

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Ficha Sectorial: Francia

Ingredientes Cosméticos

Junio 2016



ALEMANIA

1. Datos generales

Nombre oficial	República Federal de Alemania
Capital	Paris
Idioma	Alemán
Moneda	Euro
Población (2016)	81 Millones

Fuente: World FactBook

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

2. Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016*
Crecimiento PBI (%)	1.6	1.4	1.5
PBI Per cápita (US\$)	47,716	40,996	41,895
Tasa de Inflación (%)	0.8	0.1	0.5

Fuente: FMI

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

(*) Datos estimados

3. Información del Sector en Alemania

3.1 Ingredientes Cosméticos:

- El principal motor del crecimiento del sector cosmético en Alemania fueron las innovaciones y el lanzamiento de nuevos productos. Resaltan las líneas ser líneas de productos naturales y aquellos con alto valor añadido, que ofrecen a los consumidores una buena relación calidad-precio, además de productos con múltiples funciones y características adicionales más allá de su propósito original.
- De acuerdo con estudios realizados por IMS Health, Biovista y Naturkosmetik Verlag, los consumidores alemanes se interesan por los ingredientes naturales y orgánicos, la sostenibilidad de la producción y el comercio justo. La cosmética natural represento más del 7% de las ventas del sector de cuidado personal en 2015.
- La demanda mundial de ingredientes cosméticos se proyecta que alcance US\$ 17,600 millones en 2020, con un crecimiento estimado anual del 5,4% entre el 2015 y 2020. El crecimiento será impulsado por la creciente demanda de productos para el cuidado del cabello y piel.
- En línea con las tendencias de consumo, los proveedores de productos naturales e innovadores registraron el crecimiento más dinámico en el año 2015, las cinco principales empresas se mantuvieron casi sin cambios. (L'Oréal Deutschland GmbH, Procter & Gamble Germany, GmbH & Co oHG Operaciones, Beiersdorf AG, Henkel AG & Co. KGaA)

4. Importación Mundial: Línea de ingredientes cosméticos en Alemania (2015)

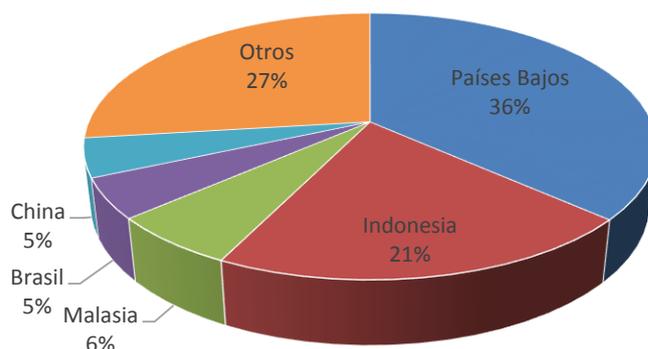
Ranking de Productos Importados (US\$ millones)						
HS 6	Descripción	2013	2014	2015	Var. 15/14	Part. 15
	Total	1537	2170	1869	-13.88%	100%
'180400	manteca, grasa y aceite de cacao	577	1016	781	-23.2%	42%
'151321	Aceites de palmiste o de babasu y sus fracciones, en bruto.	194	267	330	23.3%	18%

'151311	Aceite de coco y sus fracciones, en bruto.	173	254	233	-8.6%	12%
'330129	los demás aceites esenciales, excepto los de agrío	114	120	124	3.2%	7%
'151590	los demás aceites y grasas vegetales	107	104	93	-10.3%	5%
'330112	Aceites esenciales, de naranja.	57	73	89	22.3%	5%
'151329	los demás aceites de palmiste o de babasu, y sus fracciones	150	182	87	-52.2%	5%
'151319	los demás aceites de cocos y sus fracciones.	79	66	49	-25.5%	3%
'330125	Aceites esenciales de las demás mentas, excepto la piperita.	30	21	21	1.8%	1%
'330113	Aceites esenciales, de limon.	10	23	19	-14.9%	1%
'330119	los demás aceites esenciales de agríos	14	20	19	-6.3%	1%
'330124	aceites esenciales de menta piperita	24	15	14	-4.4%	1%
'151550	aceite de sesamo (ajonjolí) y sus fracciones	8	9	10	10.4%	1%

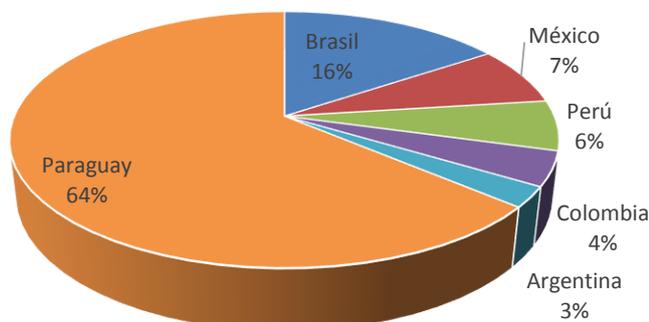
Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Proveedores a nivel mundial



Proveedores a nivel Latinoamérica



Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

5. Exportaciones Peruanas a Alemania de ingredientes cosméticos (US\$)

Partida Nacional - Descripción		2013	2014	2015	Var. 15/14	Part. 15
Total		6,560,096	8,800,292	7,862,769	-10.65%	100%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	1204324.56	1,912,757	4,387,572	129.38%	56%
151590	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	4,570,927	4,664,013	3,141,064	-32.65%	40%
330113	Aceites esenciales de limón, destemperados o no, incl. los concretos o absolutos	781,888	2,213,590	320,108	-85.54%	4%
330129	Aceites esenciales, destemperados o no, incl. los concretos o absolutos (exc. de agrios cítricos, de geranio, de jazmín, de lavanda espliego, de lavan	2956.2	9931.41	14,025	41.21%	0%

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

6. Acceso al Mercado

Acuerdos Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdo comercial entre Perú y la Unión Europea (www.acuerdoscomerciales.gob.pe)
Aranceles	<ul style="list-style-type: none"> Se han establecido aranceles de acuerdo al tipo de producto, los cuales pueden ser revisados aquí : Aranceles Perú-UE
Otros Impuestos	<ul style="list-style-type: none"> La regulación principal que se aplica a la importación de cosméticos y su envase en la Unión Europea es el reglamento de cosmética (Kosmetikverordnung 1223/2009) Es de 20%
Estándares	<ul style="list-style-type: none"> Mayor información sobre la normativa, legislación y acuerdos comerciales vigentes la unión Europea , se puede encontrar en el siguiente link: Export Help Desk

7. Canales de Comercialización / Empresas con Presencia en el Mercado

7.1 Los canales de distribución vigentes

- En el caso de ingredientes naturales es importante que la entrada al mercado se haga a través de un importador/Distribuidor o directamente por el comprador.
- Para el caso de aceites y esencias, estos productos tienen cadenas de suministro complejas atravesando diferentes procesos. Los aceites refinados pueden ser utilizado directamente en los cosméticos. Sin embargo, una gran proporción de aceites se transformará en derivados, tales como emulsionantes, tensoactivos y otros, el procesamiento de los aceites se lleva a cabo predominantemente por la industria europea, ya sea en Europa o en el país de origen.

- A menudo los grandes fabricantes de cosméticos compran sus productos directamente de los productores, sin embargo, las medianas y pequeñas empresas trabajan a través de distribuidores.

8. Tendencias y Perspectivas del Sector

- Alemania se encuentra entre los mercados líderes y madures en la UE p
- En cuanto a las tendencias del sector de belleza y cuidado personal en Alemania, destaca la individualización de productos con características específicas y la segmentación por edad, sexo y necesidades específicas.
- Productos cosméticos destinados al público masculino, productos para adolescentes a un menor costo, líneas funcionales con propiedades anti-envejecimiento para mujeres maduras son algunos nichos de mercado con oportunidades en Alemania.
- Las líneas de productos se amplían para atender necesidades específicas de los clientes, este aumento de la oferta es consecuencia de una economía estable y a un aumento en el gasto del cliente.
- Sin duda la categoría donde se ofrecen mayores oportunidades para los ingredientes cosméticos son las relacionadas a cuidado de la piel, debido al gran número de innovaciones y nuevos lanzamientos cada año

9. Principales distribuidores e importadores de ingredientes Cosméticos en Alemania:

- Dr. Hauschka (Importadores de materia prima)
- WELEDA (Importadores de materia prima)
- LAVERA
- LOGONA
- SANTE

10. Eventos Comerciales

Nombre del Evento	Ciudad	Fecha	Enlace	Part .de PROMPER U
BIOFACH + VIVANESS	Nuremberg, Alemania	10.02.-13.02.2016	www.vivaness.de	
FIBO	Colonia, Alemania	06.04.-09.04.2017	www.fibo.com	
VEGGIE & FREI VON / STUTTGARTER MESSEHERBST	Stuttgart, Alemania	18.11.-20.11.2016	www.messe-stuttgart.de/veggie	

Fuente: AUMA

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

11. OCEX

Oficina Comercial de Perú en Santiago de Chile	Gycs Manuel Gordon Calienes
Dirección	Schauenburgerstr. 59; 20095 Hamburg
E-Mail	ggordon@mincetur.gob.pe