



## ÚLTIMAS TENDENCIAS EN COSMÉTICA COREANA

# EL ÉXITO DE LA COSMÉTICA COREANA EN ESPAÑA

En 2022 las exportaciones de cosmética coreana a España registraron un récord histórico, con más de 22 millones de euros y un crecimiento del 48%. Para explicar las claves del éxito de *K-Beauty* a nivel mundial y contribuir al desarrollo de este sector en España, BeautyProf y KOTRA Madrid han organizado la Mesa Redonda "Últimas tendencias en cosmética coreana".

Texto y fotos: B. Suárez

**P**ara analizar las claves del éxito de la cosmética coreana (también denominada *K-Beauty*) en España, las tendencias y el incremento de su presencia en el panorama de la distribución selectiva de nuestro país, BeautyProf y KOTRA Madrid organizaron el pasado 26 de octubre la Mesa Redonda "Últimas tendencias en cosmética coreana". Younhee Han, directora general de KOTRA Madrid, fue la encargada de inaugurar este encuentro explicando a los asistentes el objetivo de KOTRA como "una agencia gubernamental para promo-

cionar y apoyar a las empresas coreanas para que puedan desarrollar sus mercados", señalando además que "desde KOTRA Madrid apoyamos a las empresas coreanas que trabajan en España, entre las que se incluyen las que se dedican al sector cosmético". Respecto a la *K-Beauty*, Younhee Han apuntó que "su éxito es debido a la propia naturaleza de los coreanos que no tenemos lealtad hacia las marcas, además de ser muy exigentes en cuanto a eficacia y una constante innovación, demandando constantemente las propuestas más innovadoras". Como Oficina de Comercio de la Embajada de la República de Corea, KOTRA ayuda a la promoción de empresas y producto coreano en el exterior, ofreciendo diversos servicios como la búsqueda de proveedores, soporte a empresas coreanas, marketing, oportunidades de inversión e investigación de mercados. "Desde KOTRA apoyamos y promovimos eventos de cosmética coreana en España, Europa y Corea", apuntó Patricia Acosta, responsable de Cosmética de KOTRA Spain, señalando ejemplos recientes como "K-Sale Festa!", un

Corea es el décimo mayor exportador de cosmética en España, según datos correspondientes a 2022, año en el que ha registrado un récord de exportación histórico con más de 22 millones de euros (+48%)



Younhee Han, directora general de KOTRA Madrid.

evento realizado en diciembre de 2022 en Primor Callao (Madrid), y la presencia en ferias de cara al futuro como Cosmobeauty Seoul (29-31 de mayo de 2024) y Cosmoprof Bologna (21-24 de marzo de 2024), entre otras.

### El mercado de *K-Beauty* en el mundo

A continuación, Acosta presentó a los allí presentes una panorámica de la situación del mercado de la cosmética coreana a nivel mundial. En este sentido, cabe destacar que Corea es el décimo mayor exportador de cosmética en España, según datos correspondientes a 2022, año en el que ha registrado un récord de exportación histórico de cosmética coreana a España con más de 22 millones de euros (+48%). En el año 2017 se produjo un boom de la cosmética coreana en España y es a partir de entonces cuando las exportaciones han ido creciendo de manera exponencial, según explicó Acosta. A nivel mundial, Corea se ha convertido en el tercer mayor país exportador de cosmética en el mundo, sólo por detrás de Francia y Estados Unidos.

### Claves del éxito

El éxito de la cosmética coreana en nuestro país se debe a una serie de factores clave, que son:

- **Constante innovación** en el sector de la cosmética.
- **Grandes inversiones en I+D.** En este sentido, cabe destacar que Corea es el segundo país del mundo que más

invierte en I+D (4,6% del PIB), por detrás de Israel.

- **Alta exigencia de los consumidores.** El consumidor coreano es muy exigente y está siempre deseoso de probar cosas nuevas.

- La innovación conlleva la **popularización de cosméticos nuevos**, conceptos innovadores que luego se han popularizado en mercados occidentales como el *cushion*, la *BB cream*, el formato *stick*, las mascarillas... Todos ellos surgieron primero como tendencia en Corea.

- **Corea como mercado de "early adopters".** Según explicó Acosta, "Corea es un mercado muy interesante para el testeo de nuevos productos, ya que los coreanos no sienten "lealtad" por ciertas marcas o productos de cosmética, sino que les gusta cambiar y probar cosas nuevas, lo que condiciona a su vez la innovación constante por parte de estas empresas". Todo ello sitúa a Corea como primer mercado de "testing" de nuevos productos, además de generar huecos para nuevas marcas y competidores.

- **La rutina de 10 pasos de la cosmética coreana:** limpiador en base aceite, limpiador en base acuosa, exfoliante químico/físico, tónico, mascarilla, esencia, sérum, contorno de ojos, crema de hidratante y protector solar.

### Una distribución cada vez más extendida

"La distribución de cosmética coreana en España está mucho más extendida des-

## MARCAS PARTICIPANTES



### España es el 15º país del mundo y 3º de Europa que más importa cosmética coreana

de el año 2015 –antes de esa fecha, su presencia en este mercado era prácticamente anecdótica– y actualmente es el decimoquinto país del mundo y tercero de Europa que más importa cosmética coreana, y esto se refleja en cómo se encuentra hoy en día la cosmética en tiendas y cadenas de perfumería y cosmética en España, en las que ha pasado de aparecer en tiendas pequeñas de forma muy limitada a estar en casi todas las grandes cadenas de perfumería y cosmética del país con secciones exclusivas en tienda física o como una sección especial en sus tiendas online”, según indicó la responsable de Cosmética de KOTRA Madrid, citando como ejemplos de estas enseñanzas a Primor, Sephora, Druni o Douglas. En este sentido, el encuentro contó con la presencia de una destacada repre-

sentación de la distribución selectiva en España, con la participación de Paula Casanova, del departamento de Compras de Druni; Ana Cervantes, responsable de Formación de Perfumerías Aromas; Beatriz Matas, responsable de Compras de Fund Grube; Alfonso Martín, CEO de Perfumerías Coquetteo; Alicia Fernández, copropietaria de Nadia Perfumería; y Marta Tamayo, copropietaria y directora de Marketing y Comunicación de Le Secret du Marais, así como Julián Díaz, director general de la central de servicios Persé (que engloba 14 cadenas de perfumería –Arenal, Aromas, Clapés, De la Uz, Druni, Fund Grube, Gala Perfumeries, Gotta, Júlia, Marvimundo, Perfumería Prieto, Primor, San Remo y Edén/Xarig Perfumeries– y 1.165 puntos de venta), y Carmen Linares, directora de Compras de Persé. Todos ellos se mostraron

abiertos a todas las novedades en cuanto a cosmética coreana e interesados en saber más sobre este tipo de productos y su destacada presencia en el mercado español. En este sentido, Jerónimo Gracián, Investment Manager de KOTRA Madrid, indicó a los participantes del encuentro que “desde KOTRA queremos ayudar a los retailers de perfumería a la hora de importar productos de cosmética coreana, facilitándole todo lo posible todo lo que ello implica según los productos que busquen y poniéndoles en contacto con aquellos importadores que más les interesen en función de cada modelo de negocio, clientes, etc.”.

#### Lo último en cosmética coreana

El encuentro organizado por BeautyProf y KOTRA Madrid prosiguió con la partici-

## Corea se ha convertido en el tercer mayor exportador de cosmética en el mundo, sólo por detrás de Francia y Estados Unidos

pación de algunos de los distribuidores de marcas de cosmética coreana que dieron a conocer la filosofía de cada una de sus compañías:

- **PIBU Cosmetic.** La creadora de esta marca, Felicitas Medina, señaló que "buscamos la efectividad en todos los productos que distribuimos a través de nuestra web".
- **Organic Lab.** Con tienda física y online, desde Organic Lab buscan "calidad y efectividad en los productos que vendemos y que importamos", aseguró su responsable, Carmen Yepes.
- **Magistral Domain.** Graça y Sheila Matos son las responsables de Magistral Domain, empresa dedicada a la importación de productos de cosmética coreana desde 2021, además de llevar a cabo proyectos de formación (que van más allá del producto) en tiendas.
- **Coboplus.** Siena Choi y Tiffany Lee crearon Coboplus para convertirse en



"un puente entre España y Corea del Sur para traer productos con más agilidad y, además, presentar en España marcas que están en tendencias en Corea del Sur", tal y como señaló Choi.



- **Yoanna Cosmetics.** Esta empresa familiar nació en 2018 de la mano de las hermanas Antonia y Blanca Rudilla "trayendo productos de diferentes países asiáticos, descubriendo así la capacidad de innovación de la cosmética coreana y todo lo que la rodea; finalmente, nos centramos en un sector de marcas más exclusivas de alta gama: Devonine, AWY o S+Miracle", explican añadiendo que "traemos lo último y renovamos constantemente a demanda del cliente".
- **Sylvis Profesional Cosmetics.** Desde Sylvis Profesional Cosmetics cuentan con alrededor de 25 marcas de cosmética coreana que venden principalmente a centros de estética, aunque "ahora contamos con marcas personalizadas para perfumerías", según detalló Juan Vallés, director general de la compañía, que además destacó "la calidad y la innovación constante de la cosmética coreana, junto con los resultados prácticamente instantáneos que ofrece". ●