



EKVATOR CUMHURİYETİ



KOZMETİK VE KİŞİSEL BAKIM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: Temmuz 2026

Raporu Hazırlayan: Kito Ticaret Müşavirliği

1. Ülke Pazarında Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Sektörü

Ekvator'da kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektörü son yıllarda istikrarlı bir büyüme sergilemektedir. Ülkede satılan kozmetik ürünlerinin büyük çoğunluğu ithal edilmekte olup, başlıca tedarikçiler arasında Kolombiya, Meksika, ABD ve Avrupa ülkeleri bulunmaktadır. Bununla birlikte ülkede kozmetik alanında üretim yapan yerel firmalar da bulunmaktadır. Son yıllarda bazı yerli üreticiler Orta Amerika, ABD ve Güney Amerika ülkelerine ihracat faaliyetlerini artırmış, sektörün uluslararasılaşma kapasitesi güçlenmeye başlamıştır.

Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektörü kapsamında, Ekvator'un 2025 yılı ithalatı 574,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ekvator'un bu sektördeki ithalatında; Kolombiya %41,51 payla ilk sırada yer alırken, Kolombiya'yı, Meksika ve ABD takip etmiştir. Ekvator, Türkiye'den ise bu sektörde, 2025 yılında 2,29 milyon dolar ithalat gerçekleştirmiştir. Öte yandan, Ekvator'un bu sektördeki ihracatı 2025 yılında, 17,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracat pazarları arasında %44,19'luk payla Peru ilk sırada yer alırken, Peru'yu Kolombiya ve Panama takip etmiştir.

Ekvator'un kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektöründe üretim kapasitesi iç talebi karşılamakta yetersiz kalmakta ve sektör büyük ölçüde ithalata bağımlılığını sürdürmektedir. Nitekim, sektöre ilişkin dış ticaret verileri yıllar itibarıyla incelendiğinde, sektörün düzenli olarak dış ticaret açığı verdiği görülmekte olup, söz konusu açık 2025 yılında yaklaşık 557 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Sektördeki artan iç talep, pazarın büyüme eğilimini sürdürmesi ve tüketim alışkanlıklarındaki değişim dikkate alındığında, Ekvator'un önümüzdeki dönemde de bu sektörde ithalata olan bağımlılığının devam etmesi beklenmektedir. Bu çerçevede, Ekvator pazarında ülkemiz için kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ihracatında önemli fırsatlar bulunmaktadır.

Ekvator Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Sanayi Derneği (Procosméticos) verilerine göre, 2025 yılında 1,57 milyar dolar satış hacmi kaydeden kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektöründe, 2026 yılında satış tutarının 1,65 milyar dolara erişmesi beklenirken, bu tutarın 2030 yılında 1,9 milyar dolara ulaşması öngörülmektedir. Sektör 10.000 kişiye doğrudan istihdam yaratmaktadır. Ülkede kişi başına yıllık ortalama kozmetik, hijyen ve kişisel bakım harcaması 120 dolar seviyesine ulaşmıştır. Ülkedeki hanelerin %85'inde en az bir makyaj ürünü bulunmaktadır.

Ayrıca, satış miktarı baz alındığında, saç bakım ürünleri sektörün en büyük kategorisini oluşturmaktadır. 2025 yılında 331 milyon dolar satış hacmine sahip olan bu segmenti, 258 milyon dolar hacimle cilt bakım ürünleri, 229 milyon dolarla parfümler, 193 milyon dolarla makyaj ürünleri takip etmiştir. Erkek tüketicilerin de cilt bakım ve kişisel bakım ürünlerine ilgisi artmaktadır. Erkeklerle yönelik ürün satışları 2025 yılında 186 milyon dolara ulaşmış olup, erkek tüketiciler arasında en fazla talep gören ürün grup parfümler olmuştur.

Bu çerçevede Ekvator kozmetik sektörü; yüksek tüketim eğilimi, büyüyen orta sınıf, dijital satış kanallarının gelişimi ve ithalata bağımlı yapısı sayesinde Türk kozmetik ve kişisel bakım ürünleri açısından önemli bir ihracat potansiyeli sunmaktadır.

1.1 Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Sektöründe Üretim

Ekvator kozmetik ve kişisel bakım sektörü ağırlıklı olarak ithalata dayalı bir yapıya sahip olmakla birlikte, ülkede faaliyet gösteren yerli üreticiler son yıllarda üretim kapasitelerini ve ihracat faaliyetlerini artırmaktadır. Sektör; saç bakım ürünleri, parfüm, kişisel hijyen ürünleri, cilt bakım ürünleri ve bazı makyaj ürünlerinin üretiminde belirli bir uzmanlaşma düzeyine ulaşmıştır.

Ekvator kozmetik sektöründe son yıllarda doğal içerikli ve dermo kozmetik ürünlere yönelik talep belirgin şekilde artmıştır. Ülkenin Amazon bölgesine özgü zengin biyoçeşitliliği, ishpingo ve palo santo gibi doğal hammaddeler sayesinde yerli üreticilere önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu hammaddeler, uluslararası kozmetik firmalarının da ilgisini çekmekte olup, Brezilyalı Natura gibi şirketler tarafından cilt bakım ve parfüm ürünlerinin üretiminde kullanılmak üzere Ekvator'dan tedarik edilmektedir. Bu durum, Ekvator'un doğal kozmetik hammaddeleri bakımından da uluslararası pazarlarda tedarikçi konumunu güçlendirme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte Ekvator'da satılan kozmetik ürünlerinin önemli bir bölümü ithal ürünlerden oluşmaktadır. Özellikle makyaj, cilt bakımı ve premium kozmetik segmentlerinde ithal markalar pazarda güçlü bir konuma sahiptir. Bu nedenle yerli üretim büyümekle birlikte, iç pazarın talebini karşılamada ithalat halen belirleyici rol oynamaktadır.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Ekvator'da kozmetik ve kişisel bakım ürünlerine ilişkin üretici fiyatları ürün kategorisi, kullanılan hammadde, marka konumlandırması ve üretim ölçeğine bağlı olarak önemli farklılıklar göstermektedir.

Ülkede faaliyet gösteren yerli üreticiler ağırlıklı olarak orta gelir grubuna yönelik ürünler üretirken, üst gelir grubuna yönelik ürünlerde ithal markalar daha güçlü bir konuma sahiptir. Kozmetik sektöründe üretim maliyetlerini etkileyen başlıca unsurlar arasında ithal hammadde ve ambalaj malzemelerine bağımlılık, enerji maliyetleri, lojistik giderleri ve sağlık kayıt süreçleri yer almaktadır.

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneğine İlişkin Bilgiler

Ekvator kozmetik ve kişisel bakım sektöründe hem yerli üreticiler hem de uluslararası firmaların iştirakleri faaliyet göstermektedir. Sektör, son yıllarda artan iç talep ve ihracat olanakları sayesinde üretim kapasitesini geliştirmiş olup özellikle parfüm, saç bakım ürünleri, kişisel hijyen ürünleri ve cilt bakım ürünleri alanlarında faaliyet gösteren yerli firmalar ön plana çıkmaktadır. Ülkenin önde gelen yerli üreticileri arasında Laboratorios Beutik, Laboratorio Biotanicales, Ecobel, Jabonería Wilson, Industrias Ales, Industria de Belleza y Salud BASSA C. Ltda. yer almaktadır. Bu firmalar hem iç pazara yönelik üretim yapmakta hem de bölge ülkelerine ihracat gerçekleştirmektedir.

Sektörün en önemli temsil kuruluşu, 2001 yılında kurulan Ekvator Kozmetik Ürünleri, Hijyen Ürünleri ve Emici Hijyen Ürünler Sektörü Şirketleri Derneğidir (PROCOSMÉTICOS-Asociación Ecuatoriana de Empresas de Productos Cosméticos, de Higiene y Absorbentes). Kuruluş, kozmetik, kişisel bakım, ev hijyeni ve benzeri ürünler sektöründeki firmaları temsil etmekte olup sektör cirosunun yaklaşık %95'ini kapsayan şirketleri bünyesinde toplamaktadır.

1.4 Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Ekvator'da kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin dağıtımı; süpermarketler, eczaneler, özel kozmetik mağazaları, doğrudan satış kanalları ve e-ticaret platformları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Son yıllarda dijitalleşmenin etkisiyle çevrim içi satışların payı artmakla birlikte, fiziksel mağazalar ve doğrudan satış sistemi sektörün en önemli satış kanalları olmaya devam etmektedir.

Perakende satışlarda başlıca dağıtım kanalları arasında Supermaxi, Megamaxi, Mi Comisariato, Coral Hipermarcados ve Tía gibi büyük perakende zincirleri ile Fybeca, Medicity, SanaSana ve Cruz Azul gibi eczane zincirleri yer almaktadır. Bunların yanı sıra, Burbujas Beauty Shop, Secretos para el Baño ve Las Fragancias gibi kozmetik ve kişisel bakım ürünleri alanında uzmanlaşmış perakende zincirleri de sektörde faaliyet göstermektedir. Bu mağazalar hem uluslararası hem de yerel markaların dağıtımında önemli rol oynamaktadır. Bu satış noktalarında hem yerli hem de ithal kozmetik ve kişisel bakım ürünleri tüketicilere sunulmaktadır.

Ekvator kozmetik pazarında Eucerin, La Roche-Posay, Vichy, ISDIN, Nivea, L'Oréal Paris, Maybelline ve Garnier gibi uluslararası markalar yaygın olarak bulunmakta olup, pazarda önemli bir paya sahiptir.

Sektörde doğrudan satış yöntemi önemli bir yer tutmaktadır. Katalog satışı ve bağımsız satış temsilcileri aracılığıyla gerçekleştirilen satışlar özellikle kadın tüketiciler arasında yaygın olup, makyaj ve kişisel bakım ürünleri satışlarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu alanda faaliyet gösteren başlıca firmalar arasında Yanbal, Mary Kay, Belcorp, Avon, Natura ve Oriflame yer almaktadır. Söz konusu şirketler geniş temsilci ağıları sayesinde ülkenin farklı bölgelerindeki tüketicilere ulaşmaktadır.

Toptan satışlar ise ağırlıklı olarak ithalatçılar, distribütörler ve ulusal dağıtım şirketleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Ülkede satılan kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin büyük bir bölümü ithal olduğundan, ithalatçı firmalar ile ulusal distribütörler tedarik zincirinde önemli bir rol üstlenmektedir. Toptancılar ürünleri perakende zincirlerine, eczanelere, güzellik salonlarına ve bağımsız satış noktalarına ulaştırmaktadır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

Raporumuzun bu bölümü, Ekvator kozmetik ve kişisel ürünler sektörüne ilişkin olarak 33. Fasıl (*Uçucu yağlar ve rezinoitler; parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları*) ile 3401. Tarife Pozisyonu (*sabunlar; çubuk, kalıplanmış parça ve şekillerde olup sabun olarak kullanılan yüzeyaktif organik ürünler ve müstahzarlar; cilt yıkamaya mahsus sıvı veya krem halinde ve perakende satılacak hale getirilmiş yüzeyaktif organik ürünler ve müstahzarlar*) baz alınarak hazırlanmıştır.

Bu çerçevede, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektörü kapsamında Ekvator'un 2023, 2024 ve 2025 yıllarında ithalatı sırasıyla 487,9 milyon dolar, 531,8 milyon dolar ve 574,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ekvator'un 2025 yılında Ekvator'un bu sektördeki ithalatında; Kolombiya %41,51 payla ilk sırada yer alırken Kolombiya'yı %12,13 payla Meksika ve %5,51 payla ABD takip etmiştir. Ekvator, Türkiye'den ise 2025 yılında bu sektör kapsamında 2,29 milyon dolar ithalat gerçekleştirmiştir.

Öte yandan, Ekvator'un bu sektördeki ihracatı 2023, 2024 ve 2025 yıllarında sırasıyla 14,03 milyon dolar, 13,9 milyon dolar, 17,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2025 yılında ihracat pazarları arasında %44,19'luk payla Peru ilk sırada yer alırken, Peru'yu Kolombiya ve Panama takip etmiştir.

2.1 Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2025)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (bin \$)	Toplam Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Kolombiya	238.670	41,51%
2	Meksika	69.711	12,13%
3	ABD	31.659	5,51%
4	Brezilya	29.785	5,18%
5	Fransa	29.710	5,17%
6	Çin	27.101	4,71%
7	İspanya	24.674	4,29%
8	Uruguay	21.974	3,82%
9	Peru	21.131	3,68%
10	İtalya	14.996	2,61%
	Türkiye	2.291	0,40%
	Toplam	574.910	100%

Kaynak: Trade Map, <https://www.trademap.org/> (ITC hesaplamaları, Ekvator Merkez Bankası istatistiklerine dayanmaktadır.)

2.2.1 Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2025)

	Ülke Adı	İhracat Değeri (bin \$)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Peru	7.942	44,19%
2	Kolombiya	3.450	19,19%
3	Panama	1.973	10,98%
4	ABD	1.359	7,56%
5	Şili	781	4,35%
6	Bolivya	470	2,61%
7	Arjantin	448	2,49%
8	Guatemala	312	1,74%
9	Kosta Rika	250	1,39%
10	Venezuela	184	1,02%
	Türkiye	0	-
	Toplam	17.974	100,00%

Kaynak: Trade Map, <https://www.trademap.org/> (ITC hesaplamaları, Ekvator Merkez Bankası istatistiklerine dayanmaktadır.)

2.3 Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 Ürün-2025)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (bin \$)	Türkiye'den İthalatı (bin\$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
1	330499	Güzellik veya makyaj müstahzarları ile cildin bakımına mahsus müstahzarlar (tedavi edici ilaçlar hariç)	120.257	312	0,26%
2	330590	Saç bakımına mahsus müstahzarlar (şampuanlar, saç kalıcı olarak dalgalandırma veya düzleştirme müstahzarları ile saç spreyleri hariç)	70.982	722	1,02 %
3	330210*	Gıda ve içecek sanayiinde kullanılan türden, bir veya daha fazla kokulu maddeden oluşan karışımlar ile bu maddeleri esas alan karışımlar (alkollü çözeltiler dâhil); içeceklerin imalinde kullanılan türden, koku	60.716	0	-
4	330610	Diş temizleme müstahzarları (diş hekimleri tarafından kullanılanlar dâhil)	56.727	0	-
5	330510	Şampuanlar	45.343	97	0,21%
6	330290	Sanayide hammadde olarak kullanılan türden, bir veya daha fazla kokulu maddeyi esas alan karışımlar ile bu maddelerden oluşan karışımlar (alkollü çözeltiler dâhil) (gıda ve içecek sanayisinde kullanılanlar hariç)	41.599	85	0,20%
7	330720	Kişisel deodorantlar ve ter önleyici müstahzarlar (antiperspirantlar)	32.635	409	1,25%
8	330300	Parfümler ve tuvalet suları (tıraş sonrası losyonlar, kişisel deodorantlar ve saç losyonları hariç)	23.187	66	0,28%
9	340111	Tuvalet kullanımına mahsus (ilaçlı olanlar dâhil), çubuk, kalıp veya şekil verilmiş formlarda sabun ve organik	22.788	3	0,01%

		yüzey aktif ürün ve müstahzarlar ile sabun veya deterjan emdirilmiş, sıvanmış veya kaplanmış kâğıt, vatka, keçe ve dokunmamış mensucat			
10	330420	Göz makyajı müstahzarları	20.112	65	0,32%

Kaynak: Trade Map, <https://www.trademap.org/> (ITC hesaplamaları, Ekvator Merkez Bankası istatistiklerine dayanmaktadır.)

*3302.10 tarife alt pozisyonu esas itibarıyla gıda sanayinde kullanılan aroma karışımlarını kapsamakla birlikte, raporumuz kapsamında 33. Faslin bütüncül olarak değerlendirilmesi ve 3302.10 kapsamı ürünlerin aromalı dudak nemlendiricileri, diş macunları ve benzeri ağız ve kişisel bakım ürünlerinin üretiminde de kullanılabilmesi nedeniyle rapor kapsamına dahil edilmiştir.

2.4 Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 Ürün-2025)

	Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İhracat Değeri (bin \$)	Türkiye'ye İhracatı (bin \$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
1	340111	Tuvalet kullanımına mahsus (ilaçlı olanlar dâhil), çubuk, kalıp veya şekil verilmiş formlarda sabun ve organik yüzey aktif ürün ve müstahzarlar ile sabun veya deterjan emdirilmiş, sıvanmış veya kaplanmış kâğıt, vatka, keçe ve dokunmamış mensucat	3.351	0	-
2	330510	Şampuanlar	3.321	0	-
3	330499	Güzellik veya makyaj müstahzarları ile cildin bakımına mahsus müstahzarlar (tedavi edici ilaçlar hariç)	2.723	0	-
4	340119	Tuvalet kullanımına mahsus olanlar hariç olmak üzere (tedavi edici/ilaçlı ürünler dâhil), çubuk, kalıp veya şekil verilmiş formlardaki sabun ve organik yüzey aktif ürün	1.915	0	-

		ve müstahzarlar ile sabun veya deterjan emdirilmiş, sıvanmış veya kaplanmış kâğıt, vatka, keçe ve dokunmamış mensucat			
5	330300	Parfümler ve tuvalet suları (tıraş sonrası losyonlar, kişisel deodorantlar ve saç losyonları hariç)	1.816	0	-
6	330590	Saç bakımına mahsus müstahzarlar (şampuanlar, saç kalıcı olarak dalgalandırma veya düzleştirme müstahzarları ile saç spreyleri hariç)	762	0	-
7	330290	Sanayide hammadde olarak kullanılan türden, bir veya daha fazla kokulu maddeyi esas alan karışımlar ile bu maddelerden oluşan karışımlar (alkollü çözeltiler dâhil) (gıda ve içecek sanayisinde kullanılanlar hariç)	722	0	-
8	340120	Pul, granül, toz, macun veya sulu çözelti hâlindeki sabunlar.	643	0	-
9	330210*	Gıda ve içecek sanayiinde kullanılan türden, bir veya daha fazla kokulu maddeden oluşan karışımlar ile bu maddeleri esas alan karışımlar (alkollü çözeltiler dâhil); içeceklerin imalinde kullanılan türden, koku	404	0	-
10	330720	Kişisel deodorantlar ve ter önleyici müstahzarlar (antiperspirantlar)	325	0	-

Kaynak: Trade Map, <https://www.trademap.org/> (ITC hesaplamaları, Ekvator Merkez Bankası istatistiklerine dayanmaktadır.)

*3302.10 tarife alt pozisyonu esas itibarıyla gıda sanayinde kullanılan aroma karışımlarını kapsamakla birlikte, raporumuz kapsamında 33. Faslın bütüncül olarak değerlendirilmesi ve 3302.10 kapsamı ürünlerin aromalı dudak

nemlendiricileri, diş macunları ve benzeri ağız ve kişisel bakım ürünlerinin üretiminde de kullanılabilmesi nedeniyle rapor kapsamına dahil edilmiştir.

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Bin Dolar)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2021 (Bin \$)	2022 (Bin \$)	2023 (Bin \$)	2024 (Bin \$)	2025 (Bin \$)
1	330590	Saç bakımına mahsus müstahzarlar (şampuanlar, saç kalıcı olarak dalgalandırma veya düzleştirme müstahzarları ile saç spreyleri hariç)	42	314	321	419	722
2	330720	Kişisel deodorantlar ve ter önleyici müstahzarlar (antiperspirantlar)	358	43	472	211	409
3	330499	Güzellik veya makyaj müstahzarları ile cildin bakımına mahsus müstahzarlar (tedavi edici ilaçlar hariç)	61	214	309	232	312
4	330790	Tüy dökücü müstahzarlar ile başka yerde sınıflandırılmamış parfümeri, tuvalet ve kozmetik müstahzarları.	483	738	131	133	143
5	330410	Dudak makyaj müstahzarları	3	21	138	105	103
6	330710	Tıraş öncesi ve tıraş sonrası ürünler dâhil olmak üzere tıraş müstahzarları.	45	82	68	48	99
7	330510	Şampuanlar	11	5	41	30	97
8	330290	Sanayide hammadde olarak kullanılan türden, bir veya daha fazla kokulu maddeyi esas alan karışımlar ile bu maddelerden oluşan karışımlar (alkollü çözeltiler dâhil) (gıda ve içecek sanayisinde kullanılanlar hariç)	28	66	77	58	85

9	340119	Tuvalet kullanımına mahsus olanlar hariç olmak üzere (tedavi edici/ilaçlı ürünler dâhil), çubuk, kalıp veya şekil verilmiş formlardaki sabun ve organik yüzey aktif ürün ve müstahzarlar ile sabun veya deterjan emdirilmiş, sıvanmış veya kaplanmış kâğıt, votka, keçe ve dokunmamış mensucat	31	2	49	96	78
10	330491	Tedavi edici (ilaç) ürünler hariç olmak üzere, sıkıştırılmış olsun olmasın makyaj veya cilt bakımında kullanılan pudralar (bebek pudraları dâhil).	18	67	100	81	71
	Sektörde Türkiye'nin Ekvator'a İlk On Ürün Toplam İhracatı		1.080	1.552	1.706	1.413	2.119
	Sektörde Türkiye'nin Ekvator'a Gerçekleştirdiği Toplam İhracat		1.205	1.707	1.864	1.539	2.292

Kaynak: Trade Map, <https://www.trademap.org/> (ITC hesaplamaları, Ekvator Merkez Bankası istatistiklerine dayanmaktadır.)

3.2 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar Ton)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	330590	Saç bakımına mahsus müstahzarlar (şampuanlar, saç kalıcı olarak dalgalandırma veya düzleştirme müstahzarları ile saç spreyleri hariç)	8	49	44	76	126

2	330720	Kişisel deodorantlar ve ter önleyici müstahzarlar (antiperspirantlar)	97	15	100	49	72
3	330499	Güzellik veya makyaj müstahzarları ile cildin bakımına mahsus müstahzarlar (tedavi edici ilaçlar hariç)	16	19	67	29	49
4	330790	Tüy dökücü müstahzarlar ile başka yerde sınıflandırılmamış parfümeri, tuvalet ve kozmetik müstahzarları.	373	481	97	120	120
5	330410	Dudak makyaj müstahzarları	_*	_*	6	2	2
6	330710	Tıraş öncesi ve tıraş sonrası ürünler dâhil olmak üzere tıraş müstahzarları.	17	25	27	15	28
7	330510	Şampuanlar	11	2	24	16	63
8	330290	Sanayide hammadde olarak kullanılan türden, bir veya daha fazla kokulu maddeyi esas alan karışımlar ile bu maddelerden oluşan karışımlar (alkollü çözeltiler dâhil) (gıda ve içecek sanayisinde kullanılanlar hariç)	1	3	3	2	3
9	340119	Tuvalet kullanımına mahsus olanlar hariç olmak üzere (tedavi edici/ilaçlı ürünler dâhil), çubuk, kalıp veya şekil verilmiş formlardaki sabun ve organik yüzey aktif ürün ve müstahzarlar ile sabun veya deterjan emdirilmiş, sıvanmış veya kaplanmış kâğıt, votka, keçe ve dokunmamış mensucat	18	_*	50	72	63
10	330491	Tedavi edici (ilaç) ürünler hariç olmak	3	3	6	3	3

		üzere, sıkıştırılmış olsun olmasın makyaj veya cilt bakımında kullanılan pudralar (bebek pudraları dâhil).					
	TOPLAM		171	597	424	384	529

Kaynak: Trade Map, <https://www.trademap.org/> (ITC hesaplamaları, Ekvator Merkez Bankası istatistiklerine dayanmaktadır.)

*Miktar bilgisine ulaşılamamıştır.

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Ekvator'da kozmetik ve kişisel bakım ürünleri tüketimi nüfus yoğunluğu, gelir düzeyi ve ticari faaliyetlerin yoğunlaştığı bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bu çerçevede sektör açısından öncelikli hedef pazarlar başta Kito, Guayaquil ve Cuenca olmak üzere ülkenin büyük şehirleridir. Söz konusu kentler yüksek satın alma gücü, gelişmiş perakende altyapısı ve yoğun nüfusları sayesinde kozmetik ve kişisel bakım ürünleri tüketiminin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Başkent Kito, ülkenin siyasi ve idari merkezi olmasının yanı sıra orta ve üst gelir grubunun yoğun olarak bulunduğu bir pazar konumundadır. Birçok alışveriş merkezi, eczane zinciri ve uzmanlaşmış kozmetik mağazasının faaliyet gösterdiği şehir, yeni markaların pazara girişinde önemli bir merkezdir.

Ülkenin en büyük şehri ve ticaret merkezi olan Guayaquil, nüfus büyüklüğü ve liman kenti olma özelliği nedeniyle kozmetik ürünleri satışlarında stratejik öneme sahiptir. İthal ürünlerin önemli bir kısmı Guayaquil üzerinden ülkeye giriş yapmakta olup, şehir aynı zamanda çok sayıda distribütör ve toptancı firmaya ev sahipliği yapmaktadır.

Ülkenin üçüncü büyük şehri olan Cuenca ise yüksek yaşam standartları ve artan tüketici talebi nedeniyle sektör açısından önemli bir bölgesel merkez olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanında Manta, Santo Domingo, Machala ve Ambato gibi orta büyüklükteki şehirler de büyüyen nüfusları ve gelişen perakende sektörü sayesinde potansiyel hedef pazarlar arasında değerlendirilmektedir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Aşağıdaki tabloda, Ekvator'da kozmetik ve kişisel bakım ürünleri üretimi, ticareti, dağıtım ve ithalatı alanlarında faaliyet gösteren önde gelen firmalara yer verilmiştir.

Firma Adı	Web sitesi	E- posta	Adres
Insumos Profesionales Insuprof Cia. Ltda.	https://montero.ec/	atencionalcliente@montero.ec	Iñaquito / Av. 6 De Diciembre N37-224 Y Gonzalo Serrano. Pichincha. Quito- Ecuador
Industria De Belleza Y Salud B.A.S.S.A. C. Ltda.	https://bassa.com.ec/	info@bassa.com.ec	Km 10 Vía a Daule, Guayaquil - Ecuador
Las Fragancias Cía. Ltda. (Burbujas Beauty Shop, Secretos para el Baño)	https://www.lasfragancia.com/	info@lasfragancias.com contacto@lasfragancias.com	Norte Av. 6 de Diciembre y Orellana Esq. ex Edf. Mesón La Pradera Quito - Ecuador

360corp S.A.	https://360corp.ec/	info@360corp.ec	Los Ciruelos OE1-127 y Panamericana Norte Km. 5 ½. Quito- Ecuador
Bio Del Laboratorios Sjpe C.A.	https://biodel.ec/	ventas@biodel.ec info@biodel.ec	Calle Nazareth OE 3350 y pasaje Ángel Chamuel. Quito- Ecuador
Ecobel Ecuatoriana de Color y Belleza S.A.	https://ecobel.com.ec/	ventas@ecobel.com.ec	Km. 10 1/2 Vía a Daule, calle Casuarinas y Mirtos No. 24 Mz. 3. Guayas Ecuador
Corporacion Glovecar S.A.S.	https://www.gloriasaltos.com/	gloriasaltos@gloriasaltos.com	Luque 322 y Chimborazo Guayaquil – Ecuador
Latincosmetic S.A.	https://www.latincosmetic.com.ec/	ventas@latincosmetic.com.ec	9 de octubre entre García Avilés y Boyacá, Edificio 728 INCFAR, Piso 4, Oficina 1 Guayaquil Ecuador9 de octubre entre García Avilés y Boyacá, Edificio 728 INCFAR, Piso 4, Oficina 1 Guayaquil-Ecuador
Naos-Skin Care Ecuador S.A.	https://www.bioderma.ec/	marketing.ec@la.naos.com	Chimborazo 705 y Av. Pampite. Cumbayá. Quito- Ecuador
Laboratorios Beautik S.A.	https://beautik.ec/ https://www.facebook.com/Beautik.ec/	ecommerce@labbeautik.com	Km 5 via duran tambo, Durán, Ecuador.
D'mujeres S.A. D'mujersa	https://www.dmujeres.ec/	servicioalcliente@dmujeres.ec	Bahía de Caráquez Ayacucho Nro. 309 y Chile. Guayaquil - Ecuador
Zar Import Zarimport S.A.	https://zarimport.com/	hola@zarimport.com	Calle Chimborazo, 816. Guayaquil; Guayas- Ecuador
Oriflame Del Ecuador S.A.	https://ec.oriflame.com/	servicio.alcliente@oriflame.com.ec	Av. 23 Rodrigo Chávez G. y Av. Juan Tanca Marengo, Edificio Pacific Plaza (Mezzanini 006), Parque Empresarial Colón. Guayaquil- Ecuador
Didelsa Cia. Ltda.	https://www.didelsa.com/	info@didelsa.com	Av. De los Establos N60 y Av. Interoceánica, Edificio CEMACOL. Santa Lucía Alta, Cumbayá. Quito- Ecuador.
Bonilla Alarcon Distribuciones S.A.	https://www.crafbon.ec/	cbonilla59@yahoo.com crafikles@yahoo.com	José Andrade Oel-407 Y Joaquín Mancheno Esq. Carcelén Quito- Ecuador
Odarp Cia. Ltda.	https://medypiel.com/	medypielweb@gmail.com	Av. 6 de diciembre y La Niña, Quito, Ecuador, 170522
Laboratorio Biotanics del Ecuador S.A.	https://www.biotanics.net/	contabilidad@biotanics.net	Km 16 Vía a Daule, Av. Parque Industrial Pascuales y calle Bronce #100
Jabonería Wilson	https://www.jaboneriawilson.com/	info@jaboneriawilson.com	Luis Calderón vía Calacalí La Independencia- Quito- Ecuador
Industrias Ales C.A	https://www.ales.com.ec/?productos=cuidado-personal	earguello@ales.com.ec kluna@ales.com.ec	Norte Av. 6 de Diciembre y Orellana Esq. ex Edf. Mesón La Pradera Quito - Ecuador

Arcamia	https://arcamia.com/	info@arcamia.com	Av. Interoceánica, y S/N, Quito Cumbaya, Ecuador
---------	---	------------------	---

*Tablodaki firmalara ilişkin bilgiler Kito Ticaret Müşavirliği tarafından, Ekvator'a ihracat yapmak isteyen Türk firmalarına yardımcı olmak için hazırlanmıştır. Kito Ticaret Müşavirliği listedeyen alan firmaların güvenilirliğine ilişkin herhangi bir taahhütte bulunmamaktadır.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Derne/STKlar ve İletişim Bilgileri

Sektörün en önemli temsil kuruluşu, 2001 yılında kurulan Ekvator Kozmetik Ürünleri, Hijyen Ürünleri ve Emici Ürünler Sektörü Şirketleri Derneğidir (Procosméticos-Asociación Ecuatoriana de Empresas de Productos Cosméticos, de Higiene y Absorbentes). Kuruluş, kozmetik, kişisel bakım, ev hijyeni ve benzeri ürünler sektöründeki firmaları temsil etmekte olup sektör cirosunun yaklaşık %95'ini kapsayan şirketleri bünyesinde toplamaktadır. Birlik; yerli ve yabancı sermayeli üretici, ithalatçı ve dağıtıcı firmaların çıkarlarını temsil etmekte, sektörün mevzuat, dış ticaret, sürdürülebilirlik ve uluslararasılaşma alanlarındaki çalışmalarını koordine etmektedir.

Procosméticos aynı zamanda Latin Amerika Kozmetik, Kişisel Bakım ve Ev Bakım Endüstrisi Konseyi (CASIC) ile iş birliği içerisinde faaliyet göstermekte ve üye firmalara teknik danışmanlık, mevzuat desteği ve ihracat geliştirme hizmetleri sunmaktadır.

<https://procosmeticos.ec/>

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Ekvator Merkez Bankası'nın "Dış Ticaret Veri Tabanı"na, aşağıda belirtilen adresten erişim sağlanabilmektedir. Bu veri tabanı aracılığıyla ithalatçı firma bilgileri elde edilebilmektedir. Örneğin, aşağıdaki görselde yer verildiği üzere ilgili alanlara; ithalatçı/ihracatçı bilgisi (consultas por exportador/importador), tarih ve ürünün 6 haneli GTIP kodu (subpartida) girildikten sonra "Consultar" sekmesine tıklanmasıyla, söz konusu ürün için Ekvator'daki ithalatçı firma bilgileri temin edilebilmektedir.

https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html

Banco Central del Ecuador

Clasificadores Reiniciar Consultar

Información disponible :

- 01. Por Subpartida
- 02. Por Uso o Destino Económico (CUODE)
- 03. Por Producto Principal (PP)
- 04. Por Grado de Intensidad Tecnológica (GIT)
- 06. Por Grandes Categorías Económicas (GCE)
- 07. Por Continente / Área Económica / País
- 09. Por Aduana
- 11. Consultas por Exportador/Importador**
- 12. Por Ranking Productos / Países
- 14. Exportaciones de productos mineros no petrol...

Cifras disponibles hasta : 2025 Enero

11. Consultas por Exportador/Importador / 01. Subpartida - Exportador/Importador

Transacción :

- ☒ Importaciones
- ☐ Exportaciones

Acumulado :

- ☒ Anual
- ☐ Trimestral
- ☐ Mensual
- ☐ Entre Fechas

Años :

- ☐ 2025
- ☒ 2024
- ☐ 2023
- ☐ 2022
- ☐ 2021
- ☐ 2020
- ☐ 2019
- ☐ 2018

Subpartida : 854243

RUC:

Por país de : ☒ Origen ☐ Procedencia

Consultas por :

- 01. Subpartida - Exportador/Importador
- 02. Subpartida - País - Exportador/Importador
- 03. País - Exportador/Importador
- 04. País - Subpartida - Exportador/Importador

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Ekvator'daki tüm ithalatçılar, Ekvator Gümrük İdaresi'ne-SENAE kaydolmalı ve Ekvator İç Gelir İdaresi-SRI tarafından verilen bir şirket vergi numarası (RUC) almalıdır.

Ekvator'a ithalat yapmak için genel süreç ve zorunlu belgeler;

- İthal edilecek ürünün GTİP bilgisinin belirlenmesi,
- Ürünün ithalatında kısıtlama, izin veya ön kontrol belgesi gerekip gerekmediğinin kontrol edilmesi,
- Vergi numarası (RUC) alınarak ithalatçı kaydının oluşturulması,
- ECUAPASS (gümrük işlemleri için kullanılan yazılım) sistemine kayıt yapılması ve elektronik imza temin edilmesi,
- Tedarikçi ile ticari belgelerin hazırlanması (fatura, menşe belgesi sigorta poliçesi, konşimento, taşıma belgesi vb.),
- Gerekli ise sağlık sertifikası, bitki sağlığı belgesi, INEN sertifikası (standart uyumluluğu) ve diğer ithalat izin belgelerinin alınması,
- Ekvator Gümrük İdaresi veya Dış Ticaret Komitesinin (COMEX) varsa gerekli gördüğü diğer belgelerin temini,
- Malların sevkiyatının gerçekleştirilmesi ve taşıma bilgilerinin sisteme işlenmesi,
- İthalat Beyannamesinin (DAI-Declaración Aduanera de Importación) ECUAPASS üzerinden sunulması,
- Gümrük vergileri ile diğer ithalat vergilerinin ödenmesi,
- Gümrük tarafından risk analizine göre kontrol kanalının belirlenmesi,
 - Otomatik kontrol
 - Belge kontrolü
 - Fiziki kontrol
 - Tarama/x-ray kontrolü
- Gümrük işlemlerinin tamamlanmasının ardından ürünlerin serbest dolaşıma girişinin sağlanması şeklindedir.

Ürün, Ekvator'a ulaştığında, SENAE gümrük vergilerinin ödenmesini ve malların serbest bırakılmasını onaylamaktadır. Bu işlem, tüm belgelerin sunulduğu "Ventanilla Unica" (Tek Pencere) adlı sanal platform üzerinden yapılmaktadır. Gümrük işlemleri için kullanılan yazılım ECUAPASS'tır ve Ekvator'a giren tüm malların bu yazılım aracılığıyla gümrükten geçmesi gerekmektedir. Ayrıca, ECUAPASS üzerinden başvurular için bir elektronik imza gereklidir ve bu imza, Ekvator Merkez Bankası'ndan alınmalıdır. Bu süreçlerin etkin bir şekilde yönetilmesini teminen özel bir gümrük müşaviri ile çalışılması tavsiye edilmektedir.

Ayrıca, SENAE sitesinde yer alan aşağıdaki bağlantıda, Ekvator ithalat süreçlerine ilişkin detaylı bilgiler yer almaktadır.

<https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-importar/>

Diğer taraftan, Ekvator'da kozmetik ürünlerin ithalatı, üretimi ve piyasaya arzı, Halk Sağlığı Bakanlığına bağlı olarak faaliyet gösteren Ulusal Sağlık Düzenleme, Kontrol ve Gözetim Ajansı (ARCSA-Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) tarafından düzenlenmekte ve denetlenmektedir. Ekvator'da kozmetik ürünlerin ithalatı ve pazara arzı için ARCSA nezdinde Zorunlu Sağlık Bildirimi (Notificación Sanitaria Obligatoria - NSO) işleminin tamamlanması gerekmektedir. NSO, üretici veya ithalatçı tarafından yapılan bir beyana dayanmakta olup,

başvurunun ARCSA tarafından kayıt altına alınması ve ilgili NSO numarasının verilmesiyle ürünün piyasaya sunulmasına izin verilmektedir.

<http://www.gob.ec/arcsa/tramites/obtencion-certificado-notificacion-sanitaria-obligatoria-productos-higiene-domestica-absorbentes-uso-personal-fabricacion-nacional-extranjera>

4.4 Sektörde Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu Var Mıdır? Varsa Yetkilendirilmiş Gözetim Şirketleri Hangileridir?

Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu bulunmamaktadır.

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (Milli Katılım Olup Olmadığı) ve Tarihleri

Ekvator'da kozmetik sektörüne yönelik uluslararası nitelikte büyük bir sektör fuarı bulunmamaktadır. Sektörün en önemli organizasyonları, Procosméticos tarafından düzenlenen "Beauty, Cleaning and Wellness Revolution" (Kito/16-17 Temmuz 2026) kongresi ile Expo Farma & Cosmética (Kito/18 Nisan 2026-Showroom) fuarıdır. Bu fuar, Ticaret Bakanlığımızca milli katılımı desteklenen fuarlar kapsamında bulunmamaktadır.

4.6 Sektör Firmalarına Hitap Eden ve Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri

Sektörde Ekvator'a yönelik planlanmış bir ticaret heyeti bulunmamaktadır.

4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Ekvator'da tüm sektörlerle yönelik kamu ihaleleri Kamu Alımları Ulusal Ajansı- SERCOP (Servicio Nacional de Contratacion Publica) tarafından yürütülmektedir <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/>.

Tedarikçi olarak ihalelere katılabilmek için aşağıdaki linkte yer alan sistemden (Sistema Oficial de Contratacion Publica) Tek Tedarikçi Siciline (Registro Único de Proveedores-RUP) Kamu Tedarikçisi (Como Proveedor del Estado) seçilerek kayıt olunması gerekmektedir. Kayıt olabilmek için Ekvator'da yerleşik yerli veya yabancı yasal bir temsilciye sahip olmak gerekmektedir. <https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/>

Kayıt linki: <https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/FO/paso1.cpe>

SERCOP'ta yayımlanan ihaleler istisnalar olsa da çoğu durumda uluslararası firmaların teklif verebildiği ihalelerdir. Yayımlanan ihalelerde, ilgili kurum, ihale tutarı, son başvuru süresi ve iletişim kişisi bilgilerine yer verilmektedir.

Yayımlanan ihaleler aşağıdaki internet adresinden takip edilebilmektedir.

<https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/buscarProceso.cpe?sg=1>

4.8 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Ekvator ile ülkemiz arasında bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA) bulunmamaktadır. Ülkemiz ile Ekvator arasında 2011 yılında başlamış olan STA müzakerelerinde uzun bir süredir ilerleme sağlanamamıştır.

Ekvator'un halihazırda Avrupa Birliği, Birleşik Krallık, Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA), Şili ve Çin ile STA'sı; MERCOSUR (Brezilya, Arjantin, Uruguay, Paraguay), Meksika, Küba, Guatemala, El Salvador, Kosta Rika ve Nikaragua ile Tercihli Ticaret Anlaşmaları bulunmaktadır. Ekvator, AND Birliği üyeliği nedeniyle Bolivya, Kolombiya ve Peru ile serbest ticaret bölgesi oluşturmuş ve 1995 yılından itibaren ortak gümrük tarifesi uygulamasına geçmiştir. <https://www.produccion.gob.ec/acuerdos-comerciales/>

Ekvator, son dönemde çeşitli ülkelerle STA imzalamak konusunda daha proaktif ve kararlı bir politika izlemektedir. 13 Mart 2026 tarihinde ABD ve Ekvator arasında, karşılıklı pazar erişimini artıracak, "Karşılıklı Ticaret Anlaşması" imzalanmıştır. Ekvator ile Güney Kore arasında 02/09/2025 tarihinde imzalanan Stratejik Ekonomik İş Birliği Anlaşması (SECA), 14 Nisan 2026 tarihinde Ekvator Ulusal Meclisi tarafından onaylanmış, 15 Nisan 2026'da ise Devlet Başkanı Daniel Noboa tarafından yayımlanan 359 sayılı Kararname ile onaylanmıştır. Anlaşma henüz yürürlüğe girmemiş olup, Güney Kore tarafının onay sürecini tamamlaması ve ardından iki ülke arasında nota teatisinin gerçekleştirilmesi sonrasında yürürlüğe girmesi beklenmektedir. Abu Dabi Veliaht Prensi Şeyh Khaled bin Mohamed bin Zayed Al Nahyan'ın 02/03/2026 tarihli Kito ziyareti kapsamında, Ekvator ile BAE arasında karşılıklı pazar tavizlerini de içeren, Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (CEPA) imzalanmıştır. Ekvator ile Kanada arasındaki STA müzakerelerinin altıncı turu, 02/02/2025 tarihinde tamamlanmış olup, anlaşmada imza aşamasına geçilmiştir. Ayrıca, Dominik Cumhuriyeti ile STA müzakereleri devam etmektedir.

4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Ekvator'un ticaret anlaşması olan ülkeler ile ticaretinde tercihli tarifelerden faydalanmak için Menşe Şahadetnamesi sunulması gerekmektedir.

4.10 Sektörde Standartlar

Ekvator'da kozmetik ürünlerin ithalatı, üretimi ve piyasaya arzı, Halk Sağlığı Bakanlığına bağlı olarak faaliyet gösteren Ulusal Sağlık Düzenleme, Kontrol ve Gözetim Ajansı (ARCSA-Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) tarafından düzenlenmekte ve denetlenmektedir. ARCSA'nın temel görevi, ülkede piyasaya sunulan kozmetik, kişisel bakım, hijyen ve diğer insan kullanımına yönelik ürünlerin güvenliğini, kalitesini ve mevzuata uygunluğunu sağlamaktır. Kurum aynı zamanda ürünlerin sağlık kayıt işlemlerini yürütmekte, piyasa gözetimi yapmakta ve mevzuata aykırı ürünlerin satışını engellemektedir.

Ekvator'da kozmetik ürünlerin ithalatı ve pazara arzı için ARCSA nezdinde Zorunlu Sağlık Bildirimi (Notificación Sanitaria Obligatoria -NSO) işleminin tamamlanması gerekmektedir. NSO, üretici veya ithalatçı tarafından yapılan bir beyana dayanmakta olup, başvurunun ARCSA tarafından kayıt altına alınması ve ilgili NSO numarasının verilmesiyle ürünün piyasaya sunulmasına izin verilmektedir. And Topluluğu'nun (CAN) 833 sayılı Kozmetik Ürünler Mevzuatının Uyumlaştırılması Kararı kapsamında uygulanan bu sistemde, ithalatçı veya ürün sahibi, ürünün teknik ve yasal gereklilikleri karşıladığını beyan ederek ARCSA nezdinde bildirim işlemini tamamlamaktadır. NSO belgesi olmaksızın kozmetik ürünlerin ithal edilmesi ve ticari dolaşıma sokulması mümkün değildir.

NSO başvurusu için gerekli belgeler ve bilgiler aşağıda sunulmaktadır.

- Yasal temsilcinin veya vekilin adı ve temsil yetkisini gösteren belgeler,
- Üreticinin/üreticilerin ve NSO sahibi firmanın unvanı ve adresi,
- Gerektiğinde dolum ve paketleme işlemlerini gerçekleştiren firmanın unvanı ve adresi,
- Ürünün ticari adı, tanımlanmasını sağlayan jenerik adı, varsa kozmetik ürün grubu ve markası,

- Ürünün ticari sunum şekli,
- Kozmetik formu (krem, losyon, şampuan vb.),
- Teknik sorumlunun (Eczacı/Kimyager-Eczacı) adı,
- Belirlenen başvuru ücretinin ödendiğine dair belge,
- Ürünün formülü (kalitatif formülasyonu),
- Kullanımı kısıtlı maddeler ile kozmetik etki gösteren temel bileşenlere ilişkin miktar bilgileri,
- Ürün nano malzeme içeriyorsa nano malzemenin kimyasal adı ve parçacık boyutuna ilişkin bilgiler,
- İçeriklerin uluslararası kozmetik bileşen adlandırma sistemi (INCI) uyarınca listesi,
- Nihai ürünün organoleptik ve fizikokimyasal özellikleri,
- Gerekğinde mikrobiyolojik spesifikasyonlar,
- Ürüne atfedilen kozmetik fayda ve etkileri destekleyen teknik, bilimsel veya deneysel çalışmalar,
- Ürünün etiketi veya etiket tasarımı,
- Gerekli durumlarda kullanım talimatları,
- Birincil ve ikincil ambalaj materyallerinin tanımı,
- Parti (lot) kodlama sisteminin açıklaması,
- Fason üretim durumunda üretici beyanı.

Kozmetik ürünler için verilen NSO, düzenlenme tarihinden itibaren 7 yıl süreyle geçerlidir. Süre sonunda aynı dönemler için yenilenebilir. Üründe veya kayıtlı bilgilerde herhangi bir değişiklik yapılması durumunda, mevcut NSO kaydına ilişkin Bilgi Değişikliği Başvurusu (Modificación de la Información de la NSO) yapılması zorunludur. ARCSA tarafından 2026 yılında güncellenen düzenlemeler kapsamında, kozmetik ürünlere ilişkin bildirim, yenileme ve değişiklik işlemlerinde dijital başvuru sistemleri kullanılmakta; elektronik imzalı belgeler zorunlu tutulmaktadır. <https://www.controlsanitario.gob.ec/notificacion-sanitaria-obligatoria-de-productos-cosmeticos/>

<http://www.gob.ec/arcsa/tramites/obtencion-certificado-notificacion-sanitaria-obligatoria-productos-higiene-domestica-absorbentes-uso-personal-fabricacion-nacional-extranjera>

Diğer taraftan, Market Access (<https://www.macmap.org/>) internet adresinde, ihracatçı ülke için Türkiye, ithalatçı ülke için Ekvator seçerek ürünün 6 haneli HS Kodu girildiğinde, her ürün için Ekvator tarafından uygulanan ithalat vergileri ile aranan gerekli ithalat izinleri, etiketleme gereksinimleri ve standartlara erişilebilmektedir.

4.11 Sektörde Etiketleme

Ekvator Standardizasyon Hizmetleri Kurumu (INEN) etiketleme gereksinimlerini belirleyen kurumdur. Ürün bazında değişebilen etiketleme gereksinimleriyle beraber genel olarak etiketleme İspanyolca dilinde olmalı ve şirketin adı, adresi, telefon numarası, vergi numarası (RUC), ürünün menşe ülkesi, birimi, net ağırlığı bilgilerini içermelidir.

Diğer taraftan, Ekvator'da kozmetik ürünlerin etiketlenmesi, And Topluluğunun 833 sayılı Kozmetik Ürünler Mevzuatının Uyumlaştırılması Kararı (Resolución De Armonización De Legislaciones En Materia De Productos Cosméticos) ve 2310 Sayılı Kozmetik Ürünlerin Etiketlenmesine İlişkin And Teknik Yönetmeliği (Reglamento Técnico Andino para el Etiquetado de Productos Cosméticos) kapsamında düzenlenmektedir.

Söz konusu Yönetmeliğin, “Etiketleme Şartları” başlıklı 5’inci maddesine göre; kozmetik ürünlerin ambalajı veya etiketi üzerinde; ürün adı, ürünün genel tanımı, kozmetik grubu, ticari marka, Zorunlu Sağlık Bildirimi (Notificación Sanitaria Obligatoria - NSO) sahibi veya ithalatçının unvanı, menşe ülke, net miktar, kullanım önlemleri ve kısıtlamaları, parti numarası, NSO kodu ve düzenleyen ülke bilgisi, Uluslararası Kozmetik Bileşenleri Adlandırma Sistemi (International Nomenclature of Cosmetic Ingredients - INCI) nomenklatürüne göre içerik listesi, son kullanma tarihi, raf ömrü, kullanım talimatları, muhafaza koşulları ile üretici tarafından belirlenen uyarılar ve kısıtlamaların yer alması gerekmektedir. Bu bilgilerin İspanyolca olarak sunulması zorunlu olup, İspanyolcanın yanı sıra diğer dillere de yer verilebilecektir.

Etiket bilgilerinin silinemez, kolay okunabilir ve görünür şekilde sunulması zorunludur. Ambalaj üzerinde yeterli alan bulunmaması halinde bazı bilgiler prospektüs aracılığıyla verilebilmektedir. Ayrıca, parti numarası hariç olmak üzere belirli bilgilerin tamamlayıcı etiket ile eklenmesine izin verilmekte olup, bu etiketlerin yetkili makamlara bildirilmesi ve orijinal etiketteki temel bilgileri gizlememesi gerekmektedir.

4.12 Sektörde Ambalajlama

Kozmetik ürün ambalajlarının, içeriğin kimyasal yapısını bozmayacak ve dış kontaminasyonu önleyecek sızdırmaz ve güvenli malzemelerden üretilmesi ve ayrıca taşıma ve depolama süreçlerinde ürün bütünlüğünü koruyacak ve tüketicinin ilk kez açtığını garanti edecek emniyet kilidi veya koruyucu mühür mekanizmalarına sahip olması önem arz etmektedir.

4.13 Lojistik (Nakliye Süresi, En Fazla Tercih Edilen Taşıma Modları, Güzergahlar v.b.)

Ekvator, Panama üzerinden sağlanan lojistik erişim kolaylığı ve Kolombiya ile Peru gibi önemli pazarlar arasında bulunması nedeniyle lojistik operasyonların yönetilmesi açısından elverişli bir konumda bulunmaktadır.

Ekvator’da Kito, Guayaquil ve Manta şehirlerinde 3 adet uluslararası havaalanı bulunmaktadır. Kito Havalimanı havayolu kargo taşımacılığında da kullanılmaktadır. Turkish Cargo, Kito-İstanbul arasında kargo taşımacılığı gerçekleştirmektedir. 2026 yılı itibarıyla, Turkish Cargo, Kito-İstanbul uçuşlarını haftada ikiden üçe çıkarmıştır.

Ekvator’da kargo ve petrol taşımacılığında kullanılan 7 adet kamuya ait, 10 adet de özel liman bulunmakta olup, en büyük limanlar; Guayaquil, Posorja (DP World), Puerto Bolívar (Yılport Holding-Machala şehri), Manta, Esmeraldas’dır. Guayaquil Limanı, konteyner, depolama ve Ro-Ro taşımacılığı gibi liman hizmetleri bakımından oldukça gelişmiştir.

Ekvator’daki ithalat ağırlıklı olarak deniz yolu ile yapılmaktadır ve en yaygın giriş noktası Guayaquil Limanıdır. Kito ve Guayaquil havaalanları ise hafif malzemelerin taşınması için kullanılabilmektedir.

Hava ve deniz yoluyla Ekvator’a ulaşan malların karayolu ile dağıtılmaktadır. Ancak, karayolu ulaşımındaki zorluklar nedeniyle teslimatlar beklenenden daha uzun sürebilmektedir. Bu durum özellikle Ekvator’daki kara yolunun zorlu koşulları ve coğrafi engeller nedeniyle yaşanmaktadır.

Ülkede Laarcourier (UPS), Inexpress (TNT), FedEx ve DHL gibi uluslararası kargo şirketleri faaliyet göstermekte; Ekvator’a yönelik denizyolu taşımacılığında ise Maersk, MSC ve Hapag-Lloyd gibi başlıca uluslararası konteyner taşımacılığı şirketleri hizmet sunmaktadır. Ayrıca Grupo Atlas, Intercilsa, Translogistics ve Boor Logistics gibi lojistik firmaları ülkede faaliyet göstermektedir.

Türkiye’den Ekvator’a yönelik deniz yolu sevkiyatlarının en sık kullanılan güzergahlar arasında Panama Kanalı üzerinden sağlanan Latin Amerika bağlantıları ile Avrupa’daki aktarma limanları üzerinden gerçekleştirilen hatlar yer almaktadır. Ülkemizden Ekvator’a deniz yolu ile yapılan mal gönderimlerinin süresi yaklaşık 30-45 gündür.

Kozmetik sektöründe uluslararası taşımacılıkta maliyet avantajı nedeniyle denizyolu taşımacılığı yaygın olarak tercih edilmektedir. Özellikle yüksek hacimli ve standart tüketim ürünleri konteynerler aracılığıyla sevk edilirken, acil teslimat gerektiren, yüksek değerli veya düşük hacimli ürünlerde havayolu taşımacılığı kullanılabilmektedir. İthal edilen kozmetik ürünler başta Guayaquil Limanı olmak üzere ülkenin ana giriş noktaları üzerinden dağıtım ağına dahil edilmektedir. İthalat sonrasında ürünler ulusal distribütörler aracılığıyla perakende zincirleri, eczaneler ve kozmetik mağazaları üzerinden tüketicilere ulaştırılmaktadır.

4.14 Dağıtım Kanalları

Ekvator'da kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin dağıtımı; ithalatçılar, ulusal distribütörler, perakende zincirleri, eczane zincirleri, kozmetik mağazaları, doğrudan satış ağları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Ülkede satılan kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin önemli bir bölümü ithal edildiğinden, ithalatçı ve distribütör firmalar tedarik zincirinde kritik bir rol üstlenmektedir.

Sektörde faaliyet gösteren başlıca dağıtım şirketleri arasında; Quifatex, Difare, Corporación GPF (Provefarma), Farmaenlace ve Leterago bulunmaktadır. Söz konusu şirketler yalnızca dağıtım hizmeti sunmakla kalmayıp, aynı zamanda kendi perakende ağları veya iş ortakları aracılığıyla ürünlerin son tüketiciye ulaştırılmasında da önemli rol oynamaktadır. Bu şirketlerden Difare, Cruz Azul, Pharmacy's ve Farmacias Comunitarias; Corporación GPF, Fybeca ve SanaSana; Farmaenlace ise Medicity, Farmacias Económicas ve Farmacias El Descuento eczane zincirlerini işletmektedir.

Perakende satışlarda Supermaxi, Megamaxi, Mi Comisariato, Coral Hipermercados ve Tía gibi büyük zincirler öne çıkarken, Fybeca, Medicity, SanaSana ve Cruz Azul gibi eczane zincirleri de kozmetik ürünlerinin tüketiciye ulaştırılmasında önemli satış noktalarıdır. Bunun yanında Burbujas Beauty Shop, Arcamia, Secretos para el Baño ve Las Fragancias gibi uzmanlaşmış kozmetik mağazaları ile sosyal medya destekli satış kanalları ve e-ticaret platformlarının önemi giderek artmaktadır.

Doğrudan satış modeli de sektörde önemli bir yer tutmaktadır. Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri, özellikle kataloglar ve dijital platformlar aracılığıyla pazarlanmaktadır. Yanbal, Mary Kay, Belcorp, Avon, Natura ve Oriflame gibi şirketler, geniş temsilci ağları aracılığıyla ülkenin farklı bölgelerindeki tüketicilere ulaşmaktadır. Bu yapı, özellikle orta gelir grubuna yönelik kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinde önemli bir dağıtım kanalı oluşturmaktadır.

4.15 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Ekvator pazarı, birçok sektörde tam rekabet koşullarından uzak, tekelleşmenin bulunduğu ve birkaç büyük firmanın piyasaya hakim olduğu bir yapıya sahiptir. Bu durumda etkisiyle beraber elektronik ticaret Ekvator’da henüz çok yaygınlaşmamıştır. Buna karşılık, tüketiciler, yerel pazarda bulunmayan veya daha uygun fiyatla temin edilebilen kozmetik ve kişisel bakım ürünlerini uluslararası e-ticaret platformları aracılığıyla satın almaktadır. Bu kapsamda Amazon ve Temu’nun uluslararası satış kanalları ile SweetCare, Care to Beauty gibi uluslararası dijital platformlar öne çıkmaktadır.

4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Ülkede e-ticaret çok yaygın olmadığı için genel anlamda sınırlı sayıda pazaryeri platformu bulunmaktadır.

Mercado Libre Ecuador, Ekvator'daki en büyük e-ticaret platformudur. Bunun yanı sıra Tiendamía diğer önemli e-ticaret platformudur. Öte yandan, Ekvatorlu tüketiciler özellikle ABD ve Çin merkezli e-ticaret platformları olan Amazon, Temu ve Alibaba'dan da alışveriş yapmaktadırlar. Söz konusu alışveriş sırasında gelen ürünler, fiyatına veya ağırlığına göre gümrük vergisine tabi tutulabilmektedir.

Öte yandan, Ekvator'da kozmetik ve kişisel bakım ürünleri; De Prati, Supermaxi, Tía, Fybeca ve SanaSana gibi perakende ve eczane zincirlerinin çevrim içi satış kanalları üzerinden de tüketicilere ulaştırılabilmektedir.

4.15.2 Özel Günler, Bayramlar

Ekvator Resmi Tatil Günleri	
1 Ocak 2026	Yeni Yıl
16-17 Şubat 2026	Karnaval
3 Nisan 2026	Kutsal Cuma ve Paskalya
1 Mayıs 2026	İşçi Bayramı
25 Mayıs 2026	Pichincha Zaferi
10 Ağustos 2026	Bağımsızlık Günü
9 Ekim 2026	Guayaquil'in Bağımsızlık Günü
2 Kasım 2026	Azizler Günü
3 Kasım 2026	Cuenca'nın Bağımsızlık Günü
7 Aralık 2026	Kito'nun Kurtuluş Günü
25 Aralık 2026	Noel

4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Ülkede sosyal medya kullanımı yaygın olup, en fazla kullanılan sosyal medya platformları; Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, Tiktok'tur. Ekvator'daki firmalar ile iletişim kurmada firmaların sosyal medya profilleri de kullanılabilmektedir. Bununla birlikte, sosyal medya Ekvator'da ürün reklamı vermek için önemli bir platformdur.

4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Son yıllarda, Ekvator'da, yurtdışından yapılan elektronik alışverişlerde artış yaşanmıştır. Bu eğilim, COVID-19 pandemisi sonrasında hız kazanmıştır. Amazon, Temu ve Alibaba gibi e-ticaret platformu üzerinden alınan ürünler gümrük vergisine tabi tutulabilmektedir.

Ekvator'da, uluslararası posta veya hızlı kargo taşımacılığı kapsamında geçerli sekiz farklı ithalat kategorisi bulunmaktadır. En yaygın kullanılan kategori 4x4-B kategorisidir. Kategori 4x4-B kapsamındaki siparişler kişisel tüketim amaçlı ürünleri kapsamakta olup, sipariş başına maksimum 4 kilogram ve 400 dolar değerine olabilmektedir. Bu kapsamdaki, gönderiler daha evvel gümrük vergisinden muaf tutulurken 02/06/2025 tarihi itibarıyla bu gönderilere paket başına 20 dolar gümrük vergisi uygulaması başlamıştır.

Bu duruma bir istisna olarak, Ekvator Üretim, Dış Ticaret ve Yatırımlar Bakanlığı'nın 09/08/2025 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan 82 sayılı Kararına göre posta ve hızlı kargo taşımacılığı

kapsamında, Ekvator Posta Hizmetleri üzerinden gerçekleştirilen 2 kilogram ağırlığa kadar ve 2 dolar tutarına kadar olan paketlerin gümrük vergisinden muaf tutulması kararlaştırılmıştır. (2x2 Muafiyeti)

Daha yüksek fiyatlı veya spesifik özelliklere sahip ürünler, Kategori C kapsamına girmektedir. Kategori C kapsamındaki cep telefonu, tablet, dizüstü bilgisayar gibi ürünler bulunmaktadır. Örneğin, her birey yılda sadece bir kere yurtdışından cep telefonu satın alabilmekte ve bunu yalnızca Ekvator kimlik kartına sahip kişiler yapabilmektedir. Kategori C kapsamındaki ürünler maksimum 100 kg ağırlığında ve maksimum 5.000 dolar değerinde olabilmektedir. Bu ürün kapsamındaki ürünlerin yurtdışından alınmasında başta gümrük vergisi olmak üzere, ithalattan kaynaklanan diğer her türlü vergi uygulanmaktadır.

Öte yandan, yaş meyve sektörü özelinde e-ticarete yönelik uygulanan daha avantajlı bir gümrük vergisi ya da muafiyet bulunmamaktadır.

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Ekvator'da elektronik ticaret, 22 Nisan 2002 tarihinde Ekvator Telekomünikasyon ve Bilgi Toplumu Bakanlığı-MINTEL tarafından çıkarılan Elektronik Ticaret, Elektronik İmza ve Veri Mesajları Yasası (Ley de Comercio Electrónico, Firma Electrónica y Mensajes de Datos) ile düzenlenmektedir. Bu yasa, elektronik ticaretin yasal çerçevesini belirlemekte ve online işlemlerin, elektronik imzaların ve dijital mesajların geçerliliğini düzenlemektedir. Yasa, tüketicinin korunması, veri güvenliği ve elektronik sözleşmelerin geçerliliği gibi konuları kapsamaktadır. Ayrıca, e-ticaret faaliyetlerinde şeffaflık, kullanıcı bilgilendirmesi ve güvenli ödeme sistemlerinin sağlanması hususlarına da değinmektedir.

Ayrıca, Veri Güvenliği Kanunu, Tüketici Koruma Kanunu, Fikri Mülkiyet Kanunu, Ekvator İç Gelir İdaresinin KDV Vergi Düzenlemelerinde de elektronik ticaretle ilgili düzenlemeler bulunmaktadır.

4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı Kargo ve Sipariş Karşılama Hizmetleri (Fulfillment) Sunan Firmalar v.b.)

Servientrega Ecuador S.A. firması Ekvator merkezli bir lojistik ve kargo şirketidir. Şirket, küçük hacimli yerel ve uluslararası gönderimler için taşıma, depolama, fulfillment ve dağıtım hizmetleri sunmaktadır (<https://www.servientrega.com.ec/>).

Ekvatorlular, yurtdışından e-ticaret yoluyla alışveriş yapmak için bankaları ve yurtdışındaki kargo/depolama firmalarını da kullanabilmektedirler. Bu kapsamda, Ekvator'da faaliyet gösteren bankaların ABD, İspanya, Kolombiya gibi ülkelerdeki firmalarla (Interbox, Courierbox, Laarbox, Ultrabox, My Box, Pacificard Box, Pichincha Box, Bankard Box) yapmış oldukları anlaşmalar kapsamında Ekvatorlu vatandaşlar e-ticaret üzerinden yaptıkları alışverişleri söz konusu ülkelerde belirlenen adreslere/depolara kargo ile göndermekte, daha sonra bu ürünler söz konusu firmalar tarafından vatandaşların adreslerine gümrük işlemleri tamamlanmış şekilde iletilmektedir.

Telecompro ve Shappi platformları ise ABD'den Ekvator'a seyahat eden kişiler aracılığı ile belirli ücret karşılığında uçak içi kargo taşımacılığı yaptırmaktadır. (<https://www.shappi.com/es/>).

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Televizyon ve radyo reklamları, Ekvator'da en etkili tanıtım araçlarıdır. Ecuavisa, Teleamazonas, RTS, Canal Uno, TC Television ve Gama TV en büyük ulusal televizyon kanallarıdır. Kito, Guayaquil ve Cuenca medya ve reklam sektörünün merkezidir. Ülke genelinde yayın yapan yaklaşık 1.051 radyo istasyonu, günde yaklaşık 8 milyon dinleyiciye ulaşmaktadır.

Günlük gazeteler, dergiler ve ticari kataloglar da reklam amaçlı kullanılabilir. El Universo, La Hora ve El Expreso ülke genelinde dağıtımı yapılan en büyük gazetelerdir. El Universo ülkenin, El Expreso, Primicias ise başkent Kito'nun en popüler gazeteleridir.

Fiyat rekabeti Ekvator pazarında önemli bir satış faktörüdür. Satış materyalleri İspanyolca olarak hazırlanmalıdır. İş insanlarımızın yerel temsilcileri ile birlikte tanıtım yöntemine karar vermesi, reklam ajansları ile çalışmaları faydalı olacaktır. İnternet ve sosyal medya kullanımı ülke genelinde son yıllarda artmaktadır. Sosyal medya ürün tanıtımı ve reklam için sıkça kullanılmaktadır. Bununla birlikte, pek çok firma, kendi sosyal medya hesaplarındaki ürün tanıtımlarında sosyal medya fenomenlerini kullanmaktadır.

Ekvator pazarında doğrudan pazarlama imkanları sınırlıdır. Tüketici ürünleri, elektrikli eşya ve spor aletlerinin yerel ve kablolu televizyon kanallarında reklamı yapılmakta; yerel satış ve iletişim noktası bilgileri sağlanmaktadır. Yerel bir şirket ürün depolaması yapmakta, sipariş almakta ve genellikle adrese teslim çalışmaktadır. Kozmetik ürünlerinde tüketiciye doğrudan pazarlama yöntemi daha yaygın olup, Kolombiya markaları bu dağıtım yoluyla güçlü pazar payı elde etmişlerdir. Teleamazonas, Ecuavisa, TC Televisión, GamaTV ve RTS gibi yerel televizyonlar doğrudan pazarlama konusunda aktiftir.

Ekvator'da Türk dizileri yoğun bir şekilde izlenmektedir. Türk dizileri, Türk markalarının ve ürünlerinin tanıtılması için etkili bir pazarlama platformu yaratmaktadır. Bu fırsatın, özellikle Türk ihraç ürünlerinin tanıtılması ve satılması adına önemli stratejik bir araç olarak kullanılabileceği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, Türk dizilerinde uygulanacak olan ürün yerleştirme, kültürel pazarlama, sponsorluk gibi pazarlama stratejileri vesilesiyle Türk ürünlerine ve firmalarına ilişkin farkındalığın artırılabilir değerlendirilmektedir.

4.17 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Ekvator kozmetik pazarında tüketici tercihleri giderek daha segmentli ve dijital etkileşim odaklı bir yapıya dönüşmektedir. Sosyal medya platformları, özellikle TikTok ve Instagram üzerinden yürütülen içerikler, güzellik algısının şekillenmesinde ve ürün keşfinde belirleyici rol oynamaktadır. Fenomen pazarlaması ve kullanıcı deneyimi temelli içerikler, marka bilinirliğini artırırken tüketicilerin satın alma karar süreçlerini de hızlandırmaktadır.

Tüketici yapısı gelir segmentlerine göre belirgin şekilde farklılaşmaktadır. Üst gelir grubunda göreceli yüksek fiyatlı Avrupa ve ABD menşeli markalar tercih edilmektedir. Bu segmentte özellikle La Mer, Chanel, Dior, Lancôme ve Tom Ford gibi kürese markalar öne çıkarken; Estée Lauder, Clinique ve L'Oréal Luxe grubu gibi yerleşik uluslararası markalar da pazardaki güçlü konumunu korumaktadır. Ayrıca, ISDIN gibi dermokozmetik markalar ile Yves Rocher gibi doğal içerik odaklı markalarda pazarda önemli bir yer edinmiştir.

Orta gelir grubunda ise daha erişilebilir fiyatlı, kampanya ve indirim odaklı ürünler ön plandadır. Bu segmentte karar verme süreci fiyat-performans dengesi üzerinden şekillenmekte, doğrudan satış kanalları güçlü bir rol oynamaktadır. Katalog satışları, bağımsız satış temsilcileri ve kampanya bazlı perakende yapıları özellikle bu tüketici grubunda etkili olmaya devam etmektedir.

Tüketici eğilimlerinde de önemli değişimler gözlenmektedir. Geleneksel olarak kadın tüketicilerin ağırlıkta olduğu kişisel bakım ve kozmetik pazarında, erkek tüketicilerin cilt bakımı ve kişisel bakım ürünlerine yönelik ilgisi giderek artmaktadır. Erkeklerle yönelik kozmetik ürün satışlarının 2025 yılında 186 milyon dolara ulaşmıştır. Erkek tüketiciler arasında en fazla talep gören ürün gruplarını

parfümler ile saç bakım ürünleri oluşturmuştur. Bu gelişmeler, Ekvator kozmetik pazarında tüketici kitlesinin çeşitlendiğini ortaya koymaktadır.

Öte yandan, son dönemde Ekvator’da en hızlı büyüyen kategorilerden biri Kore kozmetiği (K-beauty) ürünleri olmuştur. Sosyal medyanın da etkisi bu ürünler özellikle genç tüketiciler arasında popüler hale gelmiştir. Buna ek olarak Ekvator’da, Arap niş parfümler de güçlü bir yükseliş trendi göstermektedir. Ayrıca, ülkemize ait Nishane markasına da Ekvator’da Eros Perfume ve Mil Esencias gibi parfüm mağazaları üzerinden erişilebilmektedir.

Ayrıca, Ekvator pazarında öne çıkan en güçlü trendlerden biri güneş koruyucu ürünlerdir. Ülkenin coğrafi konumu gereği maruz kaldığı yüksek UV indeksleri ve yükselen cilt sağlığı farkındalığı, güneş kremlerini günlük bakım rutininin temel bir parçası haline getirmiştir.

4.18 Sektörde Vergiler (Gümrük Vergisi, Katma Değer Vergisi, Özel Tüketim Vergisi, İlave Gümrük Vergisi, Anti Damping Vergisi v.b.)

Ekvator’un kozmetik ve kişisel ürünler sektörüne ilişkin olarak, raporumuzda baz alınan, 33. Fasıl ile 3401 Tarife Pozisyonu altında Ekvator’un en fazla ithal ettiği ürünlere uygulanan genel ithalat vergileri aşağıdaki tabloda sunulmaktadır. Ekvator ile ticaret anlaşması bulunan ülkeler için daha avantajlı vergi oranları uygulanabilmektedir.

	6 haneli GTIP No	Ürün Adı	Gümrük Vergisi (Arancel)	KDV (IVA)	Çocuk Gelişim Fonu (Fondinfa)
1	330499	Güzellik veya makyaj müstahzarları ile cildin bakımına mahsus müstahzarlar (tedavi edici ilaçlar hariç)	%20	%15	%0,5
2	330590	Saç bakımına mahsus müstahzarlar (şampuanlar, saç kalıcı olarak dalgalandırma veya düzleştirme müstahzarları ile saç spreyleri hariç)	%20	%15	%0,5
3	330210*	Gıda ve içecek sanayiinde kullanılan türden, bir veya daha fazla kokulu maddeden oluşan karışımlar ile bu maddeleri esas alan karışımlar (alkollü çözeltiler dâhil); içeceklerin imalinde kullanılan türden, koku	%0	%15	%0,5
4	330610	Diş temizleme müstahzarları (diş hekimleri tarafından kullanılanlar dâhil)	%20	%15	%0,5
5	330510	Şampuanlar	%20	%15	%0,5
6	330290	Sanayide hammadde olarak kullanılan türden, bir veya daha fazla kokulu maddeyi esas alan karışımlar ile bu maddelerden oluşan karışımlar (alkollü	%0	%15	%0,5

Pazarda dikkat çeken bir diğer eğilim ise tüketici kitlesinin çeşitlenmesi ve üst gelir grubuna yönelik ürünlere yönelik talebin artmasıdır. Erkeklere yönelik kişisel bakım ve cilt bakım ürünlerinin satışları istikrarlı şekilde yükselirken, niş parfümlere olan ilgi de güçlenmektedir. Özellikle Arap menşeli niş parfümlerin ve Kore kozmetiği (K-Beauty) ürünlerinin genç tüketiciler arasında popülerlik kazanması, tüketicilerin yenilikçi ve farklılaşmış ürünlere açık olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin güçlü olduğu parfüm, kişisel bakım ve yenilikçi kozmetik ürünleri bakımından bu eğilimler önemli ihracat fırsatları yaratmaktadır.

Ekvator pazarına girişte doğru dağıtım kanallarının seçimi büyük önem taşımaktadır. Ülkede Quifatex gibi güçlü dağıtım şirketlerinin yanı sıra Difare, Corporación GPF ve Farmaenlace gibi ülke genelinde yaygın eczane ve perakende zincirlerine sahip gruplar pazarda belirleyici konumdadır. Bunun yanında, sosyal medya platformları ve e-ticaret kanalları tüketicilerin satın alma kararlarında giderek daha etkili hale gelmektedir. Bu nedenle, Türk firmalarının yerel distribütörlerle iş birliği yapmaları, dijital pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermeleri ve özellikle eczane kanalı ile premium perakende noktalarında konumlanmaları, Ekvator pazarındaki başarılarını artıracabilecek önemli unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Ekvator'un kozmetik ithalatında tedarikçi yapısı incelendiğinde, coğrafi yakınlık ve/veya ticaret anlaşmalarının ülke seçiminde belirleyici olduğu görülmektedir. Türkiye ile Ekvator arasındaki coğrafi mesafe sektör açısından dezavantaj oluşturmaktadır. Deniz yolu taşımacılığında uzun transit süreleri ve uluslararası navlun maliyetleri, özellikle düşük ve orta fiyat segmentindeki kozmetik ürünlerinde maliyet baskısını artırmaktadır. Lojistik maliyetlerinin yükselmesi, fiyat hassasiyetinin yüksek olduğu Ekvator pazarında Türk ürünlerinin rekabetçiliğini sınırlandıran unsurlar arasında yer almaktadır.

Türk ihracatçıları açısından öne çıkan diğer dezavantajlardan biri, sektörde uygulanan gümrük vergilerinin görece yüksek olmasıdır. Türkiye ile Ekvator arasında Serbest Ticaret Anlaşması bulunmaması nedeniyle birçok kozmetik ve kişisel bakım ürününde yaklaşık %20 oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır. Buna karşılık, Ekvator ile Serbest Ticaret Anlaşması veya Tercihli Ticaret Anlaşması bulunan ülkeler ile And Topluluğu (CAN) üyesi Kolombiya ve Peru gibi ülkeler, birçok ürünü daha düşük, hatta %0 gümrük vergisiyle Ekvator pazarına ihraç edebilmektedir. Bu durum, söz konusu ülkelerin fiyat avantajı elde etmesine ve Türk ürünlerinin pazardaki rekabet gücünün zayıflamasına neden olmaktadır.

Pazarda rekabetin giderek yoğunlaşması da ihracatçılarımız açısından önemli bir diğer tehdittir. Son yıllarda özellikle Kore kozmetiği (K-Beauty) ürünleri genç tüketiciler arasında hızla yaygınlaşmakta; sosyal medya platformları ve dijital pazarlama faaliyetleri sayesinde bu ürünlere yönelik talep artmaktadır. Bunun yanı sıra, Kolombiya, Meksika, ABD ve Avrupa menşeli markaların uzun yıllara dayanan güçlü dağıtım ağları ve yüksek marka bilinirliği, pazara yeni giriş yapacak firmalar açısından rekabet baskısını artırmaktadır.

Öte yandan, Ekvator pazarında iş ilişkilerinin büyük ölçüde İspanyolca yürütülmesi, yerel mevzuat ve ürün kayıt süreçlerinin İspanyolca olması ve pazarlama faaliyetlerinde yerel dile hakimiyetin önem taşıması, Türk firmaları açısından ilave bir zorluk oluşturmaktadır. Pazara giriş sürecinde güvenilir yerel distribütörlerle iş birliği yapılması, İspanyolca tanıtım materyalleri hazırlanması ve yerel tüketici beklentilerine uygun pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi bu dezavantajların azaltılması açısından önem arz etmektedir.

7. Sektörde İhracatın Artırılması İçin Firmalara Öneriler

Ekvator pazarına girişte, ülke genelinde yaygın satış ve dağıtım ağına sahip, kozmetik sektöründe deneyimli yerel distribütörlerle iş birliği yapılması önem arz etmektedir. Özellikle eczane zincirleri, organize perakende kanalları ve uzman kozmetik mağazalarına erişim sağlayabilecek güçlü bir distribütör ile çalışılması, ürünlerin pazarda görünürlüğünü artıracak ve ürün kayıt süreçleri ile pazarlama faaliyetlerinin daha etkin yürütülmesine katkı sağlayacaktır.

Türk firmalarının pazarda fiyat rekabetinden ziyade kalite, yenilikçilik ve ürün farklılaştırması temelinde konumlanmaları faydalı olacaktır. Bu kapsamda, özellikle dermo kozmetik ürünler, güneş koruyucular, doğal içerikli kozmetik ürünleri, niş parfümler ile saç bakım ve kişisel bakım ürünleri gibi segmentlere odaklanılması faydalı olacaktır.

Ekvator'da tüketicilerin satın alma kararlarında dijital platformlar ve sosyal medya önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle, firmaların İspanyolca dijital içerikler hazırlamaları, influencer iş birlikleri gerçekleştirmeleri ve e-ticaret kanallarını destekleyen pazarlama stratejileri geliştirmeleri marka bilinirliğinin artırılmasına katkı sağlayacaktır.

Bunun yanı sıra, Ekvator'da düzenlenen sektörel fuarlara katılım sağlanması, ülke ziyareti vesilesiyle potansiyel ithalatçılarla doğrudan temas kurulması ve Procosméticos başta olmak üzere sektörel kuruluşlarla iş birliği geliştirilmesi, pazara giriş sürecini kolaylaştırabilecek ve uzun vadeli ticari ilişkilerin tesis edilmesine katkı sunabilecektir.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Ekvator'da 2000 yılından bu yana resmi para birimi olarak ABD Doları kullanılmaktadır ve bu durum kur riskini ortadan kaldırarak dış ticaret işlemlerinde daha öngörülebilir ve istikrarlı bir fiyatlama ortamı sağlamaktadır.

Ekvator'da kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin piyasaya arz edilebilmesi için Ulusal Sağlık Düzenleme, Kontrol ve Gözetim Ajansı (ARCSA) nezdinde gerekli bildirim ve kayıt süreçlerinin tamamlanması gerekmektedir. Firmalarımızın pazara giriş öncesinde ürün içerikleri, etiketleme gereklilikleri gibi süreçler hakkında bilgi edinmeleri önem taşımaktadır. Yerel mevzuata uygun hareket edilmesi, pazara giriş sürecinin hızlandırılması ve olası idari sorunların önlenmesi açısından önem arz etmektedir.

9. Genel Değerlendirme

Ekvator kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektörü, artan tüketici harcamaları, değişen tüketim alışkanlıkları ve ithalata dayalı pazar yapısı sayesinde Türk ihracatçıları açısından önemli fırsatlar barındırmaktadır. Ülkede kozmetik ürünlerine yönelik talep istikrarlı şekilde artarken, yerli üretim kapasitesinin iç talebi karşılamada sınırlı kalması nedeniyle ithalat sektöründe önemli bir rol oynamaya devam etmektedir. Bu kapsamda, 2025 yılında yaklaşık 575 milyon dolar seviyesinde gerçekleşen sektör ithalatına rağmen Türkiye'nin pazardaki mevcut payının düşük seviyede olması (2,29 milyon dolar-%0,4), ihracatın artırılması açısından önemli bir potansiyele işaret etmektedir.

Ekvator pazarında özellikle dermo kozmetik, doğal içerikli ürünler, güneş koruyucular, saç bakım ürünleri, erkek bakım ürünleri ve parfüm gibi kozmetik ürünlerde büyüme potansiyeli bulunmaktadır. Türk kozmetik sektörünün üretim kapasitesi, ürün çeşitliliği ve kalite-fiyat dengesi dikkate alındığında, söz konusu alanlarda Ekvator pazarında rekabet avantajı oluşturabileceği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, pazarda güçlü konuma sahip Kolombiya, Meksika, ABD,

Avrupa Birliği lkeleri ve son dönemde yükseliş gösteren Kore kozmetiği ile rekabet edebilmek için doğru ürün konumlandırması ve etkin pazarlama stratejileri önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, Ekvator kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektörü, rekabetin yüksek olduğu ancak ithalata bağımlı yapısı ve büyüyen tüketici talebi sayesinde önemli ihracat fırsatları sunan bir pazar niteliğindedir. Türk firmalarımızın kalite, yenilikçilik ve farklılaşma avantajlarını ön plana çıkararak, uygun dağıtım kanalları aracılığıyla pazara yönelik uzun vadeli stratejiler geliştirmeleri halinde bu sektörde Ekvator'a yönelik ihracatın artırılabilceği değerlendirilmektedir.

* Kito Ticaret Müşavirliği tarafından hazırlanan bu Rapor, bilgi amaçlı olup herhangi bir hukuki bağlayıcılığı yoktur.

10. Yararlı Adresler

Halk Sağlığı Bakanlığı

<https://www.salud.gob.ec/>

Üretim, Dış Ticaret ve Yatırımlar Bakanlığı

<https://www.produccion.gob.ec/>

Ulusal Sağlık Düzenleme, Kontrol ve Denetim Ajansı - ARCSA

<https://www.controlsanitario.gob.ec/>

Ekvator Ulusal Gümrük İdaresi- SENA

<https://www.aduana.gob.ec/>

Ekvator Dış Ticaret Komitesi- COMEX

<https://www.produccion.gob.ec/comex/>

Ekvator Kozmetik Ürünleri, Hijyen Ürünleri ve Emici Ürünler Sektörü Şirketleri Derneği (Procosméticos)

<https://procosmeticos.ec/>

Ekvator Standardizasyon Hizmetleri Kurumu- INEN

<https://www.normalizacion.gob.ec/>

Kamu Alımları Ulusal Ajansı- SERCOP

<https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/>

11. Kaynakça

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Instructivo Externo: Requisitos para la Notificación, Renovación, Reconocimiento, Modificación de la Información y Proceso de Importador Paralelo de los Productos Cosméticos, Productos de Higiene Doméstica y Productos Absorbentes de Higiene Personal. <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/09/8.-Borrador IE Requisitos Cos.PHD V3 .pdf>

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Otorgamiento del certificado de Notificación Sanitaria Obligatoria de Productos Cosméticos de Fabricación Nacional y Extranjera. <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/otorgamiento-certificado-notificacion-sanitaria-obligatoria-productos-cosmeticos-fabricacion-nacional-extranjera>

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Obtención del Certificado de Notificación Sanitaria Obligatoria para Productos de Higiene Doméstica y Productos Absorbentes de Higiene Personal. <http://www.gob.ec/arcsa/tramites/obtencion-certificado-notificacion-sanitaria-obligatoria-productos-higiene-domestica-absorbentes-uso-personal-fabricacion-nacional-extranjera>

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Productos Cosméticos. <https://www.controlsanitario.gob.ec/productos-cosmeticos/>

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Ecuador hacia la transformación productiva como potencia cosmética. <https://www.controlsanitario.gob.ec/ecuador-hacia-la-transformacion-productiva-como-potencia-cosmetica/>

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Resolución ARCSA -DE- 2023-010-AKRG: Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Productos Cosméticos. <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/01/Resolucion 2310 Reglamento etiquetado cosmeticos.pdf>

Ecuavisa. Ecuador es el segundo país del mundo en consumo de productos cosméticos. <https://www.ecuavisa.com/economia/ecuador-es-el-segundo-pais-del-mundo-en-consumo-de-productos-cosmeticos-20250609-0055.html>

El Expreso. Industria cosmética en Ecuador mueve USD 1.575 millones y analiza su futuro en Quito. <https://www.expreso.ec/economia-y-negocios/industria-cosmetica-analiza-mercado-congreso-quito-289502.html>

El Universo. La industria cosmética en Ecuador se encamina a los USD 2.000 millones. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/industria-cosmeticos-ecuador-ventas-maquillaje-skincare-coreano-consumo-tendencias-2026-nota/>

Forbes Ecuador. La industria de la belleza exporta y factura en Ecuador. <https://www.forbes.com.ec/lifestyle/la-industria-belleza-exporta-factura-ecuador-n84103>

La Hora. Industria cosmética del Ecuador crece con productos naturales y sello latino. <https://lahora.com.ec/economia/industria-cosmetica-del-ecuador-crece-con-productos-naturales-y-sello-latino-20251113-0046.html>

Lexis. ARCSA actualiza requisitos para regulación de cosméticos y productos de higiene. <https://www.lexis.com.ec/noticias/arcsa-actualiza-requisitos-para-regulacion-de-cosmeticos-y-productos-de-higiene>

McKinsey & Company. El estado de la belleza 2025: Resolver el enigma del crecimiento cambiante. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-estado-de-la-belleza-2025-resolver-el-enigma-del-crecimiento-cambiante/es>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP). Industria cosmética y de cuidado personal de Ecuador proyecta internacionalización a Costa Rica. <https://www.produccion.gob.ec/industria-cosmetica-y-de-cuidado-personal-de-ecuador-proyecta-internacionalizacion-a-costa-rica/>

Primicias. Belleza y maquillaje: hábitos de consumo en Ecuador. <https://www.primicias.ec/economia/empresas/maquillaje-belleza-precio-mujeres-labiales-94837/>

Primicias. K-Beauty: marcas coreanas ganan espacio en el mercado ecuatoriano. <https://www.primicias.ec/economia/empresas/arcamia-kbeauty-corea-mixsoon-kundal-derma-99460/>

Procosméticos. <https://procosmeticos.ec/>

Procosméticos. Normatividad. <https://procosmeticos.ec/normatividad/>