

LA TRANSFORMACIÓN DE UN MERCADO

Cómo la demanda del consumidor responsable **ha transformado el mercado cosmético nacional**

El "consumidor responsable" es una tendencia de consumo desde el año 2019, presente en análisis de mercado y proyecciones económicas, ha cambiado la lógica de algunas industrias para siempre, como es el caso de la cosmética cruelty free en Chile.



El mercado cosmético latinoamericano crece a paso firme, se espera que su valor para el año 2025 alcance los 45.440 millones de dólares. A nivel mundial, las principales tendencias de consumo cosmético están basadas en inclusión, belleza limpia, skincare, marketing por influencers, y prácticas de sustentabilidad. Si a esto sumamos que los años de emergencia sanitaria también modificaron el mercado, con una caída del 35%, el aumento de compras en línea, y a un drástico cambio en las tendencias de compra, (adiós maquillaje y hola skincare), podemos decir que nos enfrentamos a una nueva era del mercado.

Y en esta nueva era, el consumidor responsable es un fuerte catalizador de tendencias, que desde el año 2019 ha estado impulsando prácticas respetuosas con los animales y el medio ambiente en las marcas de belleza, cuestionando las políticas de comercio justo, los plásticos de un solo uso, y exigiendo formulaciones naturales, veganas y productos

libres de experimentos en animales.

"En un mundo que atraviesa una crisis climática, las personas se hacen cada vez más conscientes de que sus prácticas pueden incidir de manera importante en nuestro futuro colectivo. La industria cosmética no es una excepción, y son cada vez más marcas las que se están sumando a una forma de proceder que pronto se transformará en la norma", indica Yolanda López, directora de Vinculación de Te Protejo.

En Chile, la tendencia cruelty free es un caso a analizar, pues en 10 años la presencia de marcas certificadas como libres de testeos en animales ha crecido un 186%, y un 17% de las empresas que han registrado cosméticos en el ISP, tiene al menos una marca CrueltyFree certificada.

Esto se puede explicar gracias a la demanda de los consumidores, quienes exigen a los laboratorios nacionales que sus productos tengan un sello que confirme que están libres de pruebas en animales; lo que, a su

vez, también presenta un valor agregado para las marcas cosméticas. "Las empresas del rubro cosmético están conscientes de que los consumidores están optando por productos más sustentables, amigables con la naturaleza y los animales. La certificación cruelty free figura como una manera eficaz y transparente de garantizar que sus productos van en línea con esas prácticas. A las empresas, les resulta muy valioso contar con el respaldo de una entidad independiente que ya es ampliamente reconocida

en el país", añade Marisol Queupumil, directora de Certificaciones de Te Protejo.

Desde la perspectiva la percepción pública, esta tendencia también es respaldada, como lo refleja la Encuesta de Inside Research junto a Te Protejo, donde un 68% de las personas busca que su producto esté libre de pruebas en animales antes de tomar una decisión de compra, y un 88% de ellas está de acuerdo con la promulgación de la ley 21.646 que prohíbe la experimentación cosmética en animales en el país.

"En un mundo que atraviesa una crisis climática, las personas se hacen cada vez más conscientes de que sus prácticas pueden incidir de manera importante en nuestro futuro colectivo. La industria cosmética no es una excepción, y son cada vez más marcas las que se están sumando a una forma de proceder que pronto se transformará en la norma".

YOLANDA LÓPEZ, DIRECTORA DE VINCULACIÓN DE TE PROTEJO.