

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Informe Especializado

Reino Unido: Insumos
naturales para la
industria de belleza y de
cuidado personal



prom
perú

REINO UNIDO: INSUMOS NATURALES PARA LA INDUSTRIA DE BELLEZA Y DE CUIDADO PERSONAL

1.- Panorama del Mercado de Reino Unido

- Reino Unido es la séptima economía mundial, con un PBI de US\$ 2.3 trillones. Además, cuenta con 63 millones de habitantes, que poseen un ingreso per cápita anual de US\$ 36,700, ubicándose entre las economías con mejores ingresos a nivel mundial.
- La economía británica mantuvo un crecimiento por encima del promedio europeo (1.2%) hasta el año 2011. En 2012, la economía evidenció una contracción de 0.1%, y se espera que para el presente año se recupere (1.1%, de acuerdo a estimaciones del FMI).
- Según un estudio de Euromonitor, el gasto de los consumidores británicos en el último año aumentó en 2.9% respecto a 2011, alcanzando un total de US\$ 1,530 billones. De este total, poco más de US\$ 17 mil millones corresponden a gastos en productos de belleza y de cuidado personal.
- Al pertenecer a la Unión Europea, Reino Unido comparte una misma y única estructura arancelaria para las importaciones provenientes de terceros países, por lo que el arancel de importación aplicado a la oferta exportable peruana de insumos para la industria cosmética y del cuidado personal es de cero (0%).



2.- Sector de la Cosmética y Cuidado Personal en Reino Unido

- La industria de la belleza y cuidado personal dentro del territorio británico ha mostrado un crecimiento de 3% en el último año, lo que ha significado una recuperación respecto a años anteriores en que se vio afectada por la crisis financiera. Este incremento se atribuye principalmente a una mayor demanda de ciertas líneas de productos como los de cuidado para bebés y niños, productos del cuidado del cabello, productos para caballeros y productos de cuidado bucal.
- La constante introducción de productos novedosos (esencias, naturales, multiusos), durante el último año, ha sido uno de los factores más importantes en el incremento de las ventas; en especial aquellos que contienen insumos naturales y/u orgánicos. Además de esto, las promociones y descuentos brindados por los retailers o marcas, también han jugado un papel importante en atraer la atención de los compradores.
- Se conoce que el número de productos elaborados con ingredientes "orgánicos" está en aumento. Sin embargo, contrario a los alimentos, no existe un estándar legal para esta clase de productos. Algunas empresas etiquetan sus productos como orgánicos a pesar de que estos sólo contienen un 1% de ingredientes orgánicos o incluso cuando estos contienen sustancias potencialmente peligrosas para la salud.

Por este motivo, cinco organismos de certificación europeos¹ (incluido The Soil Association de Reino Unido), han desarrollado el Cosmetic Organic Standard o Cosmos-estándar², con el propósito de armonizar las reglas de certificación orgánica para estos productos.



- En ese sentido, de acuerdo a lo establecido en la memoria anual 2012 de The Soil Association³ del Reino Unido, se estima que la venta de productos para la salud y belleza, que poseen certificación orgánica, se incrementó en 8.7% respecto al año anterior, alcanzando los £30.1 millones (US\$ 49.3 millones)⁴.

¹ BDIH (Alemania), Cosmebio (Francia), Ecocert Greenlife SAS (Francia), ICEA (Italia), Soil Association (Reino Unido).

² <http://www.cosmos-standard.org/>

³ <http://www.soilassociation.org/>

⁴ Una Libra esterlina (£), equivale a 0.61 dólares americanos (US \$).

- De otro lado, dado que la producción local no es suficiente para abastecer la totalidad del mercado, el monto de importación de productos cosméticos y de cuidado personal es elevado, tal como se muestra en la tabla Nro.1. Los tres principales proveedores, en 2012, representaron el 53% del monto importado. Los productos más demandados corresponden a preparaciones para maquillaje, perfumes y colonias y preparaciones capilares, que en conjunto totalizaron US\$ 2,608 en ese mismo periodo.
- Los países latinoamericanos, en 2012, representaron el 0.2% de lo importado (US\$ 9 millones), siendo Brasil y México los de mayor representatividad (US\$ 6.5 y US\$ 1.3 millones, respectivamente). Perú ocupó el puesto N° 80, con envíos por US\$ 41 mil correspondiente a un único producto de exportación "las demás preparaciones de maquillaje".

Tabla Nro. 1: Importación de Cosméticos desde Reino Unido⁵
(Millones de US\$)

RK	Proveedores	Enero - Diciembre				Enero - Junio			
		2011	2012	Var.12/11	Part. 12	2012	2013	Var. 13/12	Part. 13
Total		4,584	4,511	-1.6%	100%	2,004	2,065	3.0%	100%
1	Francia	1,093	1,078	-1.4%	24%	471	494	4.8%	24%
2	Alemania	707	699	-1.2%	15%	334	318	-4.9%	15%
3	EE.UU.	630	646	2.6%	14%	292	303	3.6%	15%
4	Polonia	307	291	-5.2%	6%	144	134	-7.5%	6%
5	China	268	290	8.4%	6%	83	88	5.5%	4%
6	Italia	253	228	-9.6%	5%	113	126	11.7%	6%
7	España	192	215	11.9%	5%	92	84	-8.4%	4%
8	Bélgica	232	197	-15.1%	4%	89	83	-6.7%	4%
9	Irlanda	179	163	-9.1%	4%	82	85	3.7%	4%
Resto		722	703	-2.6%	16%	304	352	15.8%	17%

Fuente: Trademap
Elaboración: Inteligencia de Mercados Promperú.

3. – Características del mercado inglés

- La siguiente tabla proporciona información acerca de algunas particularidades de la industria cosmética y productos del cuidado personal para ingredientes naturales dentro del Reino Unido:

Tabla Nro. 2: Características del mercado Inglés

Mercado / Criterios	Tamaño del Mercado	Interés en nuevas especies	Interés en lo Orgánico	Interés en Comercio Justo
Reino Unido	Grande	Alto	Medio	Alto

Fuente: CBI

- De lo indicado en la tabla 2, debe rescatarse que si bien la demanda de productos orgánicos está en aumento, basado en el interés del consumidor hacia un estilo de vida ecológico, este segmento representa aún un pequeño nicho de mercado. Además, muchos de estos productos no cuentan necesariamente con la certificación orgánica y en muchos casos se venden bajo la denominación "natural". Estos tienden a ser menos caros que aquellos que tienen la certificación, motivo por el cual se hacen más atractivos para los consumidores, quienes muchas veces no saben diferenciar entre orgánico y natural.
- Asimismo, como en la mayoría de países europeos, los aspectos sociales están cobrando cada vez mayor importancia en Reino Unido, pues se debe resaltar que este mercado es el principal consumidor de productos con certificación "fairtrade" o "comercio justo", ya que en 2012 las ventas de estos productos alcanzaron los 2,000 millones de euros, incrementándose en 16%, respecto a 2011⁶.

⁵ Para este cálculo se usaron las siguientes sub-partidas (6dígitos): 330300,330410,330420, 330430, 330491, 330499, 330510, 330520, 330530, 330590, 330610, 330710, 330720, 330730, 330790, 340111, 340119, 340120, 340130.

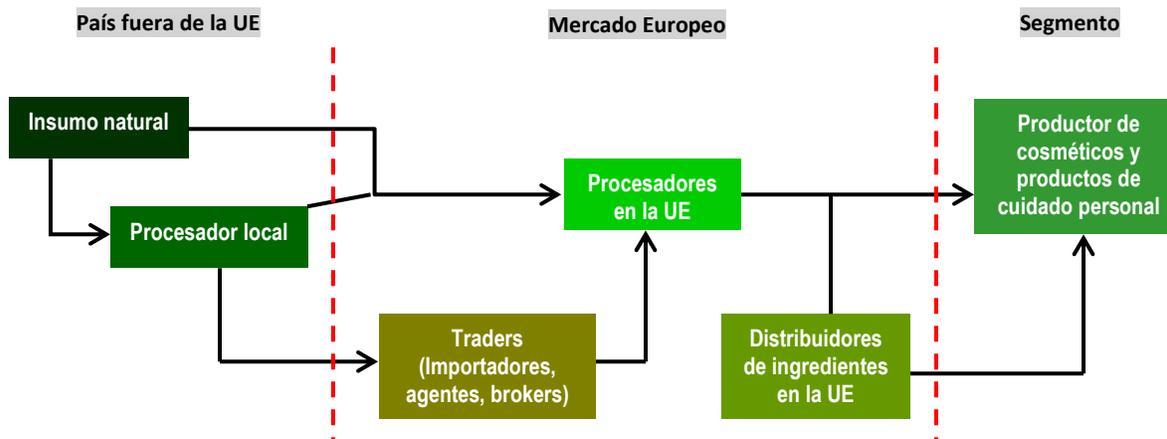
⁶ Reporte anual de la Fairtrade International Organization 2012-2013

- También es importante mencionar que a gran parte de la población le atrae aquellos productos que contengan ingredientes procedentes de lugares que encuentran interesantes y/o místicos como los andes, la amazonía o los desiertos, lo que representa claras oportunidades comerciales para los países biodiversos como el nuestro.
- De otro lado, es importante mencionar que en general, la población de Reino Unido está envejeciendo, pues las personas mayores a 55 años representan el 28.8% del total. De esto se desprende que en los últimos años se haya presenciado un incremento de cremas anti envejecimiento o cremas antiarrugas, champuses especiales para cabellos canosos y colorantes. Todo esto con el fin de satisfacer el gran deseo popular de verse y sentirse bien. Asimismo, la población de entre 30 y 40 años también demanda este tipo de productos para contrarrestar los efectos de los años, desde antes que aparezcan.

4.- Canales de Distribución y Comercialización:

- En general, la estructura de distribución y el funcionamiento del sector de la industria de belleza y del cuidado personal es casi idéntica para todos los países europeos, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 1: Canales de distribución en el mercado de cosmética natural en Reino Unido



Fuente: CBI

- Además de esto, debe indicarse que el canal de comercialización que lidera las ventas de productos de belleza y de cuidado personal “naturales” (30% de participación) son las farmacias o boticas. Aunque las cadenas de tiendas especializadas y retailers (supermercados, hipermercados, etc.) están ganando cada vez más terreno año tras año.
- También debe destacarse la importancia que está cobrando el canal de ventas online en los últimos años (7% de las ventas en 2012, se produjeron vía este medio), a través de su uso expandido en pc's, laptops, tablets o smartphones, lo que ha hecho que diversas cadenas de retailers introduzcan este sistema de ventas para poder mantenerse competitivos. Así podemos mencionar como ejemplo: www.naturisimo.com, www.ongnaturalbodycare.co.uk, www.mypure.co.uk, o www.borealisnatural.com, entre otras.
- De otro lado, se debe resaltar la visita y participación a ferias internacionales que involucren la industria de la belleza y del cuidado personal “orgánico” o “natural”. Esta acción es una de las mejores, y más efectivas, formas de contactar y de afianzar algún tipo de relación comercial con cualquier empresa. Algunos de estos eventos (los más importantes) dentro de Reino Unido, a las cuales asisten exclusivamente importadores, distribuidores, y/o minoristas son los siguientes:

Tabla 3: Información sobre Ferias de Cosmética natural en Reino Unido

Feria	Web Site	Duración	Nº Expositores	Nº Visitantes
<i>Natural & Organic Products Europe</i>	www.naturalproducts.co.uk	2 días	189	8,810
<i>Camexpo</i>	www.camexpo.co.uk	2 días	100	-

Elaboración: Inteligencia de Mercados- Promperu.
La data de las ferias corresponde a las últimas ediciones (2013).

- El **Natural & Organic Products Europe**, es el evento más grande de Reino Unido de productos naturales. Más de 10,000 Profesionales de belleza y Spa (retailers, mayoristas, fabricantes, etc., de Reino Unido y todo el mundo) se hicieron presentes en la edición de este año, para aprovechar la oportunidad de experimentar con lo último en productos de belleza, tratamientos, ideas y equipos, tanto de marcas líderes y proveedores.

5.- Presencia Peruana

- Como se indicó en el punto 2, Perú fue el proveedor N° 80 de las importaciones de cosméticos en Reino Unido, con envíos por US\$ 41 mil. Esto nos coloca muy por detrás de otros países latinoamericanos como Brasil y México.
- No obstante, en 2012, Perú exportó hacia el mercado británico US\$ 7 millones en productos pertenecientes al sector Biocomercio, los cuales en muchos casos son utilizados como insumos para la industria cosmética. Entre los que destacan productos como la castaña, la maca, la granada e incluso la quinua.

Tabla No. 4: Exportaciones Peruanas del Sector Biocomercio hacia Reino Unido

(En US\$)

Rk	Producto	Enero - Diciembre			Enero - Setiembre		
		2011	2012	Var. 12/11	2012*	2013	Var. 13/12
Total		13,482,555	6,820,636	-49.4%	5,070,563	7,163,026	41.3%
1	Cochinilla	9,092,023	3,915,289	-56.9%	3,148,369	2,441,450	-22.5%
2	Quinua	53,317	506,097	849.2%	366,922	1,888,665	414.7%
3	Nuez del Brasil	2,709,554	830,635	-69.3%	568,196	1,256,950	121.2%
4	Maca	360,819	452,920	25.5%	275,619	543,234	97.1%
5	Achiote	439,866	438,477	-0.3%	247,587	479,725	93.8%
6	Lúcuma	83,720	180,236	115.3%	90,261	211,199	134.0%
Resto		743,257	496,982	-33.1%	373,608	341,803	-8.5%

Fuente: Sunat

Elaboración: Inteligencia de Mercados Promperú.

- Perú tiene interesantes oportunidades para potenciar la comercialización de ingredientes naturales o de bienes finales de la industria cosmética en el mercado inglés. Primero, por el nivel de desarrollo de las industrias mencionadas, y luego por la tendencia hacia un estilo de vida saludable, el interés por ingredientes exóticos naturales y la atención prestada al cuidado personal (en especial las personas mayores de 50 años), que tiene la población.
- Además, se ha podido detectar la venta vía internet de productos de cuidado personal que contienen entre sus ingredientes camu camu, granada o nuez de brasil.



Cera abrillantadora con camu camu
Precio: £ 55
Fuente: www.peterthomasroth.com



Mascara para cabello con
aceite de nuez de Brasil
Precio: £ 22.95
Fuente: www.nelly.com



Champú revitalizante con granada
Precio: £ 5.35
Fuente: www.faihtinnature.co.uk

- Finalmente, las oportunidades comerciales que muestra el mercado de Reino Unido para la oferta exportable peruana de insumos para productos del cuidado personal son muy claras, especialmente por la tendencia actual en adquirir productos derivados de la naturaleza y que den un beneficio extra a la salud y belleza personal. Así como, el interés que despiertan los ingredientes exóticos. Esto debería ser motivo de exploración, a través de un análisis que permita conocer y recabar información relevante (preferencias del consumidor, tendencias del mercado, desarrollo de productos, requisitos de calidad, entre otros). Dicha información sería de utilidad, para poder elaborar una estrategia de ingreso al mercado y así pueden beneficiarse los empresarios peruanos. 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).