

Informe Especializado:

Tendencias en Ingredientes Naturales para la
Industria Cosmética - Mundo



Comercio Mundial de Ingredientes Naturales para la Industria Cosmética

1. Alcance del Análisis

Para el presente análisis, se tomaron en cuenta las siguientes partidas a 6 dígitos (HS6): 130211; 130212; 130213; 130214; 130219; 130220; 130231; 130232; 130239; 151511; 151519; 151530; 151550; 151590; 320300; 330111; 330112; 330113; 330114; 330119; 330121; 330122; 330123; 330124; 330125; 330126; 330129; 330130; 330190. Nótese que se han incluido partidas que corresponden a colorantes naturales, pues el uso de estos también está expandiéndose en la elaboración de productos de belleza.

2. Panorama Actual

Vista la necesidad de promover el desarrollo sostenible en diversas áreas, se ha visto un incremento en la demanda de productos naturales para la elaboración de bienes finales. En ese sentido, las industrias de alimentos, farmacéuticas y cosméticas han aumentado también la oferta de productos a base de ingredientes naturales, siendo esta última una de las que más demanda estos componentes. Y es que desde hace varios años, el nivel de concientización para el desarrollo empresarial sostenible y ético ha aumentado entre la mayoría de las empresas de la industria de la belleza, dentro de la cual cada vez más fabricantes y proveedores se comprometen a operar de manera responsable en interés del medio ambiente y la sociedad. Es así, que se calcula que las ventas de la industria cosmética natural y orgánica ascienden a aproximadamente un valor de US\$ 11 billones, siendo Estados Unidos el mercado líder, seguido por Alemania y Francia.

Por este motivo, múltiples empresas han integrado dentro de sus agendas el tema de sostenibilidad como parte de su estrategia e informan periódicamente sobre los objetivos alcanzados. Por ejemplo, Estée Lauder o L'Oréal tienen como parte de sus compromisos el "suministro sostenible", dentro del cual no solo se abastecen en aproximadamente casi un 50% de productos naturales, sino que también buscan desarrollar un marco ético y responsable para el abastecimiento desde áreas de biodiversidad (Respeto por las comunidades locales y sus conocimientos, prácticas tradicionales, expresiones culturales y participación equitativa en los beneficios relacionados con el uso de los recursos genéticos). En la misma línea Unilever ha presentado su compromiso que para el 2025 todos sus envases de plástico sean reutilizables, reciclables o compostables¹.

Adicionalmente, se pueden mencionar otras tendencias que están influenciando dentro de la industria cosmética para el uso de componentes naturales, como:

- Mayor número de personas con más ingresos disponibles que prefieren productos naturales que combatan los signos de la edad y aporten beneficios para la salud (cosmeceúticos).
- Creciente demanda de productos que no hayan sido testeados con animales (Choose Cruelty Free² o Leaping Bunny Certification³), y que sean seguros, sin químicos entre sus componentes, que respeten el medio ambiente y promuevan el comercio justo.
- La demanda por ingredientes naturales con beneficios funcionales, ecológicos u orgánicos (con certificación Ecocert⁴, Cosmetique Bio⁵, Soil Assocation⁶, Natrue⁷, BDIH⁸, entre otros), exótica, proveniente de lugares exóticos como el continente africano o la Amazonía.
- Finalmente, la mayor demanda de ingredientes naturales ha llevado que muchas personas se involucren en el proceso de creación de productos, la llamada "personalización de cosméticos" o "cosméticos do it yourself (DIY)".

3. Comercio Mundial⁹

De acuerdo a cifras registradas en TRADEMAP (30 partidas a 6 dígitos), el monto de importaciones mundiales de ingredientes naturales en el año 2015 ascendieron a US\$ 14 899 millones, siendo Estados Unidos, Alemania, Francia, China y Japón los mayores compradores con US\$ 3 152 millones, US\$ 1 066 millones, US\$ 946 millones, US\$ 811 millones y US\$ 766 millones, respectivamente. Del mismo modo, según la misma fuente, el monto de importación mundial, al primer semestre de 2016, alcanzó US\$ 6 966 millones.

¹ Se considera "compostable" al material que puede biodegradarse por acción microbiológica en un corto período de tiempo y sin dejar residuos visibles ni tóxicos.

² www.choosecrueltyfree.org

³ www.crueltyfreeinternational.org

⁴ www.ecocert.com

⁵ www.cosmebio.org

⁶ www.soilassociation.org

⁷ www.natrue.org

⁸ www.bdi.org

⁹ Se tomaron en cuenta las partidas mencionadas en el punto nro.1 del presente documento.

En lo referente a productos, los más demandados fueron los jugos y extractos vegetales, así como los aceites esenciales, que alcanzaron una suma superior a los US\$ 4 000 millones. De acuerdo a la tabla Nro. 1, se debe destacar el dinamismo presentado en las ventas de aceites esenciales de limón (+US\$ 128 millones), los aceites esenciales de naranja (+US\$ 58 millones) y las materias colorantes de origen vegetal o animal (+US\$ 35 millones).

Tabla Nro. 1: Ranking de Importación Mundial de Ingredientes Naturales para Cosméticos
(US\$ Millones)

| HS6 | Descripción | 2013 | 2014 | 2015 | Var. 15/14 | Part. 15 |
|----------------------------------|---|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|
| Total Importación Mundial | | 15,683 | 15,633 | 14,899 | -4.7% | 100% |
| 130219 | Jugos y extractos vegetales (exc. de regaliz, lúpulo, así como de opio) | 2,117 | 2,222 | 2,239 | 0.7% | 15% |
| 330129 | Aceites esenciales, desterpenados o no, incl. los "concretos" o "absolutos" | 1,571 | 1,839 | 1,942 | 5.6% | 13% |
| 151590 | Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente | 1,672 | 1,800 | 1,673 | -7.1% | 11% |
| 320300 | Materias colorantes de origen vegetal o animal, incluidos los extractos tintóreos | 1,375 | 1,330 | 1,365 | 2.6% | 9% |
| 130232 | Mucílagos y espesativos de algarroba o de su semilla o de las semillas de guar, incl. modificados | 2,658 | 2,100 | 1,239 | -41.0% | 8% |
| 130239 | Mucílagos y espesativos vegetales, incl. modificados (exc. de algarroba o de su semilla) | 1,063 | 1,107 | 1,073 | -3.1% | 7% |
| 151530 | Aceite de ricino y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente | 827 | 773 | 815 | 5.4% | 5% |
| 130220 | Materias pécticas, pectinatos y pectatos | 657 | 730 | 752 | 3.0% | 5% |
| 330190 | Oleoresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites | 643 | 671 | 677 | 0.9% | 5% |
| 330113 | Aceites esenciales de limón, desterpenados o no, incl. los "concretos" o "absolutos" | 386 | 379 | 507 | 33.8% | 3% |
| 330119 | Aceites esenciales de agrios "cítricos", desterpenados o no, incl. los "concretos" o "absolutos" | 299 | 392 | 424 | 7.9% | 3% |
| 330112 | Aceites esenciales de naranja, desterpenados o no, incl. los "concretos" o "absolutos" | 321 | 340 | 398 | 17.1% | 3% |
| 330125 | Aceites esenciales de menta, desterpenados o no, incl. los "concretos" o "absolutos" | 434 | 306 | 302 | -1.3% | 2% |
| 130213 | Extracto vegetal, de lúpulo | 343 | 309 | 271 | -12.4% | 2% |
| 130231 | Agar-agar, incl. modificado | 225 | 262 | 251 | -4.3% | 2% |
| Resto | | 1,094 | 1,072 | 974 | -9.2% | 7% |

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados- PROMPERU
Fuente: TRADEMAP

En cuanto a exportaciones, el ranking de países proveedores, en 2015, fue liderado por India, China y Estados Unidos, con US\$ 2 351 millones, US\$ 2 285 millones y US\$ 1 407 millones, respectivamente. Perú se posicionó en el puesto Nro. 25 del ranking con US\$ 106 millones; a nivel latinoamericano, sin embargo, ocupó el quinto puesto, luego de México (US\$ 369 millones), Brasil (US\$ 363 millones), Argentina (US\$ 245 millones) y Chile (US\$ 151 millones).

4. Oferta Peruana

Tabla Nro. 3: Exportaciones Peruanas de Ingredientes Naturales
(US\$ Millones)

| RK | Mercados | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Var. Prom. 15/11 | Var. 15/14 | Part. 15 |
|----------------------|----------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|------------------|--------------|-------------|
| Total general | | 149 | 112 | 86 | 94 | 104 | -8.8% | 10.0% | 100% |
| 1 | Estados Unidos | 17 | 13 | 10 | 11 | 17 | 1.0% | 51.2% | 17% |
| 2 | Reino Unido | 8 | 7 | 7 | 10 | 10 | 5.1% | 2.4% | 10% |
| 3 | Alemania | 20 | 15 | 12 | 14 | 10 | -16.6% | -31.0% | 10% |
| 4 | Dinamarca | 8 | 3 | 2 | 3 | 8 | -0.8% | 141.7% | 8% |
| 5 | México | 10 | 4 | 6 | 5 | 6 | -12.7% | 18.1% | 6% |
| 6 | Japón | 7 | 8 | 6 | 6 | 5 | -7.3% | -11.0% | 5% |
| 7 | Brasil | 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | -16.8% | 9.6% | 4% |
| 8 | Francia | 6 | 6 | 5 | 4 | 4 | -14.0% | -16.7% | 3% |
| 9 | España | 8 | 5 | 3 | 3 | 3 | -19.9% | 13.5% | 3% |
| 10 | Países Bajos | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | -4.6% | -3.2% | 3% |
| 11 | Argentina | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | -9.8% | 5.1% | 3% |
| 12 | China | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 6.7% | -3.3% | 3% |
| Resto | | 45 | 35 | 24 | 25 | 27 | -11.8% | 11.4% | 26% |

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados- PROMPERU
Fuente: SUNAT

Las exportaciones peruanas de las partidas analizadas, alcanzaron el 2015 un monto de US\$ 104 millones, teniendo así su tercer año de crecimiento. Esto gracias a una mayor demanda desde mercados como EE.UU. (+US\$6 millones), Dinamarca (+US\$ 5 millones y México (+US\$ 1 millón). Asimismo, respecto a productos los más representativos fueron el carmín de cochinilla 8US\$ 35 millones), aceites esenciales de limón (US\$ 18 millones), materias colorantes de origen vegetal (US\$ 14 millones) y las demás grasas y aceites vegetales, que incluye aceite de copaiba y de jojoba, (US\$ 13 millones).

Por otra parte, es importante indicar que a noviembre de 2016, el monto de exportaciones de estos productos asciende a US\$ 108 millones (4% más respecto al cierre del año 2015), incremento que se ha visto registrado en los envíos hacia Dinamarca, México, Brasil, España, Países Bajos, China y Rusia, por mencionar algunos destinos.

Adicionalmente, cabe indicar que se han encontrado registros de exportaciones de productos de belleza finales, que utilizan ingredientes naturales como quinua, cacao o uña de gato, por mencionar algunos. Así por ejemplo, a noviembre de 2016, las exportaciones de champús, preparaciones capilares o cremas corporales con quinua ascendieron a US\$ 286 mil; del mismo modo, diversos productos de belleza como cremas corporales, champús, cremas para manos, entre otras con uña de gato como su principal componente sumaron US\$ 562 mil.

Finalmente, las oportunidades comerciales que muestra el mercado mundial para la oferta exportable peruana de ingredientes naturales para la industria cosmética, especialmente por la creciente tendencia en adquirir productos naturales que den un beneficio extra a la salud y belleza personal. Esto debería ser motivo de exploración, a través de un análisis que permita conocer y recabar información relevante en diversos mercados (preferencias del consumidor, tendencias del mercado, desarrollo de productos, requisitos de calidad, entre otros). Además de esto, resulta de suma importancia promocionar los atributos de los insumos naturales que el Perú posee, así como especificar los factores de sustentabilidad que involucran su producción (cuidado del medio ambiente, precio justo, entre otros).

5. Eventos Internacionales

A continuación se presentan una lista de algunos eventos destacados a nivel mundial de la industria cosmética y de productos naturales en el mundo:

Tabla Nro. 2: Información sobre Ferias Especializadas

| Nombre del Evento | Web Site | Duración | Ciudad -País | N° Expositores | N° Visitantes |
|----------------------------|--|----------|--------------------------|----------------|---------------|
| BOIFACH + VIVANESS | www.vivaness.de | 4 días | Núremberg - Alemania | 250 | 48 533 |
| Beauty Asia | www.beautyasia.com.sg | 3 días | Singapur City - Singapur | 110 | --- |
| PCHI | www.pchi.china.com | 3 días | Guanzhou - China | 442 | 15 292 |
| COSMOPROF Worldwide | www.cosmoprof.com | 4 días | Bolgona - Italia | 2 500 | 172 500 |
| Natural Products Espo West | www.expowest.com | 4 días | Anaheim - EE.UU. | -- | -- |
| China Beauty Expo | ww.chinabeautyexpo.com | 3 días | Shanghai - China | 2 568 | 387 523 |
| COSMOPROF Asia | www.cosmoprof-asia.com | 4 días | Hong Kong | 2 698 | 76 818 |
| In Cosmetics | www.in-cosmetics.com | 3 días | Londres - Reino Unido | 1 000 | 30 000 |
| Natural Tech | www.naturaltech.com.br | 4 días | Sao Paulo - Brasil | 182 | 19 240 |
| Beauty Expo Korea | http://expobeauty.co.kr | 3 días | Seúl - Corea del Sur | 200 | 40 000 |

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados- PROMPERU

La data de las ferias corresponde a las últimas ediciones

Fuente: AUMA

Anexo: Productos Cosméticos y para el Cuidado Personal en diversos mercados del mundo, con ingredientes que forman parte de la oferta peruana



Suero para el cabello de Quinoa y Palta
Con certificación vegana, orgánica y libre de pruebas en animales



Desmaquillador para ojos y labios con maracuyá
Con certificación Cosmebio



Crema de noche para el rostro con Granada
Certificación Vegana y Natrue. Se indica además, que el producto es apto para celíacos e intolerantes a la lactosa



Tratamiento Anti edad 8en1, con Camu Camu
Certificación Natrue y Vegana



Crema para baño con Castañas (Nuez de Brasil)
Con certificación vegana, orgánica y Natrue.



Mousse de autobronceado con Cacao para cuerpo y cara
Certificado por la OFC de Australia como orgánico