

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Nuevo Lanzamiento en Retail

Hidratante para uñas y
cutículas a base de aceite
de sachá inchi en
Alemania



prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO**HIDRATANTE A BASE DE ACEITE DE SACHA INCHI EN ALEMANIA****1. Producto**

De acuerdo a Product Launch, la empresa germana Dirk Rossmann GmbH (<https://www.rossmann.de/>), con más de cuarenta años de experiencia en el desarrollo, producción y comercialización de productos de droguería de alta gama ha lanzado al mercado un innovador producto dentro de su marca ecológica dedicada al cuidado personal “Rival de Loop”. Se trata de un hidratante bio para cutículas y uñas elaborado a base del más puro aceite de sacha inchi, semilla oriunda de la Amazonía Peruana. El cual busca ser una alternativa innovadora acorde a las tendencias de la cosmética enfocadas en el uso de ingredientes innovadores y naturales.

El producto actualmente se viene distribuyendo a través de los más de 3 000 puntos de venta de las droguerías Rossman en Alemania, Polonia, Hungría, República Checa, Albania y Turquía, lo que la convierte en una de las cadenas más importante dentro de Europa. En cuanto a presentación, el producto se encuentra disponible en envases de vidrio unitarios de 8 mililitros y cuenta con un sello que indica la utilización del aceite de sacha inchi para su elaboración.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Rival de Loop
	Empresa manufacturera	Dirk Rossmann GmbH
	Precio	8 ml. : 1,59 EUR / US\$ 2,00
	País de fabricación	Alemania
	País de distribución	Alemania, Hungría, Polonia, Rep. Checa, Albania y Turquía
	Fecha de lanzamiento	Agosto 2014

Fuente: Data Monitor – Product Launch

2. Mercado de distribución: Alemania

Alemania, el mercado más grande de Europa Occidental con un gasto total de consumo superior a US\$ 3 millones de millones en 2013, es uno de los pocos países de la Eurozona que ha experimentado un crecimiento en los ingresos a partir de la crisis financiera debido a su óptimo manejo fiscal y sólido mercado laboral. En la actualidad, el ingreso per cápita anual de los alemanes alcanza US\$ 43 578, en promedio, solamente superado por sus vecinos nórdicos; sin embargo, se pueden encontrar rentas superiores a la media en grupos etéreos de adultos entre 40 y 50 años, en los que puede llegar a sobrepasar los US\$ 70 000.

Un segundo grupo con importante nivel de ingresos se encuentra está jóvenes entre 23 y 27 años, compuesto básicamente por graduados y profesionales de primera línea que recientemente han ingresado a la actividad laboral y que cuentan con rentas promedio que fluctúan entre US\$ 45 mil y US\$ 55 mil al año. Este segmento ha dinamizado, en los últimos años, la demanda de tecnología, productos de moda y vestimenta, así como servicios de recreación y ocio.

Precisamente, la industria de productos para el cuidado personal ha sido una de las más beneficiadas con la presencia de los jóvenes en el mercado laboral y con la estable política económica alemana. En los últimos cinco años las ventas de esta clase de productos se incrementaron en 11% debido, además, a los altos niveles de innovación por parte de los competidores y a la búsqueda constante de cubrir necesidades cada vez más específicas.

La innovación se ha visto reflejada en los últimos años a través del desarrollo de nuevos productos a base de ingredientes naturales exóticos en respuesta al rechazo general de los consumidores a la utilización de químicos y al testeo con animales en la industria cosmética. Esto se ve reflejado particularmente en subcategorías como productos para el cuidado del cabello, esmaltes y cuidado de uñas, así como fragancias y perfumes que incluso en algunos casos han introducido productos orgánicos certificados en la búsqueda de añadir valor a sus productos.

El mercado de cuidado de las uñas, específicamente, ha sido uno de los que mayor dinamismo en ventas ha mostrado en los últimos años al crecer 65% entre 2008 y 2013. Ello se explica en gran medida al lanzamiento de marcas puramente orgánicas como *Alverde* (DM) y *Alterra* (Rossmann), las cuales han logrado posicionarse como *Premium* en un mercado altamente competitivo. Precisamente, Rossmann ha logrado introducir insumos novedosos como el sachá inchi, la granada y el agave en sus diferentes líneas.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, las exportaciones peruanas de sachá inchi durante los primeros ocho meses del año vienen sumando cerca de US\$ 2 millones. La presentación más enviada ha sido en aceite (75% de participación), seguida por harina (36%), grano (2%) y tostado (2%).

Específicamente, la totalidad de exportaciones de aceite de sachá inchi sumaron US\$ 1 millón, las cuales tuvieron como principales destinos a Japón (19% de participación), España (15%), Canadá (11%), Hong Kong (10%), Francia (8%) y Alemania (7%). Además, Alemania ofrece aranceles de 0% para este producto debido al TLC Perú – UE.

Exportaciones de aceite de Sacha Inchi US\$		
Mercado	FOB	FOB
	Ene - Ago 2013	Ene - Ago 2014
Japón	262,043	207,824
España	128,625	167,010
Canadá	109,369	123,299
Hong Kong	1,150	107,358
Francia	210,869	87,183
Alemania	17,634	79,967
Estados Unidos	53,316	50,815
Taiwán	12,900	45,200
Suiza	21,900	42,150
Australia		39,775
Resto	109,078	132,742
TOTAL	926,884	1,083,324

Fuente: MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación