

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bogotá

El sector de maquinaria y equipos para la estética y la belleza en Colombia

El sector de maquinaria y equipos para la estética y la belleza

Este informe ha sido realizado por la Oficina
Económica y Comercial de la Embajada de España en
Bogotá

Febrero 2005

INDICE

1. ●	INTRODUCCIÓN	6
1.1.	SITUACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA	6
2. ●	DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL SECTOR	8
2.1.	DESCRIPCIÓN DEL SECTOR	8
2.2.	PARTIDAS ARANCELARIAS	9
2.3.	FUENTES DE INFORMACIÓN	9
3. ●	PANORAMA GENERAL DEL SECTOR	12
4. ●	ANÁLISIS DE LA OFERTA	14
4.1.	PRODUCCIÓN NACIONAL Y PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES	14
4.2.	PRODUCCIÓN EXTRANJERA	17
4.3.	OFERTA ESPAÑOLA	21

5.	● NORMAS TÉCNICAS, ARANCELES, IMPUESTOS Y REGISTROS	23
5.1.	NORMAS TÉCNICAS	23
5.2.	ARANCELES E IMPUESTOS	24
7.	● ANÁLISIS DE LA DEMANDA	27
7.1.	TENDENCIAS DEL COMERCIO	27
7.2.	PERFIL DEL CONSUMIDOR	28
7.3.	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES MERCADOS	¡Error!
	Marcador no definido.	
7.4.	PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	¡Error! Marcador no definido.
8.	● ANÁLISIS DEL COMERCIO	30
8.1.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y PRINCIPALES DISTRIBUIDORES	30
8.2.	PRECIOS Y MÁRGENES COMERCIALES	33
9.	● OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ESPAÑOLA	35
10.	● EMPRESAS RECOMENDADAS	36

11 ● ANEXOS

41

1. INTRODUCCIÓN

1.1. SITUACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA

Cuadro 1: Principales datos macroeconómicos.

	2001	2002	2003
PIB (millones de USD a precios corrientes)	81.789	80.804	77.403
Crecimiento del PIB Real (%)	1,4	1,6	3,6
PIB / Per cápita (USD)	1.922	1.887	1.832
Inflación Anual (% a fin de periodo)	7,6	7,0	6,49
Tasa de Cambio (respecto al dólar a final de año)	2.291	2.864	2.778
Tipos de interés de intervención del Banco Central	9,0	9,5	7,13
Déficit Público (% sobre el PIB)	-3,2	-3,6	-2,8
Balanza por Cuenta Corriente (%PIB)	-0,16	-1,49	-1,0
Exportaciones (millones de USD)	12.772	12.303	9.967,3 (sep)
Importaciones (millones de USD)	12.269	12.077	9.784,4 (sep)
Deuda Externa (millones de USD)	38.980	37.340	38.191 (oct)
Deuda Externa (% PIB)	43,7	47,3	48,8
Reservas Internacionales (millones de USD)	10.192	10.840	10.921

Fuente: DANE, DNP, Banco de la República.

El **crecimiento real** de la economía colombiana ha mantenido una senda de estabilidad a lo largo de la última década, sólo interrumpida por la crisis de 1999, año en que se registró una caída del 4,3% en el PIB. La recuperación de 2000 (2,7%) dio paso a una etapa de crecimientos moderados en 2001 y 2002. En 2003 se registró un crecimiento real del PIB del 3,6%, muy superior a las previsiones iniciales de Gobierno y analistas, y se espera alcanzar el 3,8% en el presente año.

Esta nueva fase de crecimiento económico se ha desarrollado bajo las siguientes condiciones:

- Un contexto externo que durante el primer semestre fue netamente desfavorable, pero que en la segunda mitad del año, especialmente por los buenos resultados de la economía estadounidense, mostró claros síntomas de recuperación.
- Una significativa mejora de los precios energéticos en el mercado internacional.
- La mejora en las expectativas empresariales internas, motivada principalmente por el amplio apoyo popular que mantiene el Gobierno del Presidente Uribe y por los recientes avances en política comercial con terceros países, destacando la apertura del proceso de negociación de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

- Una política monetaria controlada, que ha permitido mantener la liquidez de la economía y tasas de interés reales relativamente bajas, respecto a los estándares históricos nacionales.

La fuente principal de crecimiento ha sido de origen interno, principalmente por la recuperación de la inversión privada. De igual forma, destaca el mayor dinamismo en el consumo de los hogares. Sectorialmente, la mayoría de los sectores presentaron crecimientos por encima de lo previsto el pasado año, destacando la minería, construcción, sector financiero, transportes, industria manufacturera y comercio minorista.

En materia de **precios**, en los últimos años se ha mantenido una tendencia hacia la reducción del IPC, cerrando el pasado año en 6,49%, aún por encima de las previsiones iniciales (6%). La previsión oficial para 2004 es de 5,5%.

Respecto al **desempleo** del país, después de alcanzar una tasa de desempleo máxima del 20,5% a finales del año 2000, el país ha logrado moderar estas tasas. El 2003 se cerró con una tasa del 12,3% a nivel nacional y 14,7% en las 13 ciudades principales. Se espera que en 2004 se mantenga alrededor del 13%.

En el ámbito **fiscal**, el acuerdo del gobierno firmado en 2002 con el FMI contemplaba un fuerte ajuste fiscal que redujo el déficit público al 4% en ese año. El objetivo fijado para 2003 tuvo que aumentarse del 2,5% al 2,8%, debido básicamente a la aprobación de adiciones presupuestarias (0,6% del PIB), la caída en los ingresos tributarios y la no aprobación del referendo. El Plan Financiero del Gobierno para 2004 estima un déficit público del 2,5%.

Finalmente, el **tipo de cambio** del peso colombiano frente al dólar sufrió en 2002 una devaluación del 25%. Las previsiones apuntaban a que la tendencia devaluacionista iba a continuar el pasado año, pero la subida del dólar se invirtió desde abril de 2003 y en el último año se acumula una revaluación del peso de 9,27%, hasta situarse en 2.682 pesos por dólar el pasado 1 de marzo. El tipo de cambio del euro se situaba en esa misma fecha a 3.347 pesos.

2. DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

2.1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

La siguiente nota sectorial tiene como objetivo ofrecer una visión detallada del mercado en Colombia de todos los **aparatos y equipos que guardan una relación directa con la estética**, las cosmetología y la belleza, incluidos también los aparatos de cirugía estética. El motivo que nos ha llevado a realizar el presente estudio se debe al desarrollo tan espectacular que han tenido en Colombia todos estos productos en los últimos diez años.

Por lo tanto, el presente estudio incluye todos los equipos y maquinaria destinada a mejorar la estética corporal y facial, como los aparatos de hidromasaje, de electro estimulación, las máquinas de rayos UVA, los aparatos de rayos X o ultrasonido y los equipos de gimnasio o los aparatos de cirugía estética destinados exclusivamente a tal fin (sin incluir los de la cirugía médica en general). No cabe duda de que es un campo muy extenso y sensiblemente fragmentado, además del hecho de que se trata de un sector vanguardista y en constante evolución, por lo que hemos decidido agrupar los siguientes subsectores para dar una referencia exacta y concreta de los productos incluidos en el informe:

1. **Equipos para masajes y electroestimulación**, gimnasia pasiva y todos los aparatos de mecanoterapia que tengan una aplicación en el campo de la estética. En dicho subsector incluimos, entre otros, los aparatos de vacuumterapia e hidromasajes, los equipos de electro estimulación o los aparatos de termoterapia, como las mantas térmicas para el adelgazamiento y el resto de equipos de termoadipolisis. Todos estos aparatos tienen aplicaciones estéticas (eliminación de celulitis, moldeado corporal, levantamiento de glúteos, reducción de arrugas, reafirmación muscular, masaje relajante o drenaje linfático), pero es muy importante tener en cuenta que tienen también una gran aplicación médica en los tratamientos pre y post quirúrgicos, sobre todo en las operaciones de liposucción y lipectomía, así como en algunos tratamientos terapéuticos.
2. **Máquinas de bronceado** a partir de rayos ultravioletas, máquinas de **dermoabrasión** para el rejuvenecimiento de la piel, aparatos de **láser**, aparatos de **ultrasonido** y el resto de aparatos que tengan una aplicación en el tratamiento de la piel. Como en el anterior subsector, todos estos aparatos tienen una aplicación tanto estética como médica (tratamiento de estrías, cicatrices, melanomas, estimulación del metabolismo celular y de la circulación sanguínea, tratamientos desinflamatorios y analgésicos, etc.)
3. **Aparatos de depilación eléctricos**, así como todos los accesorios e instrumental que lo acompañan. En este subsector se incluyen tanto los aparatos de depilación profesional que utilizan los centros de estética y belleza como los pequeños aparatos eléctricos de uso doméstico

4. **Equipos y aparatos de gimnasio.** En este subsector se incluye toda la aparatología utilizada en los gimnasios y centros para la cultura física, como las pesas, los bancos de pesas, los andadores, las bicicletas estáticas, etc. Pese a que este sector se encuentra un poco más separado de los anteriores aparatos, su vinculación al sector de la belleza y la estética es innegable, por lo que hemos decidido incluirlo dentro del presente informe.

2.2. PARTIDAS ARANCELARIAS

El método que utilizamos para clasificar estos subsectores es a partir de la clasificación arancelaria del **Arancel Armonizado de Colombia**, cuyas cuatro primeras cifras coinciden con la nomenclatura arancelaria del TARIC. Es importante destacar que existe una cierta ambigüedad a la hora de introducir unos productos por una u otra partida arancelaria. Según información facilitada por diferentes agentes de aduanas, a veces un mismo producto entra por una partida y otras veces por otra. Uno de los muchos ejemplos es el de los aparatos de electro estimulación, que algunos distribuidores lo importan a través de la partida 9019100000 (aparatos de mecanoterapia) y otros a través de la 9506910000 (aparatos de gimnasia). Esta situación se debe en gran parte al vacío legal existente con estos aparatos en Colombia (algo que se analizará en el epígrafe 5 “Normas Técnicas, Aranceles e Impuestos”), lo que supone que muchas veces el importador declare su importación a través de la partida con un tipo arancelario más bajo. Esta situación se encuentra favorecida por la multitud de diferentes tipos arancelarios existentes en Colombia para productos similares. Por otra parte, todos estos aranceles se cruzan con los aparatos de medicina en general, puesto que no existe un apartado en el arancel que contemple específicamente este sector de instrumentos y equipos para la belleza y la estética, por lo que es importante tener en cuenta qué parte de las cifras ofrecidas corresponden a este sector y qué parte corresponden al sector de la medicina en general; en este sentido es complicado establecer una distinción clara.

Cuadro 2. Partidas arancelarias incluidas en el estudio.

Partida arancelaria	Descripción
9019100000	Aparatos de mecanoterapia, aparatos para masajes y aparatos de sicotecnia.
9018901000	Los demás instrumentos y aparatos electromédicos para cirugía
9506910000	Artículos y material para la cultura física y gimnasia.
8510300000	Aparatos de depilar con motor eléctrico incorporado.
9018200000	Aparatos de rayos ultravioleta e infrarrojos.
9033000000	Partes y accesorios de las máquinas comprendidas en el capítulo 90.

2.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

Si por algo se caracteriza el sector objeto del estudio es por la **fragmentación** y por la incomunicación entre las diferentes empresas que componen el mercado. Esta fragmentación es consecuencia de una actitud muy independiente de las empresas a la hora de actuar, en un **sector vanguardista** donde parece que la confidencialidad es la norma. Pocas son las empresas que se aventuran a ofrecer datos económicos ni su visión sobre el mercado. La consecuencia de esta situación es la **escasez de asociaciones gremiales** que puedan ofrecer una información agregada. Al ser un sector relativamente

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

nuevo, no existe una cámara sectorial que nos ofrezca datos al respecto, algo que concuerda con el vacío legal existente en el sector. Existe sin embargo una asociación llamada **APROFEST** (Asociación de Profesionales de la Estética), compuesta por las 25 empresas más representativas del sector entre importadores, distribuidores y fabricantes, en la que nos hemos apoyado mucho para la realización del estudio. Dicha asociación tiene como objetivo principal la unión de esfuerzos e intereses de cara a ferias del sector (principalmente el Salón Internacional de Estética “Belleza y Salud” que se celebra en Bogotá cada año en agosto) además de la consecución de una serie de reglamentaciones y normas en el sector. Aparte de Aprofest existen otras asociaciones y organismos como la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica (SCCP), FENALCO (Federación Nacional de Comerciantes), la Secretaría de Sanidad y ACCYTEC (Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología Cosmética).

- Principales asociaciones del sector:

1. Aprofest (Asociación de Profesionales de la Estética)

Dirección: Cra. 68 – 49 –34 Bogotá

Teléfono: 00 57 1 425 06 30

Web: www.aprofest.com

Representante: Jose Luis Guevara y Gloria Astrid Sanabria

2. Accytec (Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología Cosmética)

Dirección: Cll 64ª - 36ª - 10 Bogotá

Tel. 00 57 1 631 09 15

Representante: Luis Guillermo Solórzano

3. Sccp (Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica)

Dirección: Av 15 No. 119 A- 43 Oficina 406

Tel. 214-0462 , 612-7774, 213-9028 Bogotá

Representante: Omar Pacheco

Web: www.sccp.org.co

En todo caso, la información recopilada por estas asociaciones es escasa, por lo que el grueso de la información la hemos recopilado de las diferentes empresas del sector con las que nos hemos entrevistado.

- Empresas del sector entrevistadas:

1. **Ultramedic S.A.**

Persona entrevistada: Manuel F. Zarama (Director Financiero) y Marcela González (Gerente General)

Dirección: Cll 101 – 21 – 13 Bogotá D.C.

Comentarios: Distribuidora de equipos de mecanoterapia y aparatos de electroestimulación

2. **Dermocell Technologies**

Personas entrevistadas: Germán A. Cardozo (Gerente de Estrategia) y Diego Rojas (Subgerencia comercial)

Dirección: Cll 108 A – 16 – 26 Bogotá D.C.

Comentarios: Fabricante de equipos de mecanoterapia y aparatos de electroestimulación.

3. **Alsora Ltda.**

Persona entrevistada: Alexandra Torres (Directora Comercial)

Dirección: Transversal 20 - 116-35 Bogotá D.C.

Comentarios: Importadores distribuidores de equipos para la estética, en concreto de la marca española Sorisa.

4. Presinve Ltda

Persona entrevistada: Ignacio Navas (Gerente General)

Dirección: Cra 13 – 98 – 48 Bogotá D.C.

Comentarios: Importadores distribuidores de cámaras bronceadoras y demás equipos de estética alemanes.

5. Suppliesthetic

Persona entrevistada: Luis Guillermo Alfaro (Gerente General)

Dirección: Transversal 19 – 118 – 41

Comentarios: Importadores de máquinas de estética y cosméticos italianos.

6. Aprofest

Persona entrevistada: Jose Luis Guevara (Presidente Asociación)

Dirección: Cra. 68 – 49 –34 Bogotá

Comentarios: Asociación sectorial

7. Formax8

Persona entrevistada: Luis Alberto Parra (Gerente General)

Dirección:

Comentarios: Empresa fabricante y distribuidora de máquinas de termoterapia (mantas térmicas)

3. PANORAMA GENERAL DEL SECTOR

Tras entrevistarnos con las empresas más representativas del sector, estimaciones de Aprofest y analizar el comportamiento de la demanda, nos atrevemos a afirmar que el mercado de los equipos para la estética del presente estudio movió en Colombia en 2002 aproximadamente **50 millones de dólares**. Este valor revela una trascendencia mayor que en Europa o Estados Unidos en términos relativos; es decir, aunque en valores agregados la cifra que mueve este mercado en Colombia no sea muy alta, lo cierto es que el ciudadano medio colombiano se gasta un porcentaje mucho mayor de su presupuesto en estética y cirugía de lo que lo hace un europeo o un norteamericano. En el análisis del comportamiento de la demanda veremos como el colombiano, sobre todo la mujer, se encuentra especialmente vinculado a estos tratamientos estéticos y a las operaciones de cirugía.

Es muy importante matizar exactamente qué se incluye en los 50 millones de dólares estimados: esta cifra se obtiene tras sumar la **producción local** de los aparatos incluidos en el estudio (epígrafe 2.1) **más las importaciones de aparatos extranjeros** (que oscilan entre el 40 y el 50 % del total de los productos) y **restarle las exportaciones** (que en este caso son poco significativas). Lo fundamental para entender las cifras con que nos movemos es que en la anterior estimación no se tienen en cuenta los ingresos generados por la prestación de los servicios de las numerosas clínicas de estética, belleza, peluquerías, gimnasios, dermatólogos independientes, esteticistas... que utilizan estos aparatos y que se distribuyen por todo el territorio colombiano. En el caso del presente informe estos centros son precisamente los demandantes y consumidores de este tipo de productos, y no los oferentes como cabría suponer a primera vista. Por poner un ejemplo, para el caso de un equipo de electro estimulación, los principales demandantes son los centros de estética y los gimnasios, que luego con dicho aparato prestan un servicio al consumidor final. Este consumidor final puede hacerse en algún caso con aparatos de electro estimulación directamente, pero para este caso sí que se incluiría dicho gasto en la estimación anterior.

Por lo tanto, de la anterior afirmación se deduce que si tratáramos de estimar una cifra agregada de los ingresos de todos estos centros de belleza, estética y cultura física con la prestación de servicios mediante el uso de estas máquinas, el importe se dispararía hasta límites sorprendentes. En cualquier caso, centrándonos en la cifra anteriormente delimitada, el tamaño de mercado estimado supone aproximadamente un **0,06% del PIB Colombiano** medido a precios corrientes del 2002.

En cuanto al **nivel de empleo ocupado en el sector**, si nos centramos en ese porcentaje del PIB, podemos estimar unos **10 mil empleados** centrados en la producción, distribución y comercialización de este tipo de productos. De igual modo, si extendiéramos la estimación a todas las personas que prestan servicios con este tipo de aparatos empleadas en centros de belleza, estética, gimnasios y demás, la cifra evidentemente se dispararía, según datos de la ANDI a más de 100 mil empleados. Aunque esta última cifra no es la que valoramos a la hora de analizar la oferta, es muy representativa para hacernos una idea de lo que supone en Colombia el mercado de la estética.

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Agrupando los aranceles delimitados el epígrafe 2.2, y de acuerdo con cifras facilitadas por la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), podemos afirmar que en el **2002 Colombia importó un total aproximado de 21 millones de dólares** valorados a precios FOB de valor de importación de las facturas comerciales. Esta cifra de importación se divide en más de 130 empresas, instituciones, asociaciones, escuelas de formación, clínicas de cirugía, etc, que importan este tipo de productos, lo que es un indicativo del grado de atomización y fragmentación de este mercado.

En cuanto a la producción local que se destina a mercados de exportación podemos afirmar que muy pocas son las empresas que se aventuran a la búsqueda de mercados exteriores. Tan sólo algunas empresas, como por ejemplo Dermocell (empresa fabricante de equipos de vacuumterapia) exportan, por lo que en general la producción local se destina íntegramente al mercado local.

El **crecimiento en la década de los 90** de este mercado fue espectacular, y si bien a finales de dicha década el crecimiento se contrajo por el retroceso tan marcado que experimentó el país, este ritmo de desarrollo ha vuelto a los niveles anteriores. En las grandes ciudades de Colombia, como Bogotá, Cali, Medellín o Barranquilla, es sorprendente el grado de implantación de clínicas de cirugía estética, esteticistas, centros de adelgazamiento y gimnasios, hasta el punto de que podemos afirmar que Colombia es uno de los países de Sudamérica y del mundo más concienciados con la estética.

En cuanto a las **perspectivas de crecimiento** de este mercado, las diferentes empresas y asociaciones del sector coinciden en pronosticar un **desarrollo aun mayor** en los próximos años que en los años precedentes. El crecimiento de este sector ha sido y seguirá siendo sustancialmente mayor que el de la industria en general debido a ciertos cambios recientes en el comportamiento de la demanda y el consumidor, en una sociedad cada vez más concienciada con la estética y con un mayor poder adquisitivo. Estas características de la demanda las analizaremos detalladamente en el capítulo 7.

4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

4.1. PRODUCCIÓN NACIONAL Y PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES

Según datos de las diferentes empresas entrevistadas y de Aprofest, nos atrevemos a decir que la **producción nacional supone entre un 55 y un 60 % del total del mercado**, con una cifra aproximada de 28 millones de dólares en 2002 valorado a coste de producción de estos aparatos, procediendo el 40 – 45 % restante del mercado exterior (fundamentalmente a través de importadores – distribuidores, siendo casi despreciable el porcentaje proveniente de filiales de multinacionales).

Es importante destacar que si bien el mercado se caracteriza por una saturación de centros de belleza, estética, gimnasios y centros de cirugía que trabajan con este tipo de productos que analizamos, lo cierto es que **la fabricación local de esos productos se concentra en manos de pocas empresas locales especializadas**. A la vista del crecimiento experimentado por el mercado en los últimos años y de las perspectivas de desarrollo para el futuro, podemos predecir posibilidades para futuras empresas que quisieran entrar a competir en el mercado, especializándose en nuevos nichos de mercado que van surgiendo en un mercado como éste, vanguardista y pendiente de las nuevas tecnologías.

El hecho de que sean pocas las empresas locales que se dedican a la fabricación de este tipo de productos junto a las potencialidades evidentes de este mercado está suponiendo la aparición de **nuevas compañías que presionan a la baja los precios**, lo que favorece la competitividad y una creciente especialización para asegurarse una cuota representativa del mercado. Sin embargo, esta presión a la baja de los precios también ocasiona un **detrimento en la calidad de los productos ofertados** por parte de las industrias fabricantes del sector, algo especialmente grave cuando se trata de servicios relacionados directamente con la salud. En Colombia no es extraño encontrarse con aparatos de este tipo a muy bajo precio que no cumplen con los requisitos de calidad considerados aceptables. Este factor negativo se ve favorecido por el hecho de que en Colombia **no hay un sistema de normalización de calidad** de estos productos debidamente definido. Recientemente diferentes organismos como Fenalco (Federación Nacional de Comerciantes), la Secretaría de Salud, y Aprofest (Asociación de Profesionales de la Estética) han entablado conversaciones para tramitar la modificación de la ley 711, donde se pretende incluir una reglamentación armonizada para la entrada al mercado de este tipo de productos y la exigencia de certificaciones de calidad obligatorias. Se pretende por tanto que los productos que entren en este mercado cumplan con las mismas normativas técnicas que en Europa o Estados Unidos. Los productos importados cumplen con una serie de reglamentaciones que no cumplen los productos locales. Muchas empresas locales encuentran en este vacío normativo una ventaja, como se analizará posteriormente en el capítulo de obstáculos comerciales.

Esta anterior situación supone que muchas **empresas locales encuentran sumamente difícil aventurarse en la exportación de sus productos** porque desconocen las normativas reguladoras que exigen en los países de la Unión Europea o Estados Unidos. Sin embargo, ya hay algunas empresas del

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

sector que están empezando a conocer lo que se exige en estos países y que cuentan ya con experiencia exportadora en los mercados vecinos de Perú, Venezuela o Ecuador. En cualquier caso, las exportaciones no llegan a un 8% del total del mercado mientras que las **importaciones superan holgadamente el 40%**. Además, el porcentaje de participación del producto importado sería aun mayor si lo valoráramos a precios de venta, ya que el producto importado es bastante más caro que el nacional puesto que soporta mayores costes de entrada en el mercado. Todo esto no hace sino evidenciar que el mercado se encuentra absolutamente vinculado a las importaciones y parece que lo seguirá haciendo en el medio y largo plazo.

Cuadro 3: Principales fabricantes locales:

1.

Nombre de la empresa	DERMOCELL TECHNOLOGIES
Contacto	Germán A. Cardozo M. (Gerente de Estrategia) Diego Rojas (Subgerencia Comercial)
Teléfono	00 57 1 629 37 80
Fax	00 57 1 524 97 01
Mail	Germancardozo@dermocell.com / diegorojas@dermocell.com
Web:	www.dermocell.com
Dirección	Cll 108 A – 16 – 26 Bogotá D.C.
Comentarios: Dermocell es con diferencia el principal fabricante local de equipos para masajes, mecanoterapia, vacuumterapia, electroestimulación y otros aparatos como dermoabrasión, carboxiterapia o equipos de ultrasonido. Es una empresa totalmente colombiana que cuenta con una gran experiencia exportadora, con sucursales en Venezuela, Ecuador, Panamá, Costa Rica, México, Estados Unidos (con oficina propia en Miami), Bélgica, Holanda y Luxemburgo, contando además para muchos de sus productos con el permiso de la FDA para exportar. La planta de producción la tienen en Bogotá. Ofrecen productos calidad y vanguardistas a precios sumamente competitivos. Sólo son importadores de materias primas y productos intermedios (como motores eléctricos o todo tipo de componentes). Prácticamente no cuentan con distribuidores ajenos porque a través de su fuerza comercial hacen llegar el producto a todos los profesionales del sector. Manejan productos de uso profesional (no venta al público)	

2.

Nombre de la empresa	FORMAX 8
Teléfono	5 - 357 37 02
Fax	357 26 50
Contacto	Luis Alberto Parra – Gerente General
Fecha fundación	1999
Mail	Luisalbertoparra@formax8.com
Web:	www.formax8.com
Dirección	Cra 47 – 85 – 75 Barranquilla
Comentarios: Formax8 fabrican y comercializan en concreto equipos de termoterapia (como por ejemplo mantas térmicas para el adelgazamiento) a parte de la venta de productos y cremas de tratamiento estético. Son líderes del sector en su campo y tienen toda una fuerza de distribución en el país, así como en los países vecinos: Ecuador, Panamá y Venezuela	

3.

Nombre de la empresa	BEAUTY IMAGE
-----------------------------	---------------------

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Contacto	Sonia Ramirez
Teléfono	629 37 95
Fax	629 37 72
Mail	Biceacolombia@msn.com
Fecha de fundación	1999
Web:	http://www.aprofest.com/beautimag.htm
Dirección	Cll 125 Bis – 30 - 25
Comentarios: Beuty Image fabrica, comercializa y distribuye en Colombia los productos de su propia marca (Beuty Image) especializados en máquinas y accesorios para la depilación, así como otro tipo de accesorios relacionados con la estética (pinzas para depilar o pinceles para el maquillaje)	

4.

Nombre de la empresa	EVIDENCE ELECTRÓNICA LTDA
Contacto	Jorge Duque – Gerente General.
Teléfono	1 – 549 13 99
Fax	1 – 295 21 75
Mail	Evidenceselectronica@hotmail.com
Web:	www.evidenceaparatologia.com
Fecha fundacion	15 febrero del 95
Dirección	Cra. 73 A – 51 – 94
Comentarios: Evidence es otra empresa de capital colombiano especializada en la producción de equipos de vacuumterapia y electroestimulación corporal y facial. Planta de producción en Bogotá. Cuenta con una serie de distribuidores oficiales a nivel nacional por todo el país y ofrece un producto de calidad media a precios sumamente competitivos. Exportan a Ecuador, Estados Unidos y Costa Rica. Evidence también está especializado en fabricar productos a otras marcas del país, como Meicol, que trata de venderse como en fabricante pero en realidad es sólo comercializador.	

5.

Nombre de la empresa	PRISMATEC LTDA
Contacto	Luis Alejandro Galán – Asesor Comercial
Teléfono	(4) 235 08 06 Bogotá 1 – 600 50 60
Fax	4 - 235 08 06 ext 112
Mail	Agiraldo@prismatec.com.co
Web:	www.prismatec.com.co
Dirección	Av. 33 No. 65 B – 79 Medellín
Fecha fundación	1989
Comentarios: Diseño, fabricación y ventas de equipos de electroestimulación (gimnasia pasiva). También tienen vacuumterapia y equipos de alta frecuencia. Oficina principal y fábricas en Medellín. En Bogotá también tienen otra oficina. Están muy centrados en la venta por internet y distribuyen a través de centros de estética en ciudades como Cali, Barranquilla o Pereira.	

6.

Nombre de la empresa	FORMA EQUIPOS PARA GIMNASIO LTDA
Contacto	Héctor Gaviria – Director de Comercio Exterior
Teléfono	4 – 288 74 17 / 288 48 77
Fax	4 – 281 64 27 ext 208
Mail	Formaexport@emp.net.co

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Web:	www.formaequipos.com
	18 años de antigüedad
Dirección	Cra 45 – 75 sur – 191 Sabaneta.
Comentarios: Empresa de capital colombiano centrada en la fabricación de equipos para gimnasio. Fabrican tanto equipos sencillos destinados al hogar que adquieren consumidores finales, así como equipos de uso profesional que venden a gimnasios, empresas, colegios, universidades, centros de rehabilitación... Han provisto de equipos a la mayoría de gimnasios del país. Tienen planta de producción en Medellín, una sala de exhibición y ventas y cuentan con 3 grandes gimnasios propios en Medellín. Tienen representantes comerciales en diferentes países de América del Sur, Centroamérica y el Caribe. Están muy interesados en potenciar sus relaciones con el exterior.	

7.

Nombre de la empresa	FITNESS MARKET
Contacto	Ruth Olartes – Asistente Administrativa
Teléfono	1 – 213 49 29
Fax	1 – 213 48 50
Mail	Fitnessbta@hotmail.com
Fecha fundación	3 años
Dirección	Avda 15 – 106 – 18 Piso 2 Bogotá
Comentarios: Fabrican en Medellín y también son importadores, de estados unidos. Venden a gimnasios como Bodytech.	

4.2. PRODUCCIÓN EXTRANJERA

Cuadro 4: Valor FOB USD de importación en función de la partida arancelaria (fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales)

Posición	Producto	Valor FOB importado 2002
9018901000	Los demás instrumentos y aparatos electromédicos para cirugía	12.362.630
9506910000	Artículos y material para la cultura física y gimnasios	3.484.542
9019100000	Aparatos de mecanoterapia, aparatos de masajes y aparatos de sicotecnia	706.106
9018200000		Aparatos de rayos ultravioletas o infrarrojos
8510300000	Aparatos de depilar con motor eléctrico incorporado.	78.288
0	Total importado	17.028.263 USD

El **total de importaciones** de las partidas arancelarias objeto del estudio llegó en 2002 a los 17 millones de dólares. Si bien en sectores relacionados, como el cosmético y el aseo personal, casi el 70% de estas importaciones estaban en manos de grandes empresas, en este sector de la aparatología existen infinidad de pequeñas empresas que controlan el grueso de las importaciones de estos aparatos. Como ya hemos apuntado anteriormente, la estructura en este sector se caracteriza por un **tamaño reducido de las empresas**, tanto fabricantes como importadoras y distribuidoras.

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Como puede deducirse del cuadro, la mayor parte del mercado de importación lo acapara la partida arancelaria 9018901000 “Los demás instrumentos y aparatos electromédicos para cirugía” con más de 12 millones de dólares declarados de importación en 2002. Las razones que explican este dominio sobre las otras partidas son varias, pero la principal es que al ser productos vanguardistas y en constante evolución, no existen partidas arancelarias que definan todos y cada uno de los nuevos productos que salen al mercado, por lo que se tiende a incluir en esta partida general que en ocasiones llega a englobar aparatos de la más diferente naturaleza, aunque todos con el denominador común de tener un componente médico – estético. De hecho, también se da el caso de que las importadoras se encuentran con una cierta incertidumbre, ambigüedad y vacío normativo a la hora de declarar un aparato por medio de una partida u otra, como ya comentamos en el epígrafe 2.2.

La segunda posición arancelaria en valor de importación es la de los equipos de gimnasio, muy por encima de la posición de aparatos para mecanoterapia, de la que se declaró algo más que 700 mil dólares en 2002. Este mercado de equipos de gimnasio en Colombia es absolutamente esencial, y concuerda con la importancia que a la estética y el culto al cuerpo se le da en este país.

Las dos últimas posiciones son las de máquinas de rayos uva y aparatos de depilación, con una cifra la última casi despreciable, ya que se abastece casi íntegramente de la producción local.

Aunque algunas empresas locales del sector se están ganando poco a poco el reconocimiento del mercado por ofertar productos de una creciente calidad (como es el ejemplo de Dermocell) y posicionar su marca tanto en el mercado nacional como en el internacional, lo cierto es que la **percepción** que se tiene sobre el **producto importado** es mejor que la del producto local en términos generales y por supuesto tiene un precio mayor que el producto local debido a los costes de introducción del aparato, la relativa debilidad del peso colombiano y los costes de promoción y posicionamiento, además de por el hecho de que el producto importado cumple con unas normativas con las que a veces no cumple el producto local. Sin embargo, pese a todo esto, existe consenso entre los importadores del sector, en cuanto a que la competencia de los productores locales es cada vez más acusada, llegando estos productores locales a ofrecer precios dos veces más baratos que los productos importados.

En cuanto al **origen de las importaciones** de este tipo de productos, hemos preferido hacer una clasificación en función de cada una de las partidas arancelarias incluidas en el estudio, ya que dada la relativa heterogeneidad de los productos que lo componen, no tiene mucho sentido por ejemplo juntar las importaciones de equipos de gimnasio con las aparatos de ultrasonido:

1. Los demás instrumentos y aparatos electromédicos para cirugía (9018901000)

País de origen	Valor Fob impo
Estados Unidos	5922026
Alemania	1545447
Suecia	720698
Finlandia	270465
Francia	264468
Irlanda	193004
España	179919
Brasil	154568
Japón	133003

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Reino Unido	113496
-------------	--------

1. Artículos y material para la cultura física y gimnasios (9506910000)

País de origen	Valor Fob impo
Taiwan	1872543
China	1234546
Estados Unidos	1184472
Brasil	392298
Alemania	46019
Hong Kong	42095
Suiza	38310
Italia	36360
Suecia	14102
España	13004
Corea del Sur	11031
México	8591

3. Aparatos de mecanoterapia, aparatos de masajes y aparatos de sicotecnia (9019100000)

País de origen	Valor Fob impo
1. China	540082
2. Estados Unidos	379793
3. Hong Kong	198481
4. Reino Unido	97659
5. Alemania	58036
6. Chile	42495
7. Italia	38308
8. Taiwan (Formosa)	37768
9. Tailandia	22003
10. Brasil	13390
11. España	11026
12. Japón	5964

4. Aparatos de rayos ultravioletas o infrarrojos(9018200000)

País de origen	Valor Fob impo
Estados Unidos	154836
Alemania	98305
Italia	68990
Reino Unido	32221
España	8469
Japón	4908

Uniendo todas las partidas arancelarias objeto del estudio y sumando las cifras importadas por cada país podemos obtener el siguiente cuadro:

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Cuadro 5: Importaciones de equipamiento y aparatos para la estética de Colombia en 2002 según país de origen.

PAIS	USD FOB	CUOTA EXPORTACIÓN
1. Estados Unidos	7.642.114	47,21 %
2. Taiwan (Formosa)	1.911.970	11,81%
3. China	1.807.479	11,16%
4. Alemania	1.764.038	10,89%
5. Suecia	734.800	4,54%
6. Brasil	560.256	3,46%
7. Francia	280.147	1,73%
8. Finlandia	270.465	1,67%
9. Reino Unido	243.813	1,50%
10. Hong Kong	240.576	1,48%
11. España	212.418	1,31%
12. Irlanda (Eire)	195.028	1,20%
13. Italia	178.271	1,10%
14. Japón	144.375	0,89%
Total impo principales países	16.185.750	100 %

Estados Unidos es, con diferencia el **mayor proveedor** de estos productos, con 7,6 millones de dólares exportados a Colombia en 2002, es decir, un 47,21 % de la cuota del mercado . La razón de este dominio se encuentra en la partida arancelaria 9018901000, donde grandes laboratorios médicos multinacionales americanos establecidos en Colombia como Laboratorios Baxter, Laboratorios Abbott o Bayer (que es alemana pero se nutre básicamente de la filial americana) utilizan dicha partida para introducir algunos de sus equipos médicos, que guardan tan sólo una relación indirecta con la cirugía estética, pero que tienen todo tipo de aplicaciones médicas. En cuanto a los equipos médicos en general, en contraste con lo que dijimos anteriormente del tamaño reducido de las empresas del sector, se encuentra dominado por las grandes multinacionales, y sólo la americana Baxter importó en 2002 un total de 2,5 millones de dólares a través de su filial colombiana. Sin embargo, en lo que son equipos exclusivos para la estética Estados Unidos no es tan fuerte como reflejan las cifras, y las multinacionales no tienen, como en el sector de los equipos médicos, el control del mercado; de hecho, el mercado extranjero de los aparatos de estética se encuentra saturado de diferentes marcas, muchas Chinas y sobre todo europeas, en concreto alemanas, italianas y en cierta medida españolas.

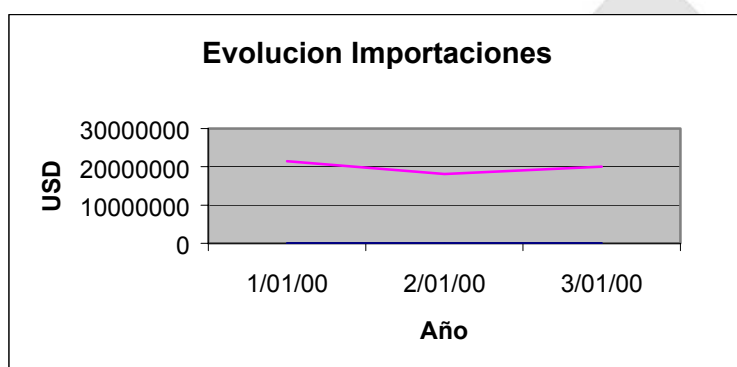
Cuadro 6: Distribución por zonas de destino de las importaciones

Departamento de destino	Fob importación
Bogotá (sin Cundinamarca)	6636606
Valle del Cauca	3325182
Cundinamarca	3204691
Antioquia	2425821
Atlántico	815200
Santander	359578

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Bogotá (sin incluir su departamento, Cundinamarca) es con diferencia **el principal mercado destino de las importaciones**. En Bogotá se encuentran la mayoría de las importadoras y distribuidoras del sector, así como los principales centros de belleza y las clínicas de cirugía más importantes. En segundo lugar le sigue la ciudad de Cali (departamento de Valle del Cauca), en tercera posición está el resto del departamento de Cundinamarca, y en cuarta posición se encuentra la ciudad de Medellín (departamento de Antioquia).

Cuadro 7: Evolución de las importaciones:



A partir del cuadro podemos deducir que las importaciones de estos aparatos se redujeron sensiblemente del año 2001 al año 2002, pasando de 21 a 18 millones de dólares americanos, debido al hecho de que el sector todavía acusaba los efectos de la crisis económica del país de finales de los 90 y principios de 2000. La fuerte depreciación del peso en esta crisis supuso una fuerte reducción de la capacidad importadora. Sin embargo, podemos comprobar que aunque la depreciación fue fuerte, los niveles de importación no se redujeron demasiado. Estos niveles de importación volvieron a recuperarse para el año 2003 con 20 millones de USD; además, la tónica positiva entre las empresas entrevistadas que componen el sector y los beneficios que aseguran tener la mayoría de las distribuidoras, invitan a augurar unos años de crecimiento de las importaciones para los próximos años, en un mercado cada vez más involucrado con los tratamientos estéticos y de belleza. Es evidente que el mercado crecerá en los próximos años bajo la influencia del sector exterior.

4.3. OFERTA ESPAÑOLA

Cuadro 8: Exportaciones españolas por partidas arancelarias

Partida	Descripción	Total exportaciones españolas
9018901000	Los demás instrumentos y aparatos electromédicos para cirugía	179919
9506910000	Artículos y material para la cultura física y gimnasios	13004
9019100000	Aparatos de mecanoterapia, aparatos de masajes y aparatos de sicotecnia	11026

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

9018200000	Aparatos de rayos ultravioletas o infrarrojos	8469
------------	---	------

Según los datos anteriores facilitados por la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) en el cuadro 5, **España** exportó a Colombia un total de 212.418 dólares en el año 2002, lo que la sitúa como el **undécimo país exportador** de este tipo de productos, con un total del 1,31% de las importaciones colombianas. Aunque esta posición no debe menospreciarse, y más en algunas de las partidas como la 9018901000 “los demás instrumentos y aparatos electromédicos para cirugía”, donde España exportó 180 mil dólares para el año 2002, lo cierto es que esta posición está lejos de ser la idónea, y más en lo que son equipos puramente destinados a la estética, como aparatos de vacuumterapia o electroestimulación.

Cuadro 8: Principales empresas españolas del sector con actividad en Colombia:

Empresa	Productos
FLEXOR S.A.	Ortopedia
SOR INTERNACIONAL S.A.	Aparatos dermoestética, electroestimulación, mecanoterapia...
ENCO ELECTRONIC, S.A.	Solariums, equipos de estética profesionales y cosméticos
ROCA SANITARIO S.A.	Jacuzzis, máquinas de hidromasaje...
KAMIKAZE KARATEGUI ESPAÑOLA SL	Equipos de gimnasio
NEO COSMETICS, S.A.	Equipos de estética
RÖS'S	Equipos de estética y cosmetología
INDUSTRIAS DE OPTICA S.A.	Lasers para cirugías oftalmológicas

La característica que define el **comercio con España** en los últimos años para este tipo de productos podría resumirse en un relativo **estancamiento**. Las buenas perspectivas que se empezaron a crear en general a principios de los 90 con la apertura económica del país provocaron la entrada de muchas empresas que vieron en Colombia un mercado con potencialidades. Sin embargo, los problemas del país, la gran competencia en este tipo de productos, y un euro cada vez más fuerte con respecto al peso, generaron un estancamiento de la actividad española en este tipo de productos. Sin embargo, como ya se analizará más tarde, la percepción del producto es buena, y marcas españolas como Sorisa o Rös's en Colombia están fuertemente asentadas y muy posicionadas entre los profesionales del sector.

5. NORMAS TÉCNICAS, ARANCELES, IMPUESTOS Y REGISTROS

5.1. NORMAS TÉCNICAS

Como ya hemos adelantado anteriormente, este sector de los equipos relacionados con la belleza y la estética se caracteriza por la **ausencia de registros y normas técnicas necesarias para salir al mercado**, lo que supone un vacío normativo grave que no concuerda en absoluto con el crecimiento tan espectacular que está experimentando este sector. Esta situación en parte es consecuencia de la poca interrelación entre los diferentes empresarios que componen el mercado, que no se agrupan debidamente para la lucha en común de intereses y, por otro lado, trae como consecuencia el que aparezcan muchas empresas sin ningún tipo de control que inundan el mercado con productos baratos y de mala calidad, lo que supone un atentado total a la libre competencia y por supuesto un grave peligro cuando hablamos de aparatos relacionados con la salud. Algunas empresas sí que tratan de cumplir con unos criterios de calidad, como el **ISO9000**, pero son unos criterios que deciden adoptar voluntaria y no obligatoriamente, tal vez porque tienen mentalidad exportadora y son conscientes de que se tratan de trámites necesarios para salir al extranjero.

Por otra parte, el **INVIMA** (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos) establece pautas a la hora de introducir en el mercado este tipo de aparatos y se requiere el visto bueno por parte de esta institución, pero es una normativa poco disciplinada y que a nivel práctico muy pocos cumplen, situación muy diferente a la que se da en el caso de los alimentos y medicamentos, donde la obligatoriedad de expedir un registro sanitario para la entrada en el mercado es absolutamente esencial.

Parece ser que recientemente, la **Ley 711** del Congreso de la República, donde se regula la **legislación para el esteticista**, está experimentando cambios y se va a incluir un apartado donde se detallará la reglamentación necesaria para que este tipo de productos salga al mercado. Esta potencial modificación tiene su origen en las conversaciones que recientemente han tenido diferentes organismos relacionados con el sector, como el Ministerio de Sanidad, Fenalco, la Secretaría de Salud de Bogotá, Aprofest, y diferentes empresas y escuelas implicadas.

Cabe apuntar también que **Icontec** (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación) es un organismo que tiene como objetivo fomentar la Normalización, la Certificación, la Metrología y la Gestión de Calidad en Colombia, aspectos que adquieren mayor importancia con la apertura económica, la reconversión industrial y la internacionalización de la economía colombiana, y más teniendo en cuenta la próxima entrada del país en el ALCA y en el TLC con Estados Unidos. ICONTEC es miembro de la Organización Internacional de Normalización, ISO, y es consciente del vacío normativo existente en este tipo de productos, por lo que está tratando por su parte de que este sector se vincule

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

más a este organismo de certificación, pero la realidad refleja que muy pocas empresas del sector certifican sus productos mediante este sistema.

5.2. ARANCELES E IMPUESTOS

Cuadro 9: Tipos arancelarios e impuestos de las partidas objeto del estudio:

Partida arancelaria	Descripción	Tipo arancel con UE	Iva
9019100000	Aparatos de mecanoterapia, aparatos para masajes y aparatos de sicotecnia.	0%	16%
9018901000	Los demás instrumentos y aparatos electromédicos para cirugía	0%	16%
9506910000	Artículos y material para la cultura física y gimnasia.	20%	16%
8510300000	Aparatos de depilar con motor eléctrico incorporado.	5%	16%
9018200000	Aparatos de rayos ultravioleta e infrarrojos.	0%	16%
9033000000	Partes y accesorios de las máquinas comprendidas en el capítulo 90.	5%	16%

Algunas de las partidas arancelarias tienen un tipo del 0% por una razón muy clara: muchos de los equipos importados a través de estas partidas (los de la partida 90) tienen una relación directa con la salud y la medicina, por lo que la DIAN establece una rebaja arancelaria total. Esto queda claro al comprobar que, en cambio, los equipos para gimnasio tienen un 20%. Esto supone que tanto importadores como exportadores se benefician en principio de este hecho, aunque la aplicación médica de algunos de estos productos en ciertos casos sólo sea indirecta.

6. OBSTACULOS AL COMERCIO Y LA INVERSIÓN

El **vacío normativo** comentado en el anterior epígrafe supone de por sí un obstáculo al comercio y a la inversión, y por supuesto un obstáculo hacia el consumidor. El hecho de que no exista la obligatoriedad de certificar el producto ni de pasar por ningunos exámenes de calidad implica que surjan muchas empresas que no cumplen con los estándares de calidad supuestamente aceptables. Las empresas grandes y serias con prospección internacional producen sus aparatos de acuerdo a las normas internacionales exigidas, como la ISO9000, y se encuentran con que en el mercado local han de enfrentarse a un número creciente de empresas que no cumplen con ninguna norma (al no ser de obligado cumplimiento) y que, por tanto, pueden ofrecer unos precios mucho más bajos sin tener que rendir cuentas a organismos superiores con respecto a la calidad de sus productos. Este es el hecho más significativo que acusan las diferentes empresas del sector entrevistadas.

Siguiendo con la línea del vacío legal y normativo, nos encontramos también con que la **DIAN** (Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales) **no es estricta en cuanto a la identificación de las partidas arancelarias**, al tratarse de un sector vanguardista y en constante evolución, y no existe un consenso armonizado y reglamentado sobre qué partida arancelaria utilizar en cada caso. Por poner un ejemplo, una compañía que importa y distribuye aparatos novedosos, como un aparato de carboxiterapia para el tratamiento de la piel, se encuentra con que no existe una partida arancelaria que recoja expresamente este tipo de productos, por lo que lo el empresario tiende a incluirlo en la partida más general que es la 9018901000, por donde pagará también menores tipos arancelarios. También es representativo que algunas compañías que importan cámaras bronceadoras de rayos uva lo hacen mediante esta partida arancelaria y no mediante la correcta que sería la 901820: “Aparatos de rayos ultravioletas o infrarrojos”. Este problema nos impide ofrecer una visión correcta de las cantidades importadas de cada uno de los productos y a su vez supone un obstáculo al comercio ya que el potencial exportador se enfrenta al dilema de no saber a ciencia cierta cuanto pagará al final en concepto de aduanas.

Las empresas fabricantes líderes en el sector como Dermocell o importadores distribuidores que cumplen con todos los trámites legales para la introducción de sus productos en el mercado acusan la **falta de un marco legal apropiado para el comercio** y la distribución de este tipo de productos. Con la existencia de este marco normativo se fomentará el libre comercio tanto a nivel local como internacional.

Existe una clara diferencia entre las empresas fabricantes locales y las importadoras, porque si bien los fabricantes locales no necesitan ningún requisito para salir al mercado, los importadores tienen que inscribirse como tales ante la **Superintendencia de Sociedades**, organismo dependiente del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, que exige la constante certificación de los productos importados y que inspecciona periódicamente a este tipo de sociedades. Esta situación denota una clara desigualdad ante las diferentes empresas que componen el sector y que supone una ventaja (o desventaja, según se mire) de los fabricantes locales frente a los importadores.

**EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA
LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005**

Por último, es importante destacar que las importadoras que efectúen una operación superior a 10 mil euros han de registrar dicha operación ante la Superintendencia Bancaria y ante el Banco de la República de Colombia.

7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

7.1. TENDENCIAS DEL COMERCIO

En consonancia con la ausencia relativa de multinacionales del sector ubicadas en el país, destaca la **presencia masiva de pequeñas empresas** demandantes de este tipo de productos. Más de un 80% del mercado lo copan pequeñas clínicas de cirugía estética, centros reducidos de adelgazamiento y esteticistas que muchas veces montan su propio negocio en pequeñas oficinas o incluso en los propios domicilios, mientras que el 20% lo componen grandes clínicas de cirugía estética (como la Clínica La Font). Estos **pequeños negocios son difíciles de cuantificar**, ya que muchos de ellos están constituidos de forma ilegal o no están debidamente registrados, por lo que se hace realmente difícil cuantificar el tamaño de la demanda debido a la importancia en este sector de la economía sumergida. Como ya apuntamos anteriormente la demanda la conforman principalmente todos estos centros de estética, belleza y clínicas de cirugía, estos son los principales compradores del mercado de aparatos para la cirugía estética, especialmente en lo que se refiere a aparatos grandes de uso profesional. También existe un mercado de productos menos especializados y más accesibles al gran público, se tratan de productos más baratos y que se distribuyen principalmente a través de la venta por catálogo o por televisión. Uno de los principales distribuidores e importadores del sector es precisamente una empresa especializada en la venta por televisión (Televentas S.A.). Estos equipos de venta al gran público son en concreto aparatos de gimnasia pasiva (electroestimulación) o aparatos de gimnasio económicos que un consumidor puede utilizar para su uso particular (andadores, bancos de abdominales, bicicletas estáticas, etc). Sin embargo, **el grueso del consumo lo conforman los profesionales del sector**, en concreto los centros de belleza, estética, cadenas de gimnasios, centros de cirugía, etc.

Otro de los núcleos importantes de demanda lo conforma un grupo cada vez más numeroso de **médicos y cirujanos de la sanidad** que a tiempo parcial están tratando de complementar sus ingresos con servicios de este tipo. En Colombia se socializó la sanidad mediante la Ley 100. Esta Ley supuso que las empresas podían afiliar a sus trabajadores a la sanidad privada mediante aportaciones mensuales. Estos organismos de sanidad privada, como Salud Colpatria, Colsanitas o Salud Colmena supusieron un aumento en la competitividad entre los diferentes organismos que prestaban de forma privada servicios de salud. Esta competencia ha supuesto una disminución de los ingresos de los médicos, que han visto como gradualmente sus sueldos se han visto ajustados. Esto ha llevado a muchos médicos del sector a buscar otras fuentes de ingresos alternativas, con lo que algunos han creado sus propios centros de cirugía donde realizan algún tipo de operación plástica sencilla o tratamientos pre o post quirúrgicos. La causa que ha llevado a estos médicos a dedicarse a la prestación de servicios de estética a tiempo parcial es porque ellos mismos se han dado cuenta de que se trata de un mercado en fuerte expansión y con muchas potencialidades. Por otra parte, es habitual que muchos médicos y cirujanos decidan dedicarse a tiempo completo a este negocio e incluso que creen algún negocio de distribución e importación de este

tipo de productos. Este fenómeno está suponiendo un conflicto de intereses entre esteticistas y cirujanos.

7.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR

En cuanto a los **consumidores** de este tipo de aparatos que prestan servicios de estética al gran público existen dos grupos claramente diferenciados: el pequeño centro de estética que presta un servicio de una manera un tanto informal o el gran centro de estética posicionado en el sector que ofrece un servicio de calidad y garantizado. El primero se caracteriza porque la decisión de consumo de estos aparatos se ve absolutamente condicionada por el precio, sin importarle tanto la calidad de la máquina ni la calidad del servicio ofrecido a su cliente. Un pequeño esteticista o cosmetólogo con fuertes limitaciones en sus ingresos a veces no puede permitirse grandes inversiones (un aparato de vacuumterapia de calidad puede superar los 4 mil dólares) y se decanta por la adquisición de un aparato barato aunque sea de mala calidad, aprovechando en este caso la ventaja de la inexistencia de una legalidad al respecto. Estos esteticistas no tienen recursos para ofrecer garantías al cliente por los servicios prestados. La gran ventaja de estos esteticistas radica en el precio de los servicios, que pueden ser el doble de baratos que los servicios ofrecidos profesionales del sector más serios, pero a costa de mermar la calidad de sus servicios o las garantías post venta.

El segundo grupo de demandantes más diferenciado es el que demanda un producto de calidad, incluso avalado por organismos de certificación internacionales, porque está muy concienciado con la prestación de un servicio de calidad al consumidor final. Este grupo lo conforman las **grandes clínicas de cirugía y los centros de estética** y belleza de renombre. El precio de estos servicios es sustancialmente más caro que los anteriores pero ofrecen más seriedad y garantías. Existe una Sociedad Colombiana de la Cirugía Plástica (SCCP) donde los afiliados a la sociedad son cirujanos a los que se evalúa mediante investigación de su curriculum, rigurosas pruebas de ingreso, actividades de educación continuada y vigilancia del ejercicio ético en el desempeño de su profesión. Esta es una garantía adicional a la prestación de servicios por parte de estas empresas. El aparato demandado por este cirujano o esteticista es mucho más caro pero cumple con unos estándares de calidad aceptables. Por esa razón, muchas veces estas empresas demandan productos importados que a priori ofrecen un producto más fiable (sin olvidar que sí que existen empresas locales que ofrecen productos de calidad)

En el caso de los aparatos de gimnasio, la demanda la monopolizan fundamentalmente las grandes cadenas de gimnasios del país (Bodytech, Hard Body, La Sultana, Formacer, Santillana...), que por cierto están fuertemente implantadas (no es muy habitual el pequeño gimnasio), con más de un 50% del consumo de estos aparatos, mientras que el 50% restante lo componen particulares, oficinas que instalan gimnasios en sus centros, comunidades de vecinos que instalan un pequeño gimnasio en las zonas comunes, etc.

En cuanto a la percepción del producto español por parte del demandante, tras entrevistarnos con las diferentes empresas del sector, llegamos a la conclusión de que es muy positiva, y está a la altura del producto alemán, inglés o italiano. A ningún esteticista importante del sector se le escapa la marca española Sorisa de equipos de vibromasaje o electroestimulación, Rös's o Enco Electronic de cámaras de bronceado. A excepción de estas tres marcas, muy pocas están firmemente introducidas en el país, algo que podría mejorarse aprovechando el posicionamiento de estas marcas o el hecho de que los laboratorios farmacéuticos o médicos españoles también tienen buena reputación.



8. ANÁLISIS DEL COMERCIO

8.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y PRINCIPALES DISTRIBUIDORES

Por norma general, las empresas fabricantes locales del sector cuentan con sus propios canales de distribución, o en su defecto con representantes distribuidos por todo el territorio nacional, haciendo llegar de esta forma el producto tanto a profesionales del sector de todo el país como al consumidor particular. Por esa razón los fabricantes locales pueden convertirse también en una buena alternativa para el exportador español interesado en buscar un distribuidor. En cualquier caso, existe un buen número de importadores distribuidores que no se dedican a la producción y que tienen un buen conocimiento del mercado local. Las principales empresas importadoras del sector dirigen el grueso de sus ventas a centros de estética, dermatología, esteticistas independientes, clínicas de cirugía etc. Sin embargo también es importante destacar que la venta directa por televisión o por internet está muy difundida, y empresas como Intermarketing Express Ltda o Televentas Ltda, figuran como algunos de los principales importadores del sector (sobre todo en lo referente a máquinas de gimnasio y pequeños aparatos de gimnasia pasiva), aunque están más centrados en la venta al consumidor final. También se da el caso de grandes clínicas de cirugía con grandes equipos que no compran a través de importadores o distribuidores, sino que importan los aparatos directamente.

Como ya mencionamos anteriormente, el importador distribuidor del mercado se caracteriza por tener un tamaño reducido, y por la ausencia de multinacionales del sector, a excepción de los grandes laboratorios que comercializan equipos médicos en general.

Cuadro 10: Principales importadoras y distribuidoras del sector:

1.

Nombre de la empresa	ULTRA SLENDER LTDA (ULTRATONE)
Contacto	Manuel F. Zarama (Gerente Financiero) y Marcela González (Gerente General)
Teléfono	620 80 66
Mail	Mzarama@cablenet.co
Web:	http://www.aprofest.com/ultratone.htm
Dirección	Cll 101 – 21 – 13 Bogotá D.C.
Interés	Distribuidor – Compra
Comentarios:	Ultra Slender Ltda son los distribuidores en exclusiva de la marca de electroestimuladores británicos Ultratone. Es una de las distribuidoras más importantes de este tipo de aparatos. Es una empresa que llevan médicos cirujanos con un conocimiento profundo del mercado. Están abiertos a la distribución de otros productos mientras no interfiera con los electroestimuladores Ultratone, marca que distribuyen en exclusiva.

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

2.

Nombre de la empresa	ALSORA LTDA (SORISA)
Contacto	Alexandra Torres – Directora Comercial. Hugo Sotelo – Gerente General
Teléfono	612 8585
Fax	6192405
Mail	Germaine_sorisa@cable.net.co
Web:	www.sorisa.com (página española)
Dirección	Transversal 20 - 116-35 Bogotá D.C.
Interés	Importación - distribución
Comentarios: Equipos españoles de marca sorisa (electro estética y electro medicina). Tambien llevan la marca de cosméticos Germain de Capuccini (Alcoy) y Sorisa y Germain de barcelona. Alsora es la distribuidora – importadora en exclusiva de la marca española Sorisa (Sor Internacional S.A.), que es precisamente una de las mejor posicionadas del mercado. Especializada en la fabricación de equipos de vacuumterapia, electroestimulación, depilación por láser, presoterapia, etc. Sibaritic que son cápsulas SPA americana (máquinas de rayos infrarojos para tratamientos de SPA, de relajación) (alemanes). Camaras bronceadoras Doctor Kern que son alemanas.	

3.

Nombre de la empresa	PRESINVE LTDA
Contacto	Ignacio Navas (Gerente General) Javier Suarez (Director Administrativo) Claudia Barragán (Asistente de Gerencia)
Teléfono	1 – 256 84 49 Conm. 636 99 34
Fax	1 – 636 30 87
Mail	Presinve_ltda@presinve.com
Web:	www.presinve.com
Dirección	Cra 13 – 98 – 48
Facturación	885148000 pesos en el 2003
Interés	Importación - Distribución
Comentarios: Importadores distribuidores de cosmeticos alemanes y equipos de estética: cámaras bronceadoras, equipos de láser, micro dermoabrasión, vacuumterapia, electroestimulación. Representan 6 casas alemanas. Ergoline (cámaras bronceadoras), Ionto Nomed, Nemetron, Reviderm, Deka. En cosméticos venden San Soucí (cremas).	

4.

Nombre de la empresa	SUPPLIESTHETIC
Contacto	Luis Guillermo Alfaro
Teléfono	1 – 214 69 01
Fax	1 – 213 78 13
Mail	Suppliestic@hotmail.com
Dirección	Transversal 19 – 118 – 41
Interés	Importador distribuidor.
Comentarios: Importación distrib de equipos de estética y cosméticos. Marca Cesare Quaranta, distribuidores en exclusiva de esta marca, también otra marca Sauna Italia, Skinbod. Presoterapia, ultrasonidos, infrarrojos.	

5.

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Nombre de la empresa	GYM SHOP
Contacto	Maria Eugenia Betancourt – Gerente administrativa
Teléfono	1 – 601 49 49
Fax	1 – 601 45 44
Mail	Gymsuper@colomsat.net.co
Web:	www.gymshopcol.com
Dirección	Carrera 15 N° 98 - 78 Local 2 (Esquina) – Bogotá
Interés	Importador distribuidor.
Comentarios: Importadores – distribuidores de equipos de gimnasio. Dos sectores: equipos para particulares y para profesionales. Clientes dentro y fuera del país: Bodytech, etc. Son importadores exclusivos de las marcas americanas: Weslo, Proform, Schwinn,... Dos filiales, una en Cali y otra en Medellín.	

6.

Nombre de la empresa	MEICOL (Medicina Estética Integral de Colombia)
Contacto	Hernando Cantor – Gerente
Teléfono	57 1 6354712 -57 1 6184787 – 1 – 636 60 07
Fax	571 2189603
Mail	Hccmeicol@hotmail.com
Web:	www.meicol.com
Dirección	Calle 97 A No 36-46 Barrio La Castellana
Fecha fundación	5 años
Comentarios: Meicol es comercializador de equipos para la estética (se lo fabrica evidence) con una serie de delegaciones y representantes por todo el país además de en Ecuador, Venezuela y Perú	

7.

Nombre de la empresa	SLENDERTONE S.A.
Contacto	Roberto Walteros
Teléfono	57 1 637 06 66
Fax	57 1 637 06 66
Mail	Roberto@selender-tone.com
Web:	www.slender-tone.co
Dirección	Transversal 10 – 106 – 32
Fecha fundación	15 años en Colombia
Comentarios: Importadores de equipos de gimnasia pasiva, relajación y estimulación. Tienen centro de estética, almacén de venta y distribución en Bogotá y puntos de venta en Medellín, Barranquilla y Bucaramanga, y son representantes para Latinoamérica. Importan la marca irlandesa Slendertone y productos americanos de masaje, como vacuumterapia, también de la marca Slendertone pero producidos en . Vende a nivel profesional y personal	

8.

Nombre de la empresa	DERMAESTETICA PROFESIONAL LTDA
Contacto	Martha Garnica – Gerente General Enrique Mileros – Gerente Administrativo.
Teléfono	57 1 600 61 61
Fax	57 1 637 13 66
Mail	Dermaestetica_profesional@hotmail.com
Dirección	Cll 118 – 27 – 13

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Fecha fundación	Mas de 35 años en Colombia
Comentarios: Comercializadora y distribuidora de equipos para la estética. A su vez tiene una gran escuela de capacitación. Precisamente importan de España las marcas de equipos Ros's y las cámaras de bronceado Enco. Son distribuidores en exclusiva. Tienen en Bogotá centro de venta al público, venta sobre pedidos y tienen distribuidores autorizados en las grandes ciudades de Colombia.	

8.2. PRECIOS Y MÁRGENES COMERCIALES

La oscilación de precios en Colombia de este tipo de productos es, si cabe, más acusada que en otros mercados, porque a las diferencias de calidad entre unos aparatos y otros, se une el hecho de que algunos productos cumplen con una serie de registros y licencias que encarecen el precio de venta final, mientras que otros productos que no cumplen con ninguno de estos certificados de calidad pueden salir al mercado con un precio mucho más bajo. En cualquier caso, a continuación pasamos a mostrar un listado de precios de diferentes productos representativos del mercado colombiano, teniendo en cuenta que son precios que las empresas ofrecen en general a sus clientes del sector, sin tener en cuenta los precios que se pueden negociar de acuerdo a cantidades, compromisos de compra, contratos de exclusividad etc, y sin tener en cuenta los diferentes descuentos que las empresas vendedoras pueden practicar a una empresa de acuerdo a su poder de compra.

Cuadro 11: Precios al por menor de las diferentes empresas locales como de los distribuidores – importadores:

Producto	Descripción	Empresa	Precio euros (1 euro = 3200 pesos)
Manta Thermobag Básico marca Formax8	Manta de termoadipolisis de emisión calórica infrarroja	Formax8	150
Manta Thermobag Ultra marca Formax8	Manta de termoadipolisis de emisión calórica infrarroja con sistema de vibromasaje y con 5 zonas termoreguladas	Formax8	375
Equipo Termolip Infrarrojos marca Formax8	Equipo de termoterapia con control digital, 7 programas predefinidos por software. Incluye pre y pos-quirúrgicos.	Formax8	1484,38
Equipo Termolip Ultra con infrarrojos Formax8	Equipo de termoterapia con 7 programas de infrarrojos, 20 programas de masajes predefinidos y uno personalizado.	Formax8	1750
Manta térmica Formax 8	Manta térmica simple de 2 x 1 metro	Formax8	85,93
Equipo electroestimulación uso personal 8 electrodos Primatec	Equipo sencillo de gimnasia pasiva para el consumidor final	Primatec	125,42
Equipo electroestimulación profesional 24 electrodos marca Primatec	Equipo profesional de gimnasia pasiva	Primatec	341,40
Electro estimulación Dream Stim marca Evidence	Equipo profesional de electroestimulación corporal y facial	Evidence	498,22
Equipo de ionización Atlanta marca Evidence	Equipo de ionización y alta frecuencia de uso profesional	Evidence	300,94
Equipo de Ultrasonido Sonomaster marca Evidence	Equipo de ultrasonido de uso profesional de 3 mhz	Evidence	746,87
Equipo Electroestimulación Evidence Pro	Equipo profesional de electroestimulación con más de 30 programas	Evidence	1140,62
Equipo Vacuum Master I marca Evidence	Equipo profesional de vacuumterapia	Evidence	1059,37
Equipo electroestimulación Futura plus marca Ultratone	Equipo personal de electroestimulación	Ultra Slender Ltda	1528,12
Equipo electroestimulación Futura	Equipo personal de electroestimulación	Ultra Slender	1000,00

**EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA
LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005**

Ultimate marca Ultratone		Ltda	
Equipo Elcetroestimulación Super Pro 20 marca Ultratone	Equipo profesional de electroestimulación	Ultra Slender Ltda	7781,25
Equipo electroestimulación Compact 20 sp marca ultratone	Equipo profesional de electroestimulación	Ultra Slender Ltda	4656,25
Equipo Vacuumterapia línea Tech Vacuum Dermocell Plus	Equipo de vacuumterapia de uso profesional	Dermocell	990,56
Equipo Vacuumterapia línea Tech Vacuum Dermocell Versat	Equipo de vacuumterapia de uso profesional	Dermocell	1103.75
Equipo Vacuumterapia línea Tech Vacuum Dermocell Premium new	Equipo de vacuumterapia de uso profesional	Dermocell	2150.94
Equipo electroestimulación línea Tech Gym Dermocell Biogym E-16	Equipo de electroestimulación de uso profesional	Dermocell	1301.88
Equipo Ultrasonido línea Tech Sound Dermocell Ultra sound	Equipo de ultrasonido de uso profesional	Dermocell	1103.77
Equipo Microdermoabrasión línea Tech microderm Dermocell	Equipo de micro dermoabrasión de uso profesional	Dermocell	3084.90
Equipo carboxiterapia línea tech microderm Dermocell	Equipo de carboxiterapia de uso profesional	Dermocell	1669.8

9. OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ESPAÑOLA

Dada la estructura del mercado colombiano ya mencionada, que se caracteriza por la total ausencia de multinacionales del sector, lo más recomendable para una empresa española interesada en introducirse en este mercado es encontrar un **distribuidor importador** con conocimiento del mercado local y fuerza de ventas en todo el país, ya sea mediante delegaciones propias o con representantes en las grandes ciudades del país (principalmente Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla). Es especialmente importante encontrar el importador distribuidor idóneo, porque lo habitual es establecer un contrato de distribución en exclusiva, por lo que es determinante la actividad de la empresa importadora, y si ésta no resulta útil a la hora de distribuir el producto exportado siempre es más aparatoso encontrar otro distribuidor. Es viable contactar tanto con un distribuidor importador, como con un fabricante, que siempre puede completar su gama de productos con productos importados, y puede tener el mismo grado de conocimiento del mercado local.

Como ya comentamos anteriormente, aunque son pocas las **marcas españolas** establecidas en el mercado, lo cierto es que están **fuertemente posicionadas**, y a ningún profesional del sector se le escapan marcas como Sorisa, Ros's o Enco, que por otro lado, generan una connotación muy positiva en este mercado sobre el producto español y son un aliciente para otras empresas españolas que se deseen introducir en un mercado que está en fuerte proceso de expansión y con muy buenas perspectivas para el futuro.

En cuanto a la estrategia de la empresa española de decantarse por precio o por calidad en este mercado, es evidente que dada la fortaleza del euro y los costes de introducir el producto (transporte, promoción,...), el precio final del producto español no podrá competir en precio en este mercado, y más teniendo en cuenta la circunstancia ya comentada de la multitud de empresas locales que incumplen los estándares de calidad y que generan una rebaja drástica de los precios de mercado. Por lo tanto, **la estrategia ideal**, que además es la que siguen prácticamente todas las empresas exportadoras de este tipo de aparatos a Colombia, es **ofrecer un producto de calidad** dirigido al profesional de la estética que no se guíe tanto por precio sino por un producto fiable y de calidad. Se puede afirmar, y así lo aseguran expertos del sector como Aprofest, que el importador en Colombia ofrece al profesional de la estética la calidad que no encuentra en general (salvo contadas excepciones) en la producción local, por lo que recomendamos al exportador español que siga por esta línea, ofreciendo un producto que cumpla con unos estándares de calidad aceptables, y que aproveche el posicionamiento que han generado las marcas españolas de renombre establecidas en Colombia.

En cuanto a oportunidades de inversión, ya hemos apuntado que no es una buena alternativa crear una delegación con capital español, si bien sí que puede ser una alternativa asociarse con alguna empresa local mediante una inversión de capital dado el crecimiento explosivo que está experimentando este sector. Sin embargo, la realidad refleja que **la empresa local es reacia a la asociación**, otra de las causas que explican el tamaño reducido de la empresa en este mercado.

10. EMPRESAS RECOMENDADAS

1.

Nombre de la empresa	DERMOCELL TECHNOLOGIES
Contacto	Germán A. Cardozo M. (Gerente de Estrategia) Diego Rojas (Subgerencia Comercial)
Teléfono	00 57 1 629 37 80
Fax	00 57 1 524 97 01
Mail	Germancardozo@dermocell.com / diegorojas@dermocell.com
Web:	www.dermocell.com
Dirección	Cll 108 A – 16 – 26 Bogotá D.C.
Comentarios: Dermocell es con diferencia el principal fabricante local de equipos para masajes, mecanoterapia, vacuumterapia, electroestimulación y otros aparatos como dermoabrasión, carboxiterapia o equipos de ultrasonido. Es una empresa totalmente colombiana que cuenta con una gran experiencia exportadora, con sucursales en Venezuela, Ecuador, Panamá, Costa Rica, México, Estados Unidos (con oficina propia en Miami), Bélgica, Holanda y Luxemburgo, contando además para muchos de sus productos con el permiso de la FDA para exportar. La planta de producción la tienen en Bogotá. Ofrecen productos calidad y vanguardistas a precios sumamente competitivos. Sólo son importadores de materias primas y productos intermedios (como motores eléctricos o todo tipo de componentes). Prácticamente no cuentan con distribuidores ajenos porque a través de su fuerza comercial hacen llegar el producto a todos los profesionales del sector. Manejan productos de uso profesional (no venta al público)	

2.

Nombre de la empresa	FORMAX 8
Teléfono	5 - 357 37 02
Fax	357 26 50
Contacto	Luis Alberto Parra – Gerente General
Fecha fundación	1999
Mail	Luisalbertoparra@formax8.com
Web:	www.formax8.com
Dirección	Cra 47 – 85 – 75 Barranquilla
Comentarios: Formax8 fabrican y comercializan en concreto equipos de termoterapia (como por ejemplo mantas térmicas para el adelgazamiento) a parte de la venta de productos y cremas de tratamiento estético. Son líderes del sector en su campo y tienen toda una fuerza de distribución en el país, así como en los países vecinos: Ecuador, Panamá y Venezuela	

3.

Nombre de la empresa	BEAUTY IMAGE
-----------------------------	---------------------

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Contacto	Erika Arellano (Gerente)
Teléfono	629 37 95
Fax	629 37 72
Mail	Biceacolombia@msn.com
Fecha de fundación	1999
Web:	http://www.aprofest.com/beautimag.htm
Dirección	Avenida 19-118- 30 Oficina 204
Comentarios: Beuty Image fabrica, comercializa y distribuye en Colombia los productos de su propia marca (Beuty Image) especializados en máquinas y accesorios para la depilación, así como otro tipo de accesorios relacionados con la estética (pinzas para depilar o pinceles para el maquillaje)	

4.

Nombre de la empresa	EVIDENCE ELECTRÓNICA LTDA
Contacto	Jorge Duque – Gerente General.
Teléfono	1 – 5424430
Fax	1 – 295 21 75
Mail	Evidenceselectronica@hotmail.com
Web:	www.evidenceaparatologia.com
Fecha fundacion	15 febrero del 95
Dirección	Cra. 73 A – 51 – 94
Comentarios: Evidence es otra empresa de capital colombiano especializada en la producción de equipos de vacuumterapia y electroestimulación corporal y facial. Planta de producción en Bogotá. Cuenta con una serie de distribuidores oficiales a nivel nacional por todo el país y ofrece un producto de calidad media a precios sumamente competitivos. Exportan a Ecuador, Estados Unidos y Costa Rica. Evidence también está especializado en fabricar productos a otras marcas del país, como Meicol, que trata de venderse como en fabricante pero en realidad es sólo comercializador.	

5.

Nombre de la empresa	PRISMATEC LTDA
Contacto	Luis Alejandro Galán – Asesor Comercial
Teléfono	(4) 265 85 45 Bogotá 1 – 600 50 60
Fax	4 - 235 08 06 ext 112
Mail	Agiraldo@prismatec.com.co
Web:	www.prismatec.com.co
Dirección	Av. 33 No. 65 C – 143 Oficina 202 Medellín
Fecha fundación	1989
Comentarios: Diseño, fabricación y ventas de equipos de electroestimulación (gimnasia pasiva). También tienen vacuumterapia y equipos de alta frecuencia. Oficina principal y fábricas en Medellín. En Bogotá también tienen otra oficina. Están muy centrados en la venta por internet y distribuyen a través de centros de estética en ciudades como Cali, Barranquilla o Pereira.	

6.

Nombre de la empresa	FORMA EQUIPOS PARA GIMNASIO LTDA
Contacto	Héctor Gaviria – Director de Comercio Exterior
Teléfono	4 – 2650326
Fax	4 – 2659302
Mail	Formaexport@emp.net.co

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Web:	www.formaequipos.com
	18 años de antigüedad
Dirección	Cll 33 – 66A – 26 Medellín
Comentarios: Empresa de capital colombiano centrada en la fabricación de equipos para gimnasio. Fabrican tanto equipos sencillos destinados al hogar que adquieren consumidores finales, así como equipos de uso profesional que venden a gimnasios, empresas, colegios, universidades, centros de rehabilitación... Han provisto de equipos a la mayoría de gimnasios del país. Tienen planta de producción en Medellín, una sala de exhibición y ventas y cuentan con 3 grandes gimnasios propios en Medellín. Tienen representantes comerciales en diferentes países de América del Sur, Centroamérica y el Caribe. Están muy interesados en potenciar sus relaciones con el exterior.	

7.

Nombre de la empresa	FITNESS MARKET
Contacto	Ruth Olartes – Asistente Administrativa
Teléfono	1 – 213 49 29
Fax	1 – 213 48 50
Mail	Fitnessbta@hotmail.com
Fecha fundación	3 años
Dirección	Avda 15 – 106 – 18 Piso 2 Bogotá
Comentarios: Fabrican en Medellín y también son importadores, de estados unidos. Venden a gimnasios como Bodytech.	

8.

Nombre de la empresa	ULTRA SLENDER LTDA (ULTRATONE)
Contacto	Manuel F. Zarama (Gerente Financiero) y Marcela González (Gerente General)
Teléfono	620 80 66
Fax	213 19 13
Mail	marcelagonzalezdz@yahoo.com
Web:	http://www.aprofest.com/ultratone.htm http://www.ultratonecolombia.com/bioelectroestimulacion.htm
Dirección	Cll 114 – 22a – 60 Bogotá D.C.
Interés	Distribuidor – Compra
Comentarios: Ultra Slender Ltda son los distribuidores en exclusiva de la marca de electroestimuladores británicos Ultratone. Es una de las distribuidoras más importantes de este tipo de aparatos. Es una empresa que llevan médicos cirujanos con un conocimiento profundo del mercado. Están abiertos a la distribución de otros productos mientras no interfiera con los electroestimuladores Ultratone, marca que distribuyen en exclusiva.	

9.

Nombre de la empresa	ALSORA LTDA (SORISA)
Contacto	María Fernanda Sánchez – Directora Comercial. Hugo Sotelo – Gerente General
Teléfono	612 8585
Fax	21 42962
Mail	Germaine_sorisa@cable.net.co
Web:	www.sorisa.com (página española)
Dirección	Autopista Norte 106B-18 Bogotá D.C.

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

Interés	Importación - distribución
Comentarios: Equipos españoles de marca sorisa (electro estética y electro medicina). También llevan la marca de cosméticos Germain de Capuccini (Alcoy) y Sorisa y Germain de barcelona. Alhora es la distribuidora – importadora en exclusiva de la marca española Sorisa (Sor Internacional S.A.), que es precisamente una de las mejor posicionadas del mercado. Especializada en la fabricación de equipos de vacuumterapia, electroestimulación, depilación por láser, presoterapia, etc. Sibaritic que son cápsulas SPA americana (máquinas de rayos infrarojos para tratamientos de SPA, de relajación) (alemanes). Camaras bronceadoras Doctor Kern que son alemanas.	

10.

Nombre de la empresa	PRESINVE LTDA
Contacto	Ignacio Navas (Gerente General) Javier Suarez (Director Administrativo) Claudia Barragán (Asistente de Gerencia)
Teléfono	1 – 256 84 49 Conm. 636 99 34
Fax	1 – 636 30 87
Mail	Presinve_ltda@presinve.com
Web:	www.presinve.com
Dirección	Cra 13 – 98 – 48
Facturación	885148000 pesos en el 2003
Interés	Importación - Distribución
Comentarios: Importadores distribuidores de cosmeticos alemanes y equipos de estética: cámaras bronceadoras, equipos de láser, micro dermoabrasión, vacuumterapia, electroestimulación. Representan 6 casas alemanas. Ergoline (cámaras bronceadoras), Ionto Nomed, Nemetron, Reviderm, Deka. En cosméticos venden San Souci (cremas).	

11.

Nombre de la empresa	SUPPLIESTHETIC
Contacto	Luis Guillermo Alfaro (Gerente)
Teléfono	1 – 214 69 01
Fax	1 – 213 78 13
Mail	Suppliesthetic@hotmail.com
Dirección	Transversal 19 – 118 – 41
Interés	Importador distribuidor.
Comentarios: Importación distrib de equipos de estética y cosméticos. Marca Cesare Quaranta, distribuidores en exclusiva de esta marca, también otra marca Sauna Italia, Skinbod. Presoterapia, ultrasonidos, infrarojos.	

12.

Nombre de la empresa	GYM SHOP
Contacto	Maria Eugenia Betancourt – Gerente administrativa
Teléfono	1 – 601 49 49
Fax	1 – 601 45 44
Mail	Gymsuper@colomsat.net.co
Web:	www.gymshopcol.com
Dirección	Carrera 15 N° 98 - 78 Local 2 (Esquina) – Bogotá
Interés	Importador distribuidor.
Comentarios: Importadores – distribuidores de equipos de gimnasio. Dos sectores: equipos para	

EL SECTOR MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA ESTETÉTICA Y LA BELLEZA EN COLOMBIA..... 2005

particulares y para profesionales. Clientes dentro y fuera del país: Bodytech, etc. Son importadores exclusivos de las marcas americanas: Weslo, Proform, Schwinn,... Dos filiales, una en Cali y otra en Medellín.

13.

Nombre de la empresa	MEICOL (Medicina Estética Integral de Colombia)
Contacto	Hernando Cantor – Gerente
Teléfono	57 1 6354712 -57 1 6184787 – 1 – 636 60 07
Fax	571 2189603
Mail	Hccmeicol@hotmail.com
Web:	www.meicol.com
Dirección	Calle 97 A No 36-46 Barrio La Castellana
Fecha fundación	5 años
Comentarios: Meicol es comercializador de equipos para la estética (se lo fabrica evidence) con una serie de delegaciones y representantes por todo el país además de en Ecuador, Venezuela y Perú	

14.

Nombre de la empresa	SLENDERTONE S.A.
Contacto	Roberto Walteros (Gerente Comercial)
Teléfono	57 1 637 06 66
Fax	57 1 5203644
Mail	Roberto@slender-tone.com
Web:	www.slender-tone.com
Dirección	Transversal 10 – 106 – 32
Fecha fundación	15 años en Colombia
Comentarios: Importadores de equipos de gimnasia pasiva, relajación y estimulación. Tienen centro de estética, almacén de venta y distribución en Bogotá y puntos de venta en Medellín, Barranquilla y Bucaramanga, y son representantes para Latinoamérica. Importan la marca irlandesa Slendertone y productos americanos de masaje, como vacuumterapia, también de la marca Slendertone pero producidos en . Vende a nivel profesional y personal	

15.

Nombre de la empresa	DERMAESTETICA PROFESIONAL LTDA
Contacto	Martha Garnica – Gerente General Ernesto Carrillo – Gerente Administrativo.
Teléfono	57 1 600 61 61
Fax	57 1 637 13 66
Mail	Dermaestetica_profesional@hotmail.com
Dirección	Cll 118 – 27 – 13
Fecha fundación	Mas de 35 años en Colombia
Comentarios: Comercializadora y distribuidora de equipos para la estética. A su vez tiene una gran escuela de capacitación. Precisamente importan de España las marcas de equipos Ros's y las cámaras de bronceado Enco. Son distribuidores en exclusiva. Tienen en Bogotá centro de venta al público, venta sobre pedidos y tienen distribuidores autorizados en las grandes ciudades de Colombia.	

11. ANEXOS

1. INFORME DE FERIA: BELLEZA & SALUD 2004

III SALON INTERNACIONAL DE ESTÉTICA, SALUD, PELUQUERÍA Y COSMÉTICA INTEGRAL

FECHA:	2-8 AGOSTO
ORGANIZA:	Corporación de Ferias y Exposiciones S.A. (CORFERIAS) Cra 40 N° 22C-67 Santafé de Bogotá Colombia Teléfono. +571 3810000 Info@corferias.com
APOYA:	CAMARA DE COSMETICOS DE LA ANDI Y ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DE LA ESTÉTICA
LUGAR CELEBRACION:	CORFERIAS: Cra 40 n° 22C-67 BOGOTA, COLOMBIA TEL: 00 571 381 00 00
PAGINA WEB:	www.bellezaysalud2004.com
PRODUCTOS EXHIBIDOS:	Cirugía plástica, aseo personal, cuidado de la piel, cosméticos, nutrición y cultura física, estética y cosmiatría, ciencia y tecnología cosmética, peluquería, gimnasios y equipos, maquillaje, perfumes, cremas y jabones.
N ° EXPOSITORES 2003:	95
PERIODICIDAD:	Anual
COMENTARIOS:	Este año 2004 se disputa la tercera edición del Salón Internacional de Estética, Salud, Peluquería y Cosmética Integral, y se ha convertido con diferencia en la principal feria del sector en Colombia. Además, el volumen de negocios y el número de asistentes a esta feria ratifican que Colombia es uno de los países líderes en cosmética y belleza de la región andina. Corferias es el recinto ferial Colombiano más importante destinado a este tipo de grandes eventos.