



Insumos naturales para la industria cosmética y alimentos funcionales: Oportunidades en Suiza y Francia.

Ms. Eco. Mónica Isabel Loayza Pinedo
Especialista en Inteligencia en Mercados
mloayza@promperu.gob.pe



26 de febrero de 2014
Lima, Perú



Contenido

- 1. Generalidades de los Mercados Francés y Suizo.**
- 2. Intercambio Comercial Perú – Francia y Perú -Suiza.**
- 3. Oportunidades comerciales para ingredientes naturales :**
 - Industria Cosmética (Francia) y Funcional (Suiza).**
 - Desarrollo de Productos.**
- 4. Conclusiones y recomendaciones.**

Información general de los mercados

Suiza

- 8 millones de habitantes
- PBI de US\$ 359 billones (2% de crecimiento).
- Ingreso per cápita anual de US\$ 44,900.
- Dos grandes pilares económicos: servicios e industria (71% y 27% del PBI).

Francia

- 66 millones de habitantes.
- 5° economía mundial y 2° Europea.
- PBI de US\$ 2.3 trillones (2% de crecimiento).
- Ingreso per cápita anual de US\$ 41,151.



Intercambio Comercial con el Perú

- Suiza y Francia ocupan los puestos 3 y 23, respectivamente, como mercados de destino del total de exportaciones.
- Casi la totalidad de las exportaciones hacia Suiza corresponde a envíos del sector minero.
- En el caso de Francia las exportaciones tradicionales tienen un 77% de participación.

Intercambio Comercial con Suiza



Intercambio Comercial con Francia



Fuente: SUNAT.

Elaboración: Inteligencia de Mercados-PROMPERU

Intercambio Comercial con el Perú

Millones de US\$ FOB

Exportaciones No Tradicionales hacia Francia				
SECTOR	2012	2013	Var. 12/13	Part. 13
TOTAL	184	186	1%	100%
AGROPECUARIO	83	81	-2%	44%
PESQUERO	52	61	17%	33%
SIDERO-METALURGICO	19	21	11%	11%
TEXTIL	15	13	-14%	7%
MADERAS Y PAPELES	5	5	-8%	2%
RESTO	10	5	-49%	3%

Exportaciones No Tradicionales hacia Suiza				
SECTOR	2012	2013	Var. 12/13	Part. 13
TOTAL	27	10	-64%	100%
METAL-MECÁNICO	4	3	-23%	36%
AGROPECUARIO	8	3	-64%	30%
TEXTIL	3	2	-37%	21%
VARIOS (inc. joyeria)	1	1	64%	9%
SIDERO-METALURGICO	10	0.3	-97%	3%
RESTO	0.5	0.1	-76%	1%

- Las principales productos exportados hacia Francia fueron: conchas de abanico, espárragos en conserva, laminas de zinc, alcachofas frescas, mangos frescos, paltas frescas, langostinos, etc.
- En el caso de Suiza fueron las partes de bombas de propulsión, mangos frescos, espárragos frescos, hilados y tejidos de lana de alpaca, entre otros.

Intercambio Comercial con el Perú

En US\$ FOB

Exportaciones de Biocomercio hacia Francia

RK	Producto	2012	2013	Var. 13/12
	Total	6,243,133	7,334,609	17%
1	<i>Quinoa</i>	276,477	2,701,371	877%
2	<i>Tara</i>	1,735,104	1,775,134	2%
3	<i>Cochinilla</i>	3,305,211	1,639,266	-50%
4	<i>Maca</i>	213,664	385,013	80%
5	<i>Sacha inchi</i>	257,044	287,698	12%
6	<i>Uña de gato</i>	239,744	248,687	4%
	Resto	215,890	297,439	38%

Exportaciones de Biocomercio hacia Suiza

RK	Producto	2012	2013	Var. 13/12
	Total	194,254	352,785	82%
1	<i>Tara</i>	84,506	264,000	212%
2	<i>Maca</i>	24,535	57,123	133%
3	<i>Sacha inchi</i>	37,009	23,136	-37%
	Resto	48,203	8,527	-82%

Intercambio Comercial con Perú

Marco general del TLC Perú – U.E.

- Vigente desde el 1° de marzo de 2013.
- Acceso preferencial para el 99.3% de nuestros productos agrícolas y para el 100% de nuestros productos industriales.

Marco general del TLC Perú – EFTA

- Con Suiza entró en vigencia el 1° de julio de 2011.
- Ingreso con arancel cero al 100% de productos industriales.
- Acuerdo Bilateral sobre agricultura

¡Atención a las restricciones para-arancelarias: Novel Food!



Oportunidades Comerciales



Febrero 2014



La Industria de Cosmética Natural en Francia

Descripción del sector

- El mercado mundial de cosméticos naturales asciende a 20,000 millones de euros, lo que representa 12 % del mercado total de cosméticos.
- El mercado francés de productos de cuidado personal es el segundo más grande de Europa. En 2012, representó 455 millones de euros, con una proyección de crecimiento para el 2013 es de 5.8 %.
- Se espera que para 2019, alcance un valor de 883 millones de euros. Lo que representará el 7.5 % del total del mercado de productos de cuidado personal en Francia.
- Es importante recalcar que los productores no necesariamente compran directamente ingredientes naturales, pues pueden hacerlo a través de terceros países.

La Industria de Cosmética Natural en Francia

Canales de Distribución y Comercialización

- Las tiendas especializadas son el principal canal de ventas (40% del mercado), seguidas de las Farmacias y Parafarmacias (33% de participación).
- Otros canales como los supermercados o las tiendas por departamento empiezan a distribuir estos productos.
- Adicionalmente, el comercio en línea, así como los llamados Concept Stores & Spas empiezan a convertirse en canales de cierta importancia.
- Grandes marcas de cosméticos ganan protagonismo en la cosmética natural: L' Oreal , Henkel, Beiersdorf cuentan con varias marcas en este segmento

La Industria de Cosmética Natural en Francia

Características del consumidor francés

- Consumidor maduro, exigente y bien informado.
- Incremento de consumo de productos con certificación orgánica y/o fairtrade y naturales.
- Aumento de consumo de alimentos exóticos y saludables.
- Seis factores que toman en cuenta:
 - ✓ Fórmula (Composición y eficacia del producto)
 - ✓ Tolerancia de la piel
 - ✓ Seguridad (conservación, toxicidad, etc.)
 - ✓ Placer (confort, aromas, sensaciones, etc.)
 - ✓ Etiquetado (reglamentación, información)
 - ✓ Precio



Oportunidades para productos peruanos en el mercado Francés



Aceite esencial de Sacha Inchi



Crema fortificadora para el cabello de maracuyá



Loción after-shave con Maca



Crema anticelulitis con Quinoa y té verde



Desodorante con aceite de copaiba



Crema para el cuerpo con esencia de palta

Alimentos Funcionales en Suiza

Descripción del sector

- Alimento Funcional: aquel que brinda un beneficio específico adicional que va más allá de los beneficios nutricionales de sus componentes.
- En el mercado suizo, los dividen bajo las siguientes categorías:
 - ✓ Preparaciones para lactantes
 - ✓ Alimentos dietéticos para fines médicos
 - ✓ Alimentos / complementos para deportistas
 - ✓ Alimentos para diabéticos
 - ✓ Complementos alimenticios
- No hay un sello o marca distintiva que los diferencie de los alimentos convencionales. Por lo que su compra se realiza en base al conocimiento que el consumidor tenga, ya sea del producto o de los ingredientes que contenga cada producto.
- Los actores principales dentro de este sector son las grandes multinacionales de alimentos.

Alimentos Funcionales en Suiza

Tendencias de Consumo

- Estilo de vida saludable, prestando especial atención a su nutrición.
- Creciente en el consumo de alimentos ecológicos.
- Aumento de interés por temas de sostenibilidad, incentivando un incremento en la demanda de productos orgánicos, comercio justo, y/o amigables con el medio ambiente.
- Del mismo modo, los productos “sin”, “libres de” o antialérgicos han presenciado un crecimiento considerable en los últimos años (Aprox. 25% de la población sufre de alergias e intolerancias).
- Dos perfiles de consumidores potenciales: los que buscan compensar una alimentación poco o nada saludable, y las personas especialmente preocupadas por su salud.



BIOSUISSE

Oportunidades para productos peruanos en el mercado Suizo



Aguaymanto cubierto de chocolate



Harina de maca



Galleta con harina de quinua y chispas de chocolate



Tostadas con harina de kiwicha



Capsulas de Superfrutas (contiene Camu Camu)



Bizcochuelo con harina de cañhua



Conclusiones y Recomendaciones



Inicio

Acuerdos Comerciales

Cómo exportar

Noticias

Estadísticas

Contáctenos



Buscar...

Primera Ronda de Negociaciones del TLC entre Perú y Turquía



¿Qué Acuerdos Comerciales tenemos?

En vigencia



Por iniciar en vigencia



En negociación



Se inició Primera Ronda de Negociaciones del TLC entre Perú y Turquía

Información sobre los mercados francés y suizo

www.siicex.gob.pe

SIICEX

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

09
2014

exportando.pe

¿Qué es el SIICEX? Preguntas Frecuentes Glosario Herramientas de Análisis Buscar Partida

Cinco años del APC Perú-EE.UU.



NUEVO

SERVICIOS AL EXPORTADOR

Ruta exportadora

Test Exportador

Regiones

Sectores Productivos

Calidad

Regulaciones

Acuerdos Comerciales

Estadísticas

Exporta Fácil

Directorios

Enlaces de Interés

Calendario de Actividades

Comuníquese

20 de febrero del 2014

Inteligencia de Mercados

Informes de las exportaciones por país

9 - 1

Recomendar 421

Twitter 34

PRODUCTO / MERCADO

Búsqueda de producto

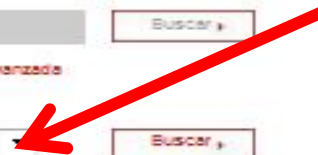
Buscar

[Lista Completa](#) | [Búsqueda Avanzada](#)

Búsqueda por mercado

Buscar

Seleccionar mercado



FACILITACIÓN DE EXPORTACIONES

- Documentos para Exportar
- Logística de Exportación
- Beneficios Aduaneros y Tributarios
- Herramientas Financieras

CAPACITACIONES

- Capacitaciones Organizadas por PROMPERU
 - Miércoles del Exportador
 - Talleres Especializados ADOO-PERU
 - Programa Exporta Perú - PLANEX
- Aprendiendo a Exportar
 - Guía Interactiva
 - Flujo Exportador

ESTUDIOS Y PERFILES DE MERCADO

Ingrese el nombre del Estudio a buscar:

Ver

[Búsqueda Avanzada](#)



INGRESO

USUARIO

CLAVE

Ingresar



Muchas gracias

Ms. Eco. Mónica Isabel Loayza Pinedo
Especialista en Inteligencia en Mercados
Promperú



Febrero 2014

