidad y el comercio electrónico se consolidan como los principales impulsores del sector. Asimismo, las prácticas culturales y los estándares de belleza son determinantes en las preferencias del consumidor. Un ejemplo son los rituales de origen indígena, los cuales continúan orientando la formulación y el consumo de productos en varios países (Statista, 2025).

1. Innovación

Las redes sociales y los *influencers* están transformando los estándares de belleza en América Latina, generando una mayor demanda de productos personalizados, inclusivos y multifuncionales que simplifiquen rutinas y fomenten el autocuidado (Statista, 2024). En este contexto, Estée Lauder destacó al abrir un centro regional de innovación en Brasil en 2024, orientado al desarrollo de fórmulas adaptadas a la piel y a las condiciones ambientales de la región (Market Data Forecast, 2024).

2. Sostenibilidad

La demanda de cosméticos limpios y sostenibles se expande en la región, impulsada por una mayor conciencia ambiental y de salud. Este patrón es más evidente entre consumidores jóvenes, que priorizan marcas transparentes, éticas y circulares (Statista, 2024). Un ejemplo es el lanzamiento de estaciones de recarga de productos de The Body Shop en Chile en 2024, en alianza con una organización ambiental, promoviendo prácticas de consumo más responsables (Market Data Forecast, 2024).

3. Comercio electrónico

El canal digital se consolida como uno de los factores más dinámicos del sector. Para 2025, se estima que el comercio electrónico en belleza y cuidado personal alcanzará US$ 15.7 mil millones (23.3% del total de ventas LATAM), con un crecimiento anual de 9.6% hasta 2029 (Statista, 2025). En este contexto, las marcas invierten en soluciones tecnológicas. Por ejemplo, en 2023, Avon Latinoamérica renovó su aplicación de venta directa, incorporando recomendaciones personalizadas mediante inteligencia artificial y gestión de inventario en tiempo real, optimizando la experiencia tanto para los representantes como para los consumidores (Market Data Forecast, 2024).

En síntesis, el sector en Latinoamérica proyecta un crecimiento sostenido. Las mayores oportunidades se encuentran en la innovación tecnológica, la sostenibilidad y la digitalización de canales, siempre que las marcas logren responder a la demanda de transparencia y experiencias de compra ágiles y personalizadas.

Nota: *Los valores del año 2025 en adelante son estimaciones de venta. Todos los valores de venta mostrados se refieren al valor minorista e incluyen impuestos sobre las ventas.