

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS

## Ficha Sectorial: Chile

MDV – Cosméticos y Productos de Higiene Personal



# Chile

## 1. Datos generales

<b>Nombre oficial</b>	República de Chile
<b>Capital</b>	Santiago de Chile
<b>Idioma</b>	Español
<b>Moneda</b>	Peso Chileno
<b>Población (2016)</b>	18 Millones

Fuente: World FactBook

Elaboración: PROMPERU

## 2. Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016*
Crecimiento PBI (%)	1.9	2.3	2.5
PBI Per cápita (US\$)	14,480	13,331	13,207
Tasa de Inflación (%)	4.4	4.4	3.7

Fuente: FMI

Elaboración: PROMPERU

(\*) Datos estimados

## 3. Información de sector en Chile

De acuerdo a la Cámara Cosmética de Chile, esta industria es mucho más importadora que productora o exportadora. Así en 2015, las exportaciones al exterior de estos productos alcanzaron US\$ 62 millones contra US\$ 699 de importaciones.

No obstante, se está viendo un desarrollo, por parte de algunas empresas del sector, en cuanto a oferta internacional, sobre todo de productos y/o ingredientes que utilizan plantas o vegetales propios de ese país (rosa mosqueta, aceite de emú, etc.).

## 4. Importaciones Mundiales

De acuerdo a cifras de TRADEMAP, las importaciones chilenas de los productos cosméticos y de higiene personal<sup>1</sup>, sumaron US\$ 699 millones en 2015, sufriendo una caída de 2,9% respecto al año previo. Esta caída se puede explicar por menores compras desde países latinoamericanos como Argentina (-US\$ 4 millones) y Brasil (-US\$ 5 millones). Perú ocupó la posición Nro. 9 a nivel mundial como proveedor chileno con 3% de participación.

Por otro lado, se debe señalar los importantes crecimientos que han tenido países como Filipinas (+US\$ 3 millones), Uruguay (+US\$ 3 millones), Países Bajos (+98.1%), y Panamá (+40.7%). En el caso de Filipinas fueron los desodorantes corporales los de mayor venta, y en el caso de los tres restantes fueron los perfumes y aguas de tocador.

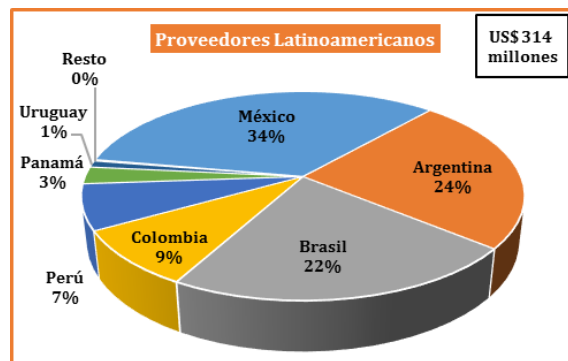
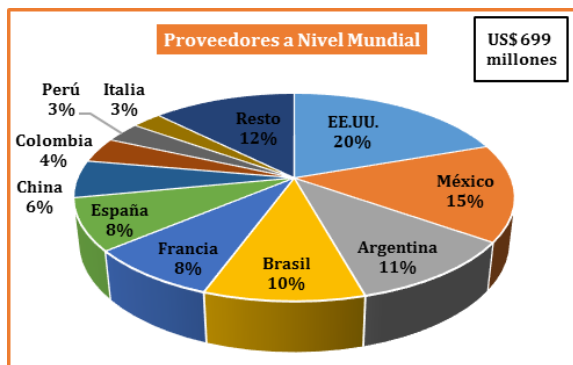
**Tabla Nro. 1: Ranking de Productos Importados por Chile - Cosméticos (US\$ millones)**

HS 6	Descripción	2013	2014	2015	Var. (%) 15/14	Part. (%) 15
	<b>Total</b>	<b>762</b>	<b>720</b>	<b>699</b>	<b>-2.9</b>	<b>100</b>
330300	Perfumes y aguas de tocador	217	186	192	3.0	27
330499	Demás preparaciones de maquillaje	98	104	93	-11.1	13
330590	Demás preparaciones capilares	97	79	80	1.2	11
330720	Desodorantes corporales y antitranspirantes	72	72	69	-4.1	10
330510	Champús	73	64	68	6.3	10
330610	Dentífricos	36	47	36	-23.4	5
330420	Preparaciones para el maquillaje de los ojos	22	20	20	0.1	3
330790	Demás preparaciones para perfumar o desodorantes de locales	9	11	20	77.1	3
340111	Jabón de tocador (incluso los medicinales)	27	24	19	-23.1	3
330410	Preparaciones para el maquillaje de los labios	20	18	17	-2.3	2
340119	Demás jabones, productos y preparaciones orgánicas tenso activas	7	11	16	47.7	2
330430	Preparaciones para manicuras o pedicuros	17	18	16	-10.7	2
481820	Pañuelos y toallitas de pasta de papel	20	20	12	-40.0	2
	Resto	47	45	41	-8.6	6

Fuente: TRADEMAP

Elaboración: PROMPERU

<sup>1</sup> Para el presente análisis se tomaron en cuenta las siguientes partidas nacionales: 3303000000; 3304100000; 3304200000; 3304300000; 3304910000; 3304990000; 3305100000; 3305200000; 3305300000; 3305900000; 3306100000; 3306200000; 3306900000; 3307100000; 3307200000; 3307300000; 3307900000; 3401100000; 3401191000; 3401199000; 3401200000; 3401300000; 4818200000; 4818900000.



Fuente: TRADEMAP | Elaboración: PROMPERU

A continuación, se hace un comparativo del promedio arancelario de importaciones chilenas, de algunas sub partidas (HS6), entre Perú (PE) y otros países que se presentan mayor competencia: Estados Unidos (US), México (MX), Argentina (AR) y Brasil (BR).

**Tabla Nro. 2: Aranceles Promedio (%) a la Importación por Sub Partida Arancelaria (HS 6) - Chile**

HS 6	US	MX	AR	BR	PE
330300	0	0	0	0	0
330499	0	0	0	0	0
330720	0	0	0	0	0
330510	0	0	0	0	0
330420	0	0	0	0	0
330790	0	0	0	0	0
330410	0	0	0	0	0
330590	0	0	0	0	0

Fuente: Market Access Map | Elaboración: PROMPERU

## 5. Canales de comercialización<sup>2</sup>

En comparación con otras regiones, en América Latina, en donde el porcentaje de venta de productos de belleza y cuidado personal a través de la venta directa es en promedio de 25% del total del mercado, en Chile este canal representó aproximadamente el 15% en 2015. En ese sentido, el comercio minorista basado en las tiendas es el canal de distribución más relevante, gracias a la contribución en las ventas de las farmacias, parafarmacias y minoristas de belleza especializados.

De otra parte, según el Ministerio de Economía de Chile, 95% de las ventas de productos de salud se realizan a través de las tres principales cadenas de farmacias (Ahumada, Cruz Verde y Salcobrand), por lo que es fácil entender por qué este canal de distribución se ha ampliado a la belleza y la industria del cuidado personal. Estas tres cadenas, están ofreciendo una amplia variedad de productos de uso diario básicos tales como desodorantes y productos para la ducha y el baño a las variantes más específicas y de primera calidad, tales como los que se encuentran en el cuidado de la piel y cosméticos en general.

Adicionalmente, se debe remarcar, el hecho que empresas de venta directa, como AVON, conscientes de la situación del mercado y con la intención de mejorar su rendimiento, han establecido puntos de ventas al por menor en diversos centros comerciales, con el fin de complementar su estrategia de venta directa y atraer nuevos consumidores.

A continuación, se presentan las principales marcas, y las compañías que las fabrican, que gozan de la preferencia de los chilenos:

**Participación (%) de mercado chileno de cosméticos y productos de higiene personal (Marcas / Empresa)**

Marca	Empresa	2014	2015
Natura	Natura Cosméticos SA	4.3	4.3
Axe	Unilever Chile HPC Ltda	2.7	2.7
Dove	Unilever Chile HPC Ltda	2.7	2.7
Le Sancy	Unilever Chile HPC Ltda	2.4	2.4

<sup>2</sup> Euromonitor International

Ésika	Cosméticos Ebel SA	2.4	2.3
Colgate	Colgate -Palmolive Chile SA	2.1	2.1
Pantene	Procter & Gamble Ltda	2.1	2.1
Pepsodent	Uniliver Chile HPC Ltda	2.1	2.1
Simond's	Durandin SAI Laboratorios	2.0	1.9
Ballerina	Laboratorio Ballerina Ltda	1.9	1.9
Maybelline	L'Óreal Chile SA	1.8	1.8
Sedal	Uniliver Chile HPC Ltda	1.7	1.7
Gillette	Procter & Gamble Ltda	1.7	1.7
Garnier Fructis	L'Óreal Chile SA	1.7	1.6
Head & Shoulders	Procter & Gamble Ltda	1.6	1.6
Rexona	Uniliver Chile HPC Ltda	1.3	1.4
Ilicit	Cosmética Nacional SA	1.3	1.2
Nivea Body	Beiersdorf Chile SA	1.2	1.2
Vichy	L'Óreal Chile SA	1.1	1.1
Otros		61.9	63.9

## 6. Exportaciones Peruanas de Cosméticos y Productos de Higiene Personal hacia Chile

En 2015, las exportaciones peruanas de la línea analizada sumaron US\$ 101 millones, siendo los cinco principales mercados destinos latinoamericanos, que representan el 94% del total enviado al extranjero. En ese contexto, Chile ocupó la posición Nro. 3, con US\$ 17 millones, siendo el producto más demandado, y el de mayor recaudación, los perfumes y aguas de tocador.

Se debe indicar, además, que el número de empresas peruanas que realizaron envíos hacia el mercado sureño, por montos superiores a US\$ 1 000, ascendió a 30.

Tabla Nro. 3: Exportaciones Peruanas hacia Chile (US\$ miles)

Partida Nacional - Descripción	2013	2014	2015	Var. 15/14	Part. 15
<b>Total General</b>	<b>24,811</b>	<b>20,498</b>	<b>16,898</b>	<b>-17.6%</b>	<b>100%</b>
3303000000- Perfumes y aguas de tocador	11,245	9,113	7,872	-13.6%	47%
3304100000- Preparaciones para el maquillaje de los labios	2,174	2,013	1,605	-20.2%	9%
4818200000- Pañuelos, toallitas de desmaquillar y toallas	2,537	2,843	1,575	-44.6%	9%
3304990000- Demás preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel	2,726	2,019	1,378	-31.8%	8%
3304200000- Preparaciones para el maquillaje de los ojos	2,048	1,409	1,299	-7.8%	8%
3304910000- Polvos, incluidos los compactos	1,521	1,232	1,089	-11.5%	6%
3401110000- Jabón de tocador(inc. medicinal), en barra o trozos	10	255	586	129.3%	3%
3305100000- Champús	693	742	572	-23.0%	3%
3305900000- Demás preparaciones capilares	578	455	432	-5.1%	3%
3307200000- Desodorantes corporales y antitranspirantes	368	232	207	-10.7%	1%
3306100000- Dentífricos	0	19	96	417.5%	1%
3401200000- Jabón en otras formas	9	9	54	470.2%	0%
Resto	901	158	133	-15.6%	1%

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

## 7. Tendencias

- Debido al buen desempeño de la economía chilena, en los últimos años, los consumidores chilenos han tenido acceso a productos de mayor valor añadido, contribuyendo a la innovación y promoviendo un mercado de amplio crecimiento mucho más competitivo.
- El incremento del número de mujeres que trabajan, ha llevado a un incremento en las ventas de estos productos. Y es que, las mujeres se han dado cuenta de la importancia de cuidar su apariencia personal para un mayor reconocimiento profesional, además de la satisfacción personal.
- Búsqueda de tratamientos anti envejecimiento, debido al aumento de la edad media de la población.
- Mayor sofisticación del consumidor, lo que ha generado nuevas oportunidades al mercado de venta al por menor.
- Altas oportunidades se encuentran para productos para el baño, maquillajes, fragancias, protección solar, productos para caballeros y productos Premium.
- Además, gracias a la valorización del concepto de sostenibilidad y a que ha aumentado de manera considerable la preocupación por el medio ambiente, la preferencia de los consumidores por empresas con estos principios es mayor.

## 8. Acceso al mercado

<b>Acuerdos Comerciales Aranceles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigente desde el 02 de marzo de 2009, que constituye una ampliación del Acuerdo de Complementación Económica (ACE) Nro. 38 (<a href="http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe">www.acuerdoscomerciales.gob.pe</a>)</li> <li>• Aproximadamente, el 96% de las partidas arancelarias están libres de arancel (0%).</li> <li>• Por regla general, las importaciones están afectas a un pago de derecho ad valorem de 6% sobre su valor CIF. A ese valor se le debe añadir el 19% correspondiente al Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA). <a href="http://www.aduana.cl">www.aduana.cl</a></li> </ul>
<b>Otros Impuestos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De acuerdo a la Cámara de la Industria Cosmética de Chile (<a href="http://www.camaracosmetica.cl">www.camaracosmetica.cl</a>), las normas que regulan la comercialización de los productos en análisis son: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <a href="#">Código sanitario</a></li> <li>✓ <a href="#">Decreto 239 del Ministerio de Salud, del 20-06-2003, que aprueba el Reglamento del Sistema Nacional de Control de Cosméticos.</a></li> <li>✓ <a href="#">Resolución Nro. 5131 exenta del Ministerio de Salud, del 10-07-2006, que determina criterios para eximir Control de Calidad de Productos Cosméticos.</a></li> <li>✓ <a href="#">Decreto 189 del Ministerio de Salud, del 17-09-1964, que fija y nomina los Principios Activos Permitidos en Cosméticos Especiales.</a></li> </ul> </li> </ul>
<b>Estándares</b>	

## 9. Eventos Comerciales

Nombre del Evento	Ciudad	Fecha	Enlace	Participación PROMPERU
CCOSMOSALÓN	Santiago	Del 9 al 11 de abril 2016	<a href="http://www.cosmosalon.cl">www.cosmosalon.cl</a>	-

*Fuente: Portal Ferias* *Elaboración: PROMPERU*

## 10. OCEX

<b>Oficina Comercial de Perú en Santiago - Consejera</b>	Silvia Lilian Seperack Gamboa
<b>Dirección</b>	Avenida Los Militares 5001 - Of. 801- Las Condes. Santiago de Chile, Chile
<b>Teléfono</b>	56 22 7063560
<b>E-Mail</b>	<a href="mailto:sseperack@mincetur.gob.pe">sseperack@mincetur.gob.pe</a>