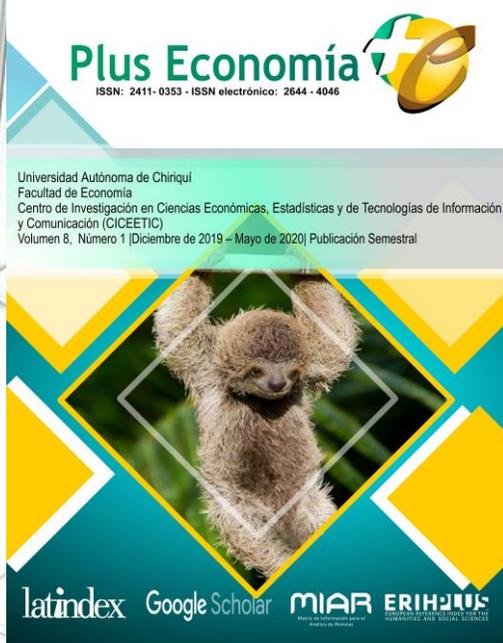




- › Revista Plus Economía
- › ISSN: 2411-0353
- › ISSN electrónico: 2644-4046
- › pluseconomia@unachi.ac.pa
- › Centro de Investigación en Ciencias Económicas, Estadísticas y de Tecnologías de Información y Comunicación, CICEETIC
- › Universidad Autónoma de Chiriquí (UNACHI)
- › República de Panamá



Taymes, Ixys

Conociendo el sector de productos dermocosméticos masivos en Panamá

Vol. 8, Núm. 1, Diciembre 2019 – Mayo 2020

pp. 68-76

Universidad de Panamá, Panamá.



CONOCIENDO EL SECTOR DE PRODUCTOS DERMOCOSMÉTICOS MASIVOS EN PANAMÁ

Ixys Taymes | Universidad de Panamá | correo electrónico: ixistaymes09@gmail.com

Recibido: Abril de 2020

Aceptado: Mayo de 2020

Resumen

Los dermocosméticos son aquellos productos cosméticos en donde sus ingredientes han demostrado eficacia con investigación científica. La industria de cosméticos en Panamá solo abarca el 1,37% de la industria manufacturera, el mercado panameño lo domina la importación proveniente de países como México, Estados Unidos, Colombia y España. La reglamentación principal para el manejo de productos cosméticos incluyendo los dermocosméticos es la Ley 1 de medicamentos reglamentada en el Decreto 95 de 17 de mayo de 2019. La mujer panameña se preocupa principalmente por adquirir productos de uso capilar seguido de productos a nivel corporal (limpieza, hidratación, reductores y reafirmantes). Para la clasificación de productos faciales los más empleados son los de limpieza, hidratación, exfoliación y antiarrugas. La tercera categoría de mayor demanda es la de aromaterapia (jabones, geles, aceite y sales). Otros productos consumidos son los de depilación, podología, desodorantes orgánicos y tratamientos específicos en clínicas estéticas y dermatológicas.

Palabras clave: cosmético, dermocosméticos, capilar, facial, corporal

Abstract

Dermocosmetics are those cosmetic products where its ingredients have been effective with scientific research. The cosmetics industry in Panama only covers 1.37% of the manufacturing industry, the Panamanian market, which dominates imports from countries such as Mexico, the United States, Colombia and Spain. The main regulation for the management of cosmetic products includes dermocosmetics is drug law 1



regulated in decree 95 of May 17, 2019. Panamanian women are mainly concerned with acquiring products for hair use followed by products at the body level (cleaning, hydration, reducing and firming). For the classification of facial products, the most used are those of cleaning, hydration, exfoliation and anti-wrinkle. The third category with the highest demand is aromatherapy (soaps, gels, oil and sales). Other products consumed are hair removal, podiatry, organic deodorants and specific treatments in aesthetic and dermatological clinics.

Palabras claves: cosmetic, dermocosmetics, capillary, facial, body

Introducción

El uso de artículos de belleza y cuidado personal (incluyendo productos dermocosméticos) se ha incrementado de forma masiva en los últimos años, muchas personas se preocupan cada día más por su apariencia, y otras buscan tratamientos específicos.

Para introducirnos al tema, lo primero es conocer que los cosméticos han sido definidos como: "Toda aquella sustancia o mezcla destinada a ser puesta en contacto con las partes superficiales del cuerpo humano (epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos) o con los dientes y las mucosas bucales, con el fin exclusivo o principal de limpiarlos, perfumarlos,

modificar su aspecto, protegerlos, mantenerlos en buen estado o corregir los olores corporales" (Resolución N°231,2008)

El término dermocosmético, amplía la definición de cosmético, al referirse a productos en donde sus ingredientes han demostrado eficacia con investigación científica, ofreciendo una solución a problemas que afectan la piel o el cuero cabelludo (Rodríguez, 2017).

Los productos cosméticos y dermocosméticos pueden ser clasificados en relación a varios parámetros: en cuanto a su forma cosmética, según su función y zona de aplicación habitual



En cuanto a su forma cosmética se definen por el tipo de preparación dependiendo de los ingredientes activos, excipientes, aditivos y correctores añadidos; entre ellos podemos mencionar disoluciones (lociones); emulsiones como cremas, champús y jabones; suspensiones dentro de las cuales tenemos bases y geles; sólidos en polvo y en barra. Dentro de esta misma clasificación de forma cosmética también se pueden mencionar productos que depende del tipo de dispositivo dosificador para su formación como espumas, aerosoles, pulverizadores entre otros.

Según su función se pueden clasificar como de higiene, acondicionamiento, mantenimiento, protección, decorativos y tratamiento. Y la última clasificación presentada en este artículo es la de zona de aplicación habitual o lugar de acción facial, corporal, podología, nanotecnología, etc. (Martínez, 2012). Estas dos últimas clasificaciones han sido empleadas para el presente estudio de mercado.

El Mercado Cosmético

Cifras de CentralAmericaData.com (2020) indican que, para Centroamérica, el principal importador de productos cosméticos y cuidado personal entre enero y septiembre 2019 fue Guatemala con \$86 millones, seguido de Costa Rica con \$81 millones, El Salvador con \$71 millones, Panamá con \$59 millones, Honduras con \$42 millones y Nicaragua con \$35 millones.

El valor de las importaciones a Centroamérica, provino de países como México, Estados Unidos, Colombia y España. En los últimos 8 años Colombia ha sido el país con mayor crecimiento en estas importaciones, dado que en 2012 representaba el 8% del total de las compras centroamericanas y en 2018 esa proporción alcanzó el 11%.

Existe muy poca información plasmada del mercado cosmético en Panamá, la embajada española, en un estudio de 2005, indicó que Panamá solo abarca 1,37% de la industria manufacturera cosmética. El mercado está dominado por productos importados, principalmente de uso



capilar, maquillaje, belleza, aseo personal y perfumería; hasta la fecha no existen políticas de carácter sectorial para este rubro.

Las grandes firmas de perfumería y cosméticos internacionales establecen contratos de distribución con un reducido número de distribuidoras de larga trayectoria en Panamá, ya que les ahorran tiempo, dinero y evitan numerosos problemas de logística y registro sanitario. (Arregui, 2005).

Normativas y Legislación

A nivel centroamericano los países de la región han venido desarrollando en conjunto Reglamentos Técnicos Centroamericanos (RTCA) con la finalidad de la integración económica. Estos RTCA para cosméticos describen temas como: registro, inscripción sanitaria, etiquetado, verificación de la calidad, reconocimiento mutuo y buenas prácticas de manufactura (Resolución N° 231, 2008). En la III Ronda Aduanera Centroamericana el 21 de junio de 2013, Panamá acepta adoptar gradualmente estos reglamentos para distintos rubros

económicos, pero hasta la fecha se mantiene en negociaciones para total adopción de los mismos.

La reglamentación principal para manejo de productos cosméticos (incluyendo dermocosméticos) en la República de Panamá es la Ley 1 de medicamentos, reglamentada durante casi 20 años en el decreto 178 del 12 de julio de 2001, modificado por el Decreto Ejecutivo 95 del 17 de mayo de 2019.

Este último presenta procedimientos a seguir frente a la Dirección Nacional de Farmacias y Drogas en cuanto a: tasas por servicio para distintos trámites; obligaciones en la importación, fabricación, distribución y comercialización de productos cosméticos, similares y de higiene personal en el territorio panameño (Decreto Ejecutivo N° 95,2019).

Métodos

El siguiente estudio es de tipo exploratorio, bajo el enfoque cuantitativo, realizamos un sondeo mediante encuestas vía telefónica y personalmente en la ciudad de Panamá



a clínicas estéticas, dermatológicas y empresas distribuidoras (de comercios al por menor y supermercados) para verificar productos dermocosméticos masivos de mayor demanda en Panamá.

Objetivo General

- Conocer la demanda del mercado de productos dermocosméticos masivos en Panamá.

Objetivos Específicos

- Establecer productos dermocosméticos masivos de mayor uso según su función.
- Verificar porcentaje de demanda en el mercado panameño según clasificación.

Población

La muestra fue calculada probalísticamente, tomando como población el levantamiento realizado en directorio telefónico 2016 – 2017 y páginas amarillas de internet empleando palabras claves como: distribuidora cosmético panamá, dermocosméticos, clínica estética,

clínica dermatológica. Encontrándose 72 establecimientos en la ciudad de Panamá de este tipo y realizando el cálculo de la muestra de la siguiente manera:

Población = 72

Nivel de confianza = 95%

Grado de Error = 5%

$n = (Z^2pqN) / ((N-1)E^2 + Z^2pq)$

$n = ((1.96)^2 (0.5) (0.5) (72)) / ((72-1) (0.05)^2 + (1.96)^2(0.5) (0.5))$

$n = ((3.8416) (0.25) (72)) / ((71) (0.0025) + (3.8416) (0.25))$

$n = ((3.8416) (0.25) (72)) / ((71) (0.0025) + (3.8416) (0.25))$

$n = 69.1488 / 1.1379$

$n = 61$

Se realizaron entrevistas vía telefónica y personalmente empleando cuestionario con preguntas cerradas previamente elaborado a 61 establecimientos anteriormente descritos. Los datos fueron tabulados y presentados en gráficos, por categorías de productos de mayor uso y distribución.

Resultados

Mediante el sondeo del mercado verificamos que el 98% de los productos dermocosméticos masivos consumidos en Panamá son importados. La mujer panameña se



preocupa principalmente por su cabello, por lo que los productos capilares son los de principal consumo; seguido están los de uso facial, corporal y aromaterapia. De uso facial están los de limpieza e hidratación, exfoliantes y antiarrugas.

A nivel corporal los más empleados son para limpieza e hidratación, reductores, anticelulíticos, relajantes, reafirmantes, exfoliantes y anti estrías. Ya productos como aceites, geles y jabones de baños son los más empleados a nivel de aromaterapia. A continuación, se presentan la tabla 1 y las figuras 1, 2, 3, y 4 con resultados obtenidos, tomando en consideración que el sondeo fue realizado hacia los productos no capilares.

Tabla 1:
Productos dermocosméticos masivos según clasificación de zona de aplicación y función de mayor demanda en distribuidoras, clínicas estéticas y dermatológicas en Panamá.

Clasificación	Formulación Cosmética - Según Función
Facial	Limpieza, hidratación y tonificación
	Exfoliantes/ Peeling
	Antiarrugas, regeneradores tisulares
Corporal	Despigmentantes/ antiacné (cosmético medicado, no incluido en el estudio)
	Limpieza e hidratación / Relajante /Exfoliante
	Reductoras / Anticelulítica
Aromaterapia	Reafirmantes/ Tonificantes/ cicatrizantes/ Estrías
	Aceites masajes / Sales, jabones, geles y espuma de baño
Podología	Hidratantes/ Relajantes / Antisépticos / Control Sudoración
Depilación	Goma de depilación/ Geles y lociones refrescantes
Otros	Desodorantes Orgánicos / Tratamientos estéticos individualizados.



Porcentaje de Distribución de Productos Dermocosméticos

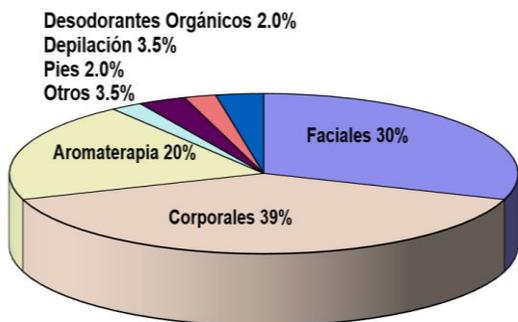


Figura 1: Porcentaje de distribución de principales productos dermocosméticos distribuidos, entre el año 2016 y 2017.

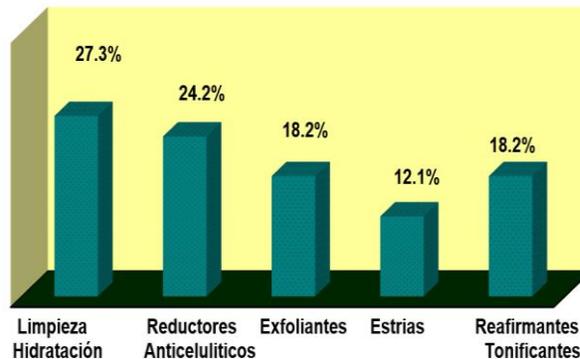


Figura 3: Porcentaje de distribución de productos para reducción, anticelulíticos, hidratantes, exfoliantes, anti estrías, reafirmantes y tonicantes corporales; entre el año 2016 y 2017.

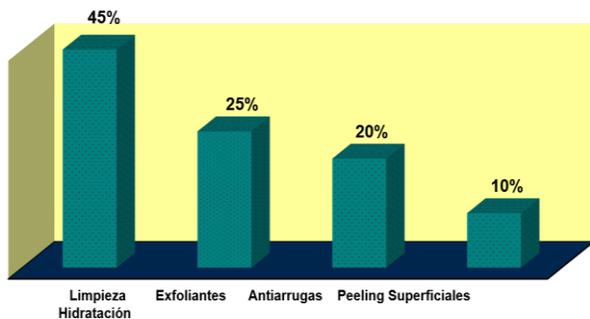


Figura 2: Porcentaje de distribución de productos para limpieza, hidratación, exfoliación y disminución de arrugas, entre el año 2016 y 2017.

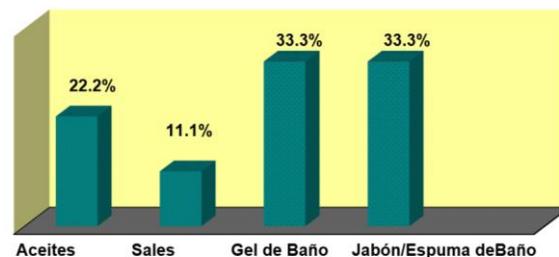


Figura 4: Porcentaje de distribución de productos para aromaterapia, entre el año 2016 y 2017.



Discusión

La industria de cosméticos en Panamá solo abarca el 1,37% de la industria manufacturera, el mercado panameño lo domina la importación de productos capilares, maquillaje, belleza, aseo personal y perfumería; procedente de países como México, Estados Unidos, Colombia y España.

La reglamentación principal para el manejo de productos cosméticos incluyendo los dermocosméticos es la Ley 1 de medicamentos reglamentada en el Decreto 95 de 17 de mayo de 2019.

La mujer panameña se preocupa principalmente por adquirir productos de uso capilar (no era objeto de este estudio) y con referencia a los otros productos dermocosméticos a nivel corporal los de mayor demanda son los de limpieza, hidratación seguidos de reductores y reafirmantes. Para la clasificación de productos faciales los más empleados son los de limpieza, hidratación, exfoliación y antiarrugas.

Para la categoría de aromaterapia los más buscados son los jabones y geles de baño seguido de aceite y sales.

Otros productos dermocosméticos también consumidos por la población panameña son los de depilación, podología, desodorantes orgánicos y para tratamientos estéticos específicos.

Referencias

- Arregui, B. (2005) Panamá: Cosméticos y Perfumes; Oficina Comercial de la Embajada de España en Panamá. Panamá, agosto 2005.
- Centralamericadata.com. (2020) Cuidado personal: ¿Qué le interesa al consumidor? Recuperado en: https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Cuidado_personal_Qu_le_interesa_al_consumidor.
- Decreto Ejecutivo N° 178, que reglamenta la ley 1 de 10 de enero de 2001, sobre medicamentos y otros productos para la salud humana. Gaceta Oficial 24344, Panamá, 12 de julio de 2001.
- Decreto Ejecutivo N° 95, que reglamenta la ley 1 de 10 de enero de 2001, sobre medicamentos y otros productos para la salud humana. Gaceta Oficial 28776-B, Panamá, 17 de mayo de 2019.
- LEY N°1. Sobre medicamentos y otros productos para la salud Humana. Gaceta Oficial 24218, Panamá 12 enero 2001.
- Martinez J. (2012) Cosmetología, Tema 3: Los Cosméticos: Características Generales. Recuperado en: <https://docplayer.es/4277028-Cosmetologia-tema-3-los->



cosmeticos-caracteristicas-
generales.html.

Resolución N°231 2008 COMIECO-L El
consejo de Ministros de Integración
Económica. San Salvador, EL
Salvador, 26 de junio de 2008.

Rodríguez, L. (2017). Dermocosmético
y cosmético ¿Conoces la
diferencia? Recuperado en:
<https://www.hautboutique.com/cosmetico-y-dermocosmetico/>.