

3. Análisis de mercado y competencia

3.1 Análisis de competidores y entorno de mercado:

En este apartado, se identifican los principales competidores directos de Wonderful Zalis y se analizan sus estrategias de marketing, productos destacados y su desempeño en redes sociales. Para el análisis, se han utilizado herramientas digitales como **SimilarWeb** y **Social Web**, que permiten evaluar la presencia y rendimiento de estos competidores en diferentes plataformas y su impacto en la categoría de productos para el cuidado de cejas y pestañas.

Competidor 1: Esenstral



Instagram: <https://www.instagram.com/esenstral/>

Producto destacado: Tratamiento para Cejas y Pestañas

- **Descripción:** Esenstral se posiciona como una marca que potencia la belleza natural mediante tratamientos para cejas y pestañas. Su fórmula exclusiva está basada en aceites naturales como el aceite de Romero, Ricino, Oliva, Biotina, y Vitamina E. La propuesta de Esenstral destaca por su enfoque en ingredientes naturales que fortalecen y nutren las pestañas y cejas, haciendo que luzcan más pobladas y sanas.
- **Puntos clave del producto:**
 - Nutrición intensiva para cejas y pestañas.
 - Estimulación del crecimiento desde la raíz.
 - Uso sencillo, aplicable antes de dormir o por una hora durante el día.
- **Precio:** \$50.000 COP
- **Estrategia de marketing:** Esenstral utiliza su cuenta de Instagram para promover los beneficios de sus productos a través de publicaciones con imágenes de alta calidad y descripciones detalladas de los ingredientes naturales. Se enfatizan los beneficios visibles

desde el día 10 de uso, con envíos gratuitos a nivel nacional como un incentivo adicional para la compra.

- **Engagement en Instagram:**
 - **Publicaciones:** 140
 - **Seguidores:** 3.896
 - **Seguidos:** 2.054
 - **Engagement Rate:** 0.76%
 - **Promedio de Me gusta por publicación:** 0.00
 - **Promedio de comentarios por publicación:** 0.00

Análisis: Esenstral se presenta como una marca con un enfoque sólido en los ingredientes naturales y el bienestar de sus clientes. Aunque su engagement en redes es bajo (probablemente por su menor base de seguidores y falta de interacción en sus publicaciones), su estrategia de marketing se centra en el uso de aceites naturales y la promesa de resultados visibles, lo que atrae a un público interesado en el cuidado personal natural.

Competidor 2: Espectañas



Instagram: <https://www.instagram.com/espectanas/>

Producto destacado: Óleo en Roll-on para Pestañas y Cejas

- **Descripción:** Espectañas ofrece un óleo en roll-on que promete fortalecer y estimular el crecimiento natural de cejas y pestañas. Los ingredientes clave incluyen aceites de romero, ricino, árbol del té, y vitamina E, todos ellos seleccionados para nutrir profundamente las cejas y pestañas, previniendo la caída y promoviendo el crecimiento.
- **Puntos clave del producto:**
 - Estimulación natural del crecimiento de pestañas y cejas.
 - Fórmula basada en aceites naturales.
 - Incluye un medidor de crecimiento y tabla de resultados para seguimiento.
- **Precio:** \$42.500 COP
- **Estrategia de marketing:** Espectañas se centra en la promoción activa de su producto estrella a través de contenido educativo en redes sociales y ferias de belleza en Colombia, como su participación en Corferias. Además, destaca la importancia del uso de su producto con una rutina diaria para ver resultados desde la segunda semana. La marca también incentiva la interacción con concursos y sorteos en redes.
- **Engagement en Instagram:**
 - **Publicaciones:** 442
 - **Seguidores:** 52.058
 - **Seguidos:** 14

- **Engagement Rate:** 0.80%
- **Promedio de Me gusta por publicación:** 384.75
- **Promedio de comentarios por publicación:** 32.88

Análisis: Espectañas destaca por su presencia significativa en redes sociales y por la alta tasa de interacción de sus publicaciones. La marca ha logrado generar una comunidad activa alrededor de sus productos, promoviendo el uso de su óleo para cejas y pestañas mediante campañas interactivas y de resultados tangibles. Además, su precio competitivo y su propuesta de seguimiento de resultados con herramientas visuales fortalecen su relación con el consumidor.

Competidor 3: Belleza Hiyab



Instagram: <https://www.instagram.com/bellezahiyab/>

Producto destacado: Activador de Crecimiento para Cejas y Pestañas

- **Descripción:** Belleza Hiyab ofrece un activador de crecimiento que destaca por estar libre de químicos agresivos como el Minoxidil o las prostaglandinas. El producto está diseñado para el uso diario en cejas y pestañas, promoviendo un crecimiento natural con resultados visibles en pocas semanas.
- **Puntos clave del producto:**
 - Producto libre de Minoxidil y prostaglandinas.
 - Acelera el crecimiento natural de las cejas y pestañas.
 - Registro INVIMA, lo que aporta confianza en su uso seguro.

- **Precio:** \$60.000 COP
- **Estrategia de marketing:** Belleza Hiyab apoya sus campañas de marketing en las redes sociales a través de sorteos, demostraciones en vivo, y testimonios visuales que resaltan los resultados de su activador de crecimiento. Además, la marca aprovecha las historias de Instagram para interactuar directamente con su audiencia, resolviendo dudas en tiempo real. Se enfoca en destacar la seguridad y naturalidad de su producto, lo que apela a un público preocupado por los efectos de productos químicos en el mercado.
- **Engagement en Instagram:**
 - **Publicaciones:** 51
 - **Seguidores:** 4.632
 - **Seguidos:** 899

Análisis: Belleza Hiyab se diferencia de la competencia por su enfoque en productos completamente naturales y por su estrategia de marketing centrada en la confianza del consumidor a través del uso de ingredientes seguros y la aprobación de INVIMA. Aunque su base de seguidores es más pequeña comparada con Espectañas, su enfoque en concursos y participación activa en redes sociales aumenta el engagement con su comunidad.

Competidor 4: Imaca



Instagram: https://www.instagram.com/imaca_imaca/

Producto destacado: Productos para el Cuidado Capilar

- **Descripción:** Imaca se especializa en productos naturales y veganos para el cuidado capilar. Su propuesta de valor está enfocada en productos que no contienen parabenos ni otros químicos dañinos. Destacan por ofrecer soluciones para el cuidado del cabello, como

termoprotectores y reparadores capilares, que protegen y fortalecen el cabello frente a factores externos como el calor y los rayos UV.

- **Puntos clave del producto:**
 - Fórmulas naturales y veganas sin parabenos.
 - Cuidado y protección del cabello ante el calor de planchas, secadores, y la exposición solar.
 - Productos específicos como el termoprotector capilar y el protector solar vegano para el cabello.
- **Precio:** Desde \$24.000 COP
- **Estrategia de marketing:** Imaca se enfoca en una estrategia de marketing que promueve el uso diario de sus productos naturales para mantener el cabello sano. Utilizan hashtags populares y contenido visual atractivo en Instagram, junto con campañas que enfatizan los beneficios de sus productos para el cuidado capilar natural. Su tono comunicacional es cercano y educativo, apelando a un público interesado en la protección del cabello de forma no invasiva.
- **Engagement en Instagram:**
 - **Publicaciones:** 295
 - **Seguidores:** 2.717
 - **Seguidos:** 1.454

Análisis: Imaca es un competidor en el segmento de productos naturales y veganos para el cuidado capilar, una categoría que también puede atraer a consumidores preocupados por el bienestar general y la salud de las cejas y pestañas. Aunque su foco no está directamente en estos productos, Imaca representa una competencia indirecta para marcas que promueven el cuidado natural y libre de químicos. Sus precios competitivos y su marketing basado en la educación y los beneficios de la protección natural refuerzan su propuesta de valor.

Competidor 5: Wonderful Zalis



Instagram: <https://www.instagram.com/wonderfulzalis/>

Producto destacado: Tratamiento para Crecimiento y Fortalecimiento de Pestañas y Cejas

- **Descripción:** Wonderful Zalis ofrece un tratamiento exclusivo para el crecimiento y fortalecimiento de pestañas y cejas, elaborado con una fórmula natural que nutre y fortalece el folículo piloso. El tratamiento está diseñado para acelerar el crecimiento y evitar la caída excesiva de pestañas y cejas.
- **Puntos clave del producto:**
 - Fortalece el folículo piloso.
 - Acelera el crecimiento de cejas y pestañas.
 - Incluye un cepillo aplicador y plantilla de avance para seguimiento.
- **Precio:** \$55.000 COP
- **Estrategia de marketing:** Wonderful Zalis utiliza sus redes sociales para promover su tratamiento a través de testimonios y contenido visual atractivo. La marca se enfoca en una clientela que busca soluciones naturales y seguras para el cuidado de pestañas y cejas. Además, ofrecen productos para el cuidado del cabello, lo que amplía su línea de oferta en el segmento de belleza natural.
- **Engagement en Instagram:**
 - **Publicaciones:** 502
 - **Seguidores:** 17.884

- **Seguidos:** 1.141
- **Engagement Rate:** 0.14%
- **Promedio de Me gusta por publicación:** 22.19
- **Promedio de comentarios por publicación:** 2.81

Análisis: Wonderful Zalis tiene una base sólida de seguidores y un engagement considerable, aunque su tasa de interacción podría ser mayor en comparación con sus competidores. Su enfoque en ingredientes naturales y en la seguridad del producto es un punto a su favor. La marca está bien posicionada para crecer en un mercado que valora la transparencia y los productos naturales para el cuidado personal.

Análisis de las Estrategias de Marketing y Posicionamiento de la Competencia

Se presenta un análisis de las estrategias de marketing y posicionamiento de las marcas competidoras en el mercado de tratamientos para cejas y pestañas en Colombia.

1. ESENSTRAL (@esenstral)

Contenido Publicado:

- **Tipo de contenido:** Publicaciones que destacan los ingredientes naturales y los beneficios de su tratamiento para cejas y pestañas.
- **Formato:** Fotos de productos con descripciones detalladas.
- **Enfoque en ingredientes:** Mención de aceites naturales como romero, ricino, oliva, vitamina E y biotina.

Frecuencia de Publicación:

- **Poco frecuente:** Las últimas publicaciones datan de enero y febrero, indicando una baja actividad en la plataforma.

Interacción con Seguidores:

- **Engagement bajo:** Con menos de 51 me gusta por publicación y sin comentarios notables.
- **Respuesta a seguidores:** No se evidencia interacción activa en los comentarios.

Posicionamiento:

- **Naturaleza y bienestar:** Enfatiza el uso de ingredientes naturales y el cuidado personal.
- **Envíos gratuitos:** Ofrece envíos gratis a todo Colombia, lo cual es un atractivo adicional.
- **Precio:** \$50,000 por el tratamiento de cejas y pestañas.

2. Espectañas (@espectanas)

Contenido Publicado:

- **Tipo de contenido:** Variedad de publicaciones incluyendo videos, testimonios, anuncios de participación en eventos y sorteos.
- **Interacción dinámica:** Uso de lives, storytelling y engagement con tendencias actuales.

Frecuencia de Publicación:

- **Alta frecuencia:** Publicaciones recientes y constantes, manteniendo a su audiencia comprometida.

Interacción con Seguidores:

- **Alto engagement:** Promedio de 356 me gusta y múltiples comentarios por publicación.
- **Respuesta activa:** Participación en comentarios y realización de lives para interactuar con la audiencia.

Posicionamiento:

- **Marca innovadora y cercana:** Se posiciona como una marca moderna, participando en eventos importantes como Corferias.
- **Precio competitivo:** \$42,500 incluyendo adicionales como medidor de crecimiento y tabla de resultados.
- **Enfoque en resultados:** Destaca testimonios y resultados visibles, generando confianza.

3. Belleza Hiyab (@bellezahiyab)

Contenido Publicado:

- **Tipo de contenido:** Enfocado en sorteos, tutoriales de uso y testimonios de influencers.
- **Contenido educativo:** Publicaciones que enseñan cómo aplicar el producto correctamente.

Frecuencia de Publicación:

- **Moderada:** Actividad reciente con énfasis en promociones y sorteos para aumentar la participación.

Interacción con Seguidores:

- **Engagement moderado:** Publicaciones con alrededor de 330 me gusta y comentarios de participantes en los sorteos.
- **Fomento de participación:** Uso de concursos para incentivar la interacción.

Posicionamiento:

- **Confianza y seguridad:** Resalta el registro INVIMA y la seguridad de sus productos.

- **Precio:** \$60,000 por el activador de crecimiento.
- **Enfoque en facilidad y eficacia:** Destaca la simplicidad en el uso y resultados efectivos.

4. Imaca Imaca (@imaca_imaca)

Contenido Publicado:

- **Tipo de contenido:** Enfoque en cuidado capilar y productos veganos.
- **Formato:** Reels y videos con consejos y demostraciones de productos.

Frecuencia de Publicación:

- **Baja frecuencia:** Publicaciones espaciadas, con actividad irregular en la plataforma.

Interacción con Seguidores:

- **Engagement bajo:** Pocos me gusta y comentarios, indicando poca interacción.
- **Respuesta limitada:** No se observa interacción significativa con los seguidores.

Posicionamiento:

- **Productos naturales y veganos:** Promueve un estilo de vida saludable y respetuoso con el medio ambiente.
- **Precio accesible:** \$15,000 por el tratamiento de cejas y pestañas, siendo el más económico entre los competidores.
- **Enfoque en salud capilar:** Diversificación en productos para el cabello y cuidado personal.

5. Wonderful Zalis (@wonderfulzalis)

Contenido Publicado:

- **Tipo de contenido:** Testimonios, antes y después, y promoción de productos complementarios.
- **Formato variado:** Uso de imágenes atractivas y descripciones detalladas.

Frecuencia de Publicación:

- **Moderada:** Mantiene una presencia consistente pero no altamente frecuente.

Interacción con Seguidores:

- **Engagement bajo:** A pesar de tener 17,884 seguidores, el promedio de me gusta es de 22,19 por publicación.
- **Interacción limitada:** Pocos comentarios y respuestas en las publicaciones.

Posicionamiento:

- **Variedad de productos:** Ofrece una gama amplia que incluye tratamientos para uñas y tónicos capilares.
- **Énfasis en naturalidad:** Producto sin prostaglandinas ni minoxidil, con registro INVIMA.
- **Precio:** \$55,000 por el tratamiento de cejas y pestañas.

Análisis Comparativo y Estrategias Observadas

1. Contenido y Formato:

- **Marcas como Espectañas y Belleza Hiyab** utilizan contenido dinámico y variado, incluyendo videos, lives y testimonios, lo que aumenta el interés y retención de la audiencia.
- **Esenstral e Imaca Imaca** tienen un contenido más estático y menos frecuente, lo que puede afectar su visibilidad y engagement.

2. Interacción y Engagement:

- **Espectañas** destaca por su alta interacción con seguidores, respondiendo comentarios y realizando actividades en vivo.
- **Marcas con menor engagement** podrían beneficiarse al fomentar más la participación y responder activamente a su audiencia.

3. Posicionamiento y Propuesta de Valor:

- **Enfoque en ingredientes naturales:** Todas las marcas resaltan el uso de componentes naturales, pero Esenstral y Imaca Imaca lo hacen de manera más prominente.
- **Certificaciones y Confianza:** Belleza Hiyab y Wonderful Zalis destacan su registro INVIMA, generando mayor confianza en los consumidores.
- **Precio y Valor Agregado:** Espectañas ofrece un precio competitivo con adicionales que aportan valor, como medidores y tablas de seguimiento.

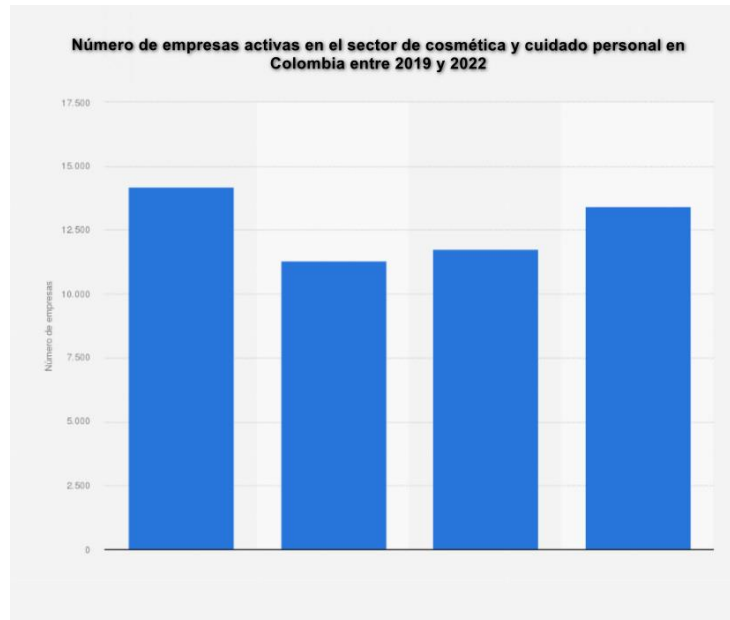
4. Estrategias de Marketing:

- **Participación en Eventos:** Espectañas aumenta su visibilidad al participar en ferias como Corferias.
- **Uso de Influencers y Testimonios:** Belleza Hiyab y Wonderful Zalis emplean testimonios para demostrar la eficacia de sus productos.
- **Promociones y Sorteos:** Belleza Hiyab incentiva la interacción a través de concursos, aumentando el engagement.

- **Cuota de mercado de los principales actores** **Luis Cuantas empresas se dedican a los productos de belleza en Colombia**

En 2022, el sector de cosmética y cuidado personal en Colombia contaba con un total de 13.435 empresas activas, reflejando un mercado altamente fragmentado y competitivo (Statista, 2023).

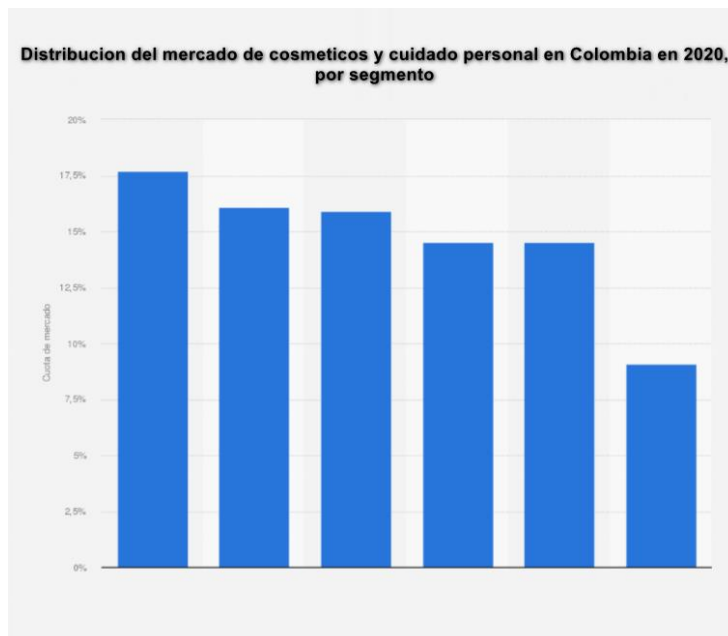
Figura 1: Número de empresas activas en el sector de cosmética y cuidado personal en Colombia entre 2019 y 2022.



Tomado de: Statista. (30 de abril de 2023). Colombia: número de empresas del sector de cosmética y el cuidado personal 2019-2022. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1413959/colombia-numero-de-empresas-del-sector-de-cosmetica-y-el-cuidado-personal/>

Dentro de este sector, el segmento de cuidado del cabello lideró con una participación de casi el 18% del mercado en 2020, seguido por el cuidado de la piel con un 16% (Statista, 2021).

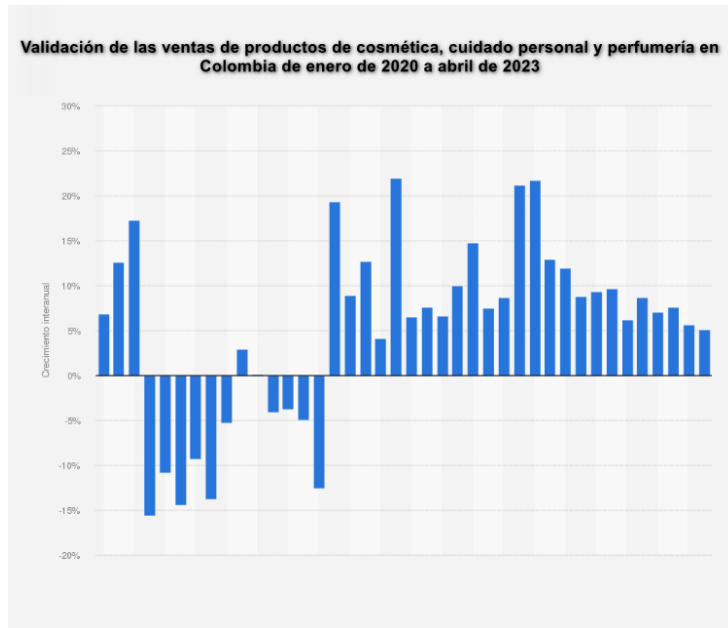
Figura 2: Distribución del mercado de cosméticos y cuidado personal en Colombia en 2020, por segmento.



Tomado de: Statista. (30 de enero de 2021). Colombia: participación de mercado de los segmentos de belleza y cuidado personal. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1320192/colombia-participacion-de-mercado-de-los-segmentos-de-belleza-y-cuidado-personal/>

Entre 2020 y 2023, las ventas de productos de belleza e higiene mostraron una recuperación significativa, alcanzando un crecimiento del 14,8% a enero de 2022 después de una disminución atribuida a la pandemia de COVID-19 (Statista, 2023).

Figura 3: Validación de las ventas de productos de cosmética, cuidado personal y perfumería en Colombia de enero de 2020 a abril de 2023.



Tomado de: Statista. (15 de junio de 2023). Colombia: crecimiento de las ventas de productos de belleza e higiene 2020-2023. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1304027/colombia-crecimiento-de-las-ventas-de-productos-de-belleza-e-higiene/>

A pesar de que solo el 4,5% de los cosméticos se vendieron en línea, Colombia se posicionó en 2021 como el segundo país de América Latina con mayor gasto per cápita en productos de belleza, superado únicamente por Argentina (Statista, 2023). Estos datos resaltan la fragmentación del mercado y la concentración en segmentos clave, lo que se presenta como oportunidades.