

**Informe Especializado:**

Ingredientes naturales para Cosméticos  
en Italia



## 1. Información del mercado objeto del estudio

### Datos generales

<b>Nombre oficial</b>	República Italiana
<b>Capital</b>	Roma
<b>Idioma</b>	Italiano
<b>Moneda</b>	Euro
<b>Población (2016)</b>	60 millones

Fuente: World FactBook, Santander Trade

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

### Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016
Crecimiento PBI (%)	-0,3%	0,8%	0,8%
PBI Per cápita (US\$)	35 239	29 867	30 294
Tasa de Inflación (%)	0,2%	0,1%	-0,1%

Fuente: FMI

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

## 2. Alcance del informe

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.

## 3. Información del Sector Cosmético en Italia

Italia es uno de los países europeos más importantes en cuanto a producción de cosméticos se refiere. Así por ejemplo, representa 60% de la producción mundial de maquillaje. Además, se estima que en 2016 se registró un crecimiento de 5%, respecto a 2015, con lo que se alcanzaría un valor de mercado de 10,5 Billones de Euros.

De acuerdo a información brindada por la Asociación Nacional de Industrias Cosméticas Italianas, este país es el tercer exportador de cosméticos a nivel mundial y el cuarto mercado de consumo de cosméticos a nivel europeo, con 12,6% de participación, después de Alemania, Reino Unido y Francia.

Por otra parte, es importante mencionar que la industria cosmética italiana emplea más de 200 000 personas, de las cuales alrededor de 60 000 están involucradas en el proceso de producción.

## 4. Importación Mundial de Ingredientes naturales para Cosméticos desde Italia

En el año 2015, las importaciones de los productos analizados, desde Italia, ascendieron a US\$ 337 millones, sufriendo una caída de 11,9% respecto al año previo. Los principales países proveedores de estos productos fueron Francia, Alemania, India, España y China, que en conjunto representaron el 67% del total de compras. En ese sentido, Perú ocupó la posición Nro. 20 como proveedor mundial de estos insumos; y a nivel latinoamericano fue el segundo, luego de México.

Tabla Nro. 1: Importaciones de Ingredientes Naturales para uso cosmético desde Italia (US\$ millones)

HS6	Descripción Arancelaria	2013	2014	2015	2016*
	Total	372	382	337	260
130219	Jugos y extractos vegetales (exc. de regaliz, lúpulo, así como de opio)	68	75	72	58
320300	Materias colorantes de origen vegetal o animal, incluidos los extractos tintóreos	47	46	43	42
151590	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	56	60	50	35
330129	Aceites esenciales, destilados o no, incl. los "concretos" o "absolutos"	27	29	25	21
130220	Materias pécticas, pectinatos y pectatos	22	23	22	17
130239	Mucílagos y espesantes vegetales, incl. modificados (exc. de algarroba o de su semilla)	29	28	27	14
151530	Aceite de ricino y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	24	24	23	16
130232	Mucílagos y espesantes de algarroba o de su semilla o de las semillas de guar, incl. modificados	48	33	21	16
330190	Oleoresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites	9	12	9	10
330119	Aceites esenciales de agrios "cítricos", destilados o no, incl. los "concretos" o "absolutos"	6	10	9	5
	Resto	37	42	36	25

Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

(\* Cifras al tercer trimestre de 2016.

## 5. Exportaciones Peruanas de Ingredientes naturales para cosméticos hacia Italia

De acuerdo a cifras de SUNAT, en 2016, las exportaciones peruanas totales de ingredientes naturales para uso cosmético ascendieron a US\$ 115 millones, incrementándose en 25,8% respecto al año previo. Los mayores destinos de estos productos fueron EE.UU. (US\$ 15 millones), Dinamarca (US\$ 13 millones), Reino Unido (US\$ 8 millones), Alemania (US\$ 8 millones) y México (US\$ 7 millones).

En ese contexto, Italia fue el destino Nro. 16 de estos envíos con 2% de participación (US\$ 2 millones,), teniendo así un crecimiento de 17,7% en comparación al año 2015. Además, se debe señalar que el número de empresas, que realizaron envíos mayores a US\$ 1 000, hacia este mercado fue de nueve (9), siendo CHR Hamsem y Quimtia las más representativas.

**Tabla Nro. 2: Exportaciones Peruanas de Ingredientes Naturales para uso cosmético hacia Italia (US\$ miles)**

Partida - Descripción Arancelaria	2013	2014	2015	2016	Var. 16/15
<b>Total general</b>	<b>2,510</b>	<b>1,443</b>	<b>1,964</b>	<b>2,311</b>	<b>17.7%</b>
3203001900 - LAS DEMÁS	1,193	289	101	974	864.3%
3203001500 - MATERIAS COLORANTES DE MARIGOLD	471	628	1,203	782	-35.0%
1302391000 - MUCÍLAGOS DE SEMILLA DE TARA	452	223	580	395	-31.8%
3203002100 - CARMÍN DE COCHINILLA	348	284	66	155	133.4%
RESTO	46	19	14	4	-68.8%

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

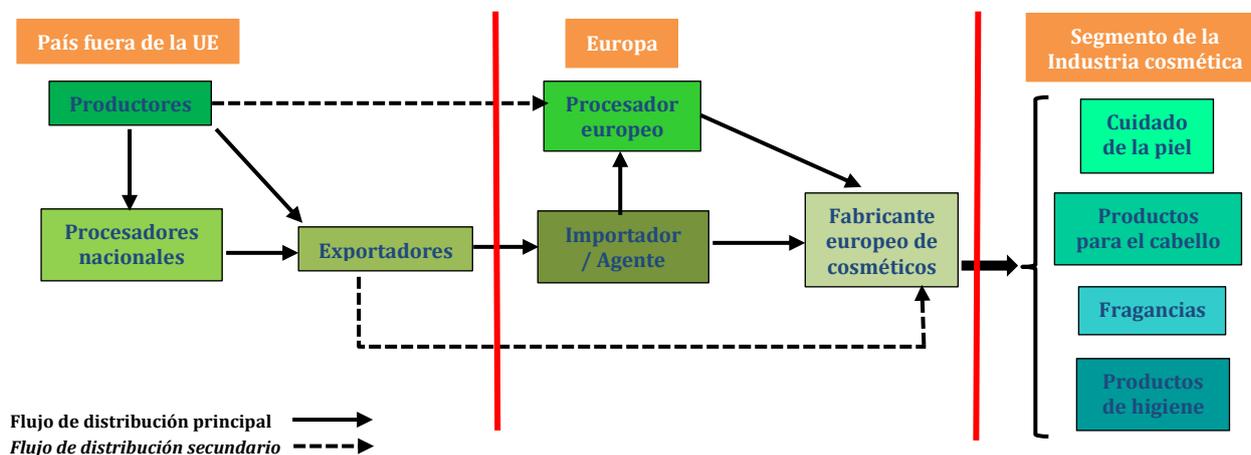
## 6. Acceso al Mercado

<b>Acuerdos Comerciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tratado de Libre Comercio entre Perú y la U.E. <a href="#">[Ver aquí]</a></li> </ul>
<b>Aranceles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aranceles preferenciales para el 99.3% de productos agrícolas y para el 100% de bienes industriales, esto de acuerdo al texto del TLC.</li> </ul>
<b>Otros Impuestos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IVA: para el caso de cosméticos es de 22% (tasa normal).</li> <li>Regulación Europea de Cosméticos <a href="#">(EC 1223/2009)</a></li> </ul>
<b>Otras Normas Legales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reglamento de registro, evaluación, autorización y restricción de sustancias químicas (<a href="#">REACH</a>, por sus siglas en inglés)</li> <li>Reglas de clasificación, etiquetado y empaquetado (<a href="#">CLP</a>)</li> <li><a href="#">CITES</a>, para el caso de ingredientes naturales.</li> <li>Cosmética natural y/u orgánica: En Italia, la entidad certificadora más conocida es el ICEA (<a href="#">Istituto Certificazione Etica e Ambientale</a>)</li> </ul>
<b>Estándares</b>	

## 7. Canales de Comercialización

A continuación, se presenta el flujo de distribución para el ingreso de los productos sujetos del presente análisis, dentro de la Unión Europea, que es aplicable para el mercado Italiano.

**Gráfico Nro.1: Canal de Distribución de Ingredientes Naturales en Italia**



Fuente: CBI

Por otra parte, en cuanto a canales de comercialización, se debe indicar que las tiendas especializadas en salud y belleza (minoristas, farmacias, herboristerías, spas, peluquerías, entre otros) son los de mayor representatividad con una participación de 54,4% en el mercado.

A estos le siguen las tiendas de retail masivo (hipermercados, supermercados, autoservicios, tiendas por departamento, entre otros) con 32,9% de participación del mercado. Asimismo, se debe destacar las ventas directas (por catálogo) y las realizadas vía internet que tienen participaciones de 4,7% y 3,5%, respectivamente<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Euromonitor International  
Inteligencia de mercados

## 8. Empresas con Presencia en el Mercado

Tabla Nro. 3: Participación (%) de Empresas en el valor de ventas en Italia

Nombre de la Empresa	Part. 14	Part. 15
L'Oreal Groupe	15.2	15.3
Procter & Gamble	11.3	11
Unilever Group	5.7	5.4
Beiersdorf AG	5.4	5.4
Henkel AG Co KGaA	2.9	2.9
LVMH Louis Vuitton	2.8	2.8
Estée Lauder Cos Inc	2.4	2.4
Shiseido Co Ltd	2	2
Chanel SA	1.6	1.5
Clarins SA	1.2	1.2
Mirato Nouva SpA	1.3	1.2
Pagliari SpA	0.6	0.6
Marcas Blancas*	4.5	4.8
Otros	43.1	43.5

Fuente: Euromonitor

(\*)Una marca blanca, también denominada marca del distribuidor, es una marca perteneciente a una cadena de distribución (generalmente, híper o supermercado, pero también de gran distribución especializada) con la que se venden productos.

## 9. Tendencias y Perspectivas del Sector

- El consumidor italiano está demostrando especial interés en la procedencia de los productos (exóticos, tradicionales y/o ancestrales), es así que la denominación de origen es una manera altamente efectiva no solo para proteger, sino también para posicionar productos dentro del mercado.
- En Italia, como en casi toda Europa, la demanda por productos sostenibles y orgánicos continúa en pleno crecimiento, aunque aún sea pequeño. Esto da la toma de consciencia de la población acerca de temas ambientales y de bienestar personal y social.
- Un consumidor dispuesto a gastar, permite la entrada a nuevas empresas que enriquecen la oferta. Dentro de la segmentación de usuarios, la tercera edad, los bebés y los hombres se presentan como una interesante apuesta que crece de manera sostenida.
- Los ingredientes multifuncionales son cada vez más buscados en la industria cosmética, ya que simplifican la logística y la fabricación de un producto final, lo que les permite ahorrar dinero y tiempo. Además, también permite la reducción del uso de ingredientes, lo cual cumple con la tendencia de "etiqueta limpia". Esto facilita la comprensión por parte del consumidor, además de presentar una imagen de procesamiento natural.
- Mientras se espera que la economía continúe su recuperación gradual en los próximos años, los consumidores seguirán siendo cautelosos respecto al gasto en productos de belleza y cuidado personal. Por lo que, seguirán valorando productos que altamente funcionales, con valor agregado y a precios competitivos.
- Cada vez más procesadores y fabricantes europeos están adquiriendo cada vez más ingredientes directamente de los productores en el país de origen o del exportador. Esto puede mejorar la trazabilidad, las oportunidades de comercialización, la eficiencia y el control de la calidad, el precio y la cantidad.

## 10. Eventos Comerciales

Nombre del Evento	Ciudad	Fecha	Enlace
COSMOPROF	Bologna	Marzo 17	<a href="http://www.cosmoprof.com">www.cosmoprof.com</a>
COSMOFARMA	Bologna	Mayo 17	<a href="http://www.cosmofarma.com">www.cosmofarma.com</a>
SANA	Bologna	Setiembre 2017	<a href="http://www.sana.it">www.sana.it</a>

Fuente: AUMA

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

### 11. OCEX

<b>Consejera Económica Comercial:</b>	Amora Diana Carbajal Schumacher
<b>Dirección:</b>	Piazza Duomo 17, 20121 Milano - Italia
<b>E-Mail:</b>	<a href="mailto:acarbjal@mincetur.gob.pe">acarbjal@mincetur.gob.pe</a>

### 12. Links de interés

- Instituto de certificación ambiental de Italia (ICEA): [www.icea.info/it/](http://www.icea.info/it/)
- Asociación Nacional de Empresas Cosméticas: [www.cosmeticaitalia.it](http://www.cosmeticaitalia.it)