

# TENDENCIAS, PLAYERS Y CURIOSIDADES DEL MERCADO ASIÁTICO

El mercado asiático augura grandes oportunidades para las empresas del sector de la cosmética y la perfumería. De hecho, según Euromonitor, las ventas del área Asia-Pacífico alcanzaron un valor de más de 145.000 millones de euros en 2018, representando el 33% de la facturación mundial.



ARIADNA CHAMORRO

## International Business en Beauty Cluster Barcelona

El continente asiático destaca por tener varios players que son líderes mundiales en el sector beauty. Entre ellos está Singapur, donde el sector de la belleza está experimentando un gran crecimiento debido a la buena situación económica del país. Asimismo, Corea del Sur y Japón siguen creando nuevos conceptos y tendencias en el cuidado de la piel y las rutinas de las consumidoras a través de tendencias como K-Beauty (Korean Beauty) o J-Beauty (Japanese beauty).

### SIMILITUDES, DIFERENCIAS... ¿Y QUÉ MÁS?

A simple vista, diríamos que los tres mercados son prácticamente iguales en términos de tipología de productos más vendidos, siendo líderes indiscutibles los productos para el cuidado de la piel, seguidos por los cosméticos de color. Sin embargo, las facturaciones por sector nos aportan un dato muy curioso: las fragancias se consolidan en Singapur como la tercera categoría de producto más comercializado, mientras que en Corea del Sur y Japón ocupan un lugar muy inferior, por lo que podría tratarse de una gran oportunidad de inversión. Los canales de distribución



también juegan un papel importante. Las marcas en Singapur y Corea del Sur cada vez apuestan más por posicionar sus productos en tiendas especializadas en salud y belleza, ofreciendo a los usuarios una experiencia y un asesoramiento más profesionalizado que mediante la distribución en grandes almacenes. En cambio, en el país nipón esta tendencia es totalmente a la inversa.

Pero no todo son diferencias entre estos tres grandes mercados, ya que existe una tendencia entre estos países como es el e-commerce o el comercio online. Los mercados asiáticos están viviendo un crecimiento potencial y continuo desde los últimos años en este ámbito, cada vez sus usuarios apuestan más por las nuevas tecnologías y las empresas están llevando a cabo un proceso de

digitalización que en un futuro próximo posiblemente se consolide.

### BEAUTY TRENDS EN ASIA

Muchos nos preguntamos: ¿hay alguna tendencia común en esta zona? La respuesta es sí: el denominado skin-care o skin-diet. Esta moda consiste en la adquisición y el uso de productos 2 en 1 o que aporten más de un beneficio a la vez para ahorrar tanto tiempo como dinero en rutinas de belleza. De hecho, en Corea del Sur se usan 9 productos de media por rutina.

No obstante, aunque exista esta tendencia común, debemos tener en cuenta la antítesis que suponen la cosmética coreana y la japonesa. Por un lado, la K-Beauty busca inmediatez y

eficacia. Por el otro, la J-Bauty se focaliza en la prevención y el largo plazo, siendo esta más sostenible y auténtica.

Y hablando de tendencias en estos mercados, en el sector de los cosméticos de color aparece el No MakeUp Look trend. Consiste en mostrar una piel limpia y natural, buscando aparentar la ausencia de maquillaje.

No podemos olvidarnos de los productos de cuidado capilar, donde nos encontramos con varios datos relevantes. Crece de manera generalizada la tendencia natural, con un perfil de consumidor más concienciado por su salud y también por el medioambiente, buscando productos basados en plantas y sin componentes sintéticos. No obstante, también existe otro tipo de consumidor, aquel que persigue resultados de salón de belleza sin importarle la composición del producto.

### ¿CUÁLES SON LOS PLAYERS MÁS IMPORTANTES?

En Singapur, L'Oréal es el líder indiscutible tanto en skin care como en cosmética de color y cuidado del cabello. La situación es un poco distinta en Corea del Sur, donde lidera mayoritariamente la coreana LG Household & Health Care, seguida por AmorePacific Corp. Por último, en Japón nos encontramos al gigante Shiseido Co Ltd, que hoy en día ya cuenta con tiendas repartidas por todo el mundo.

En definitiva, hoy en día el mercado asiático-pacífico es clave para conocer hacia dónde mira el mundo de la cosmética y los perfumes. Ahora más que nunca nos toca estar atentos a todos sus movimientos y saber detectar todas aquellas oportunidades de negocio que se nos puedan presentar ◀◀

# Pura filtración para la industria cosmética

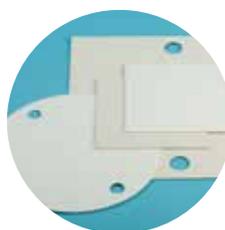


## DORSAN®

### LIVING FILTRATION



**Cartuchos, Placas, Módulos y Bolsas filtrantes.**



08700 Igualada, Barcelona. Tel. +34 938 042 475

[www.dorsanfiltration.com](http://www.dorsanfiltration.com)

GERMANY

INDIA

MEXICO

SPAIN