



BICENTENARIO
PERÚ 2021

Webinar Exportador

Pilar Cárdenas

Especialista de Mercados

2021

Seminarios Virtuales Especializados

El mercado de cosmética en Corea del Sur y Japón

Lima, 25 de agosto de 2021



Temario – Corea del Sur

- Características de la industria cosmética en Corea del Sur.
- Análisis de la demanda de ingredientes.
- Análisis comercial del sector cosmético para los ingredientes peruanos.
- Requisitos de acceso al mercado coreano.



CARACTERÍSTICAS DE LA INDUSTRIA COSMÉTICA COREANA

- Ha desarrollado un concepto propio de belleza: el “K-Beauty”
- Los productos dirigidos al público consumidor tienen un fuerte enganche en su origen coreano.
- Es una industria con gran énfasis en la innovación, con una alta inversión en I+D.
- Ha instalado en los consumidores un método específico para el uso de sus productos, bajo el concepto de que el cuidado de la piel es prioritario (“Skincare First”).
- Incluye productos de cosmética tanto femenina como masculina.

Mitos de la cosmética coreana



Isla Jeju



Montañas de Gyeongju

Cosmética femenina y masculina



"Real Men Don't
Wear Makeup...
**JUST
BB CREAM**"

Dandy Guy Moisture BB Cream
SPF30 PA++

Moisturizing, Natural Color and Coverage.
Oil controlling silky finish. No sticky feel.

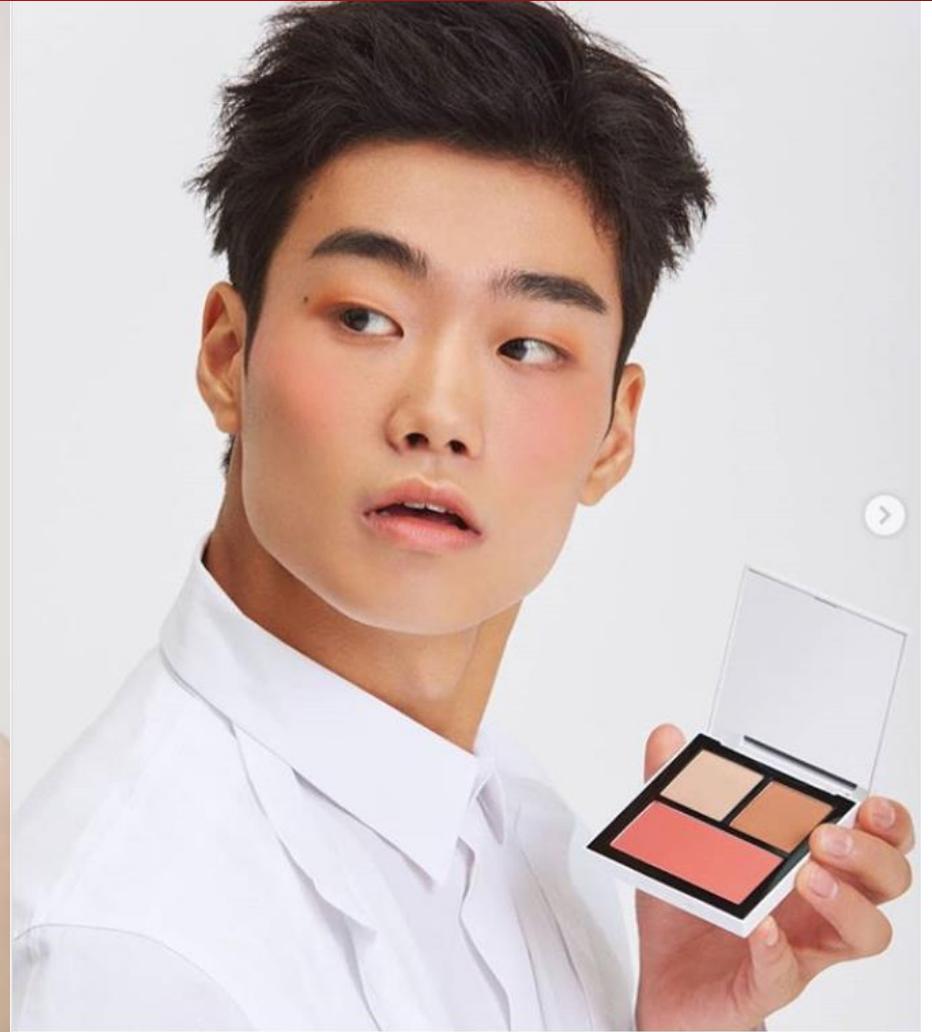
DANDY GUY
MOISTURE
BB Cream
[SPF30 PA++]
TONYMOLY



El método coreano de cuidado de la piel



Resultado final



El mercado coreano en cifras

	2018 (MM U\$)	Crecimiento anual	2023 (MM U\$)	Crecimiento proyectado
Ingredientes	2,915	3.1%	3,560	22,1%
Cosméticos	13,253	3.7%	17,151	29.4%

El mercado coreano

Actores relevantes

- El mercado coreano es uno bastante concentrado, en donde sólo tres actores tienen una participación de un 59,8% del mercado.

Cuota de mercado del actor principal

- Amore Pacific es la compañía líder en el mercado de cosméticos de Corea del Sur, con una participación del 34.9 % del valor total del mercado.

Rivalidad de mercado

- La rivalidad y competencia dentro del mercado se evalúa como moderada, ya que los actores del mercado tienden a ser grandes, y el fuerte crecimiento del mercado de cosméticos en Corea del Sur durante el período de 2014 a 2018 contribuyó en cierta medida a aliviar la presión. El mercado de cosméticos de Corea del Sur es un mercado bastante consolidado, con 3 compañías que claramente dominan el mercado y que a su vez son los mayores compradores de ingredientes cosméticos.

Sectores del mercado de cosméticos

Sectores:

El mercado de **cosméticos** coreano está constituido por varios sectores:

- Fabricantes de materias primas
- Fabricantes de productos terminados
- Distribuidores del canal tradicional
- Distribuidores del canal online
- El sector del comercio minorista online y
- El sector de consumidores.

Sectores del mercado de ingredientes

Sectores:

El mercado de **ingredientes** está sectorizado en tres actores:

- Los importadores de materias primas, mayoritariamente filiales de transnacionales de la industria química,
 - Los formuladores locales dependientes, fabricantes químicos coreanos que son parte de los dueños de grandes marcas o actúan bajo su encargo, y
 - Los formuladores locales independientes, que fabrican compuestos y fórmulas a quien se los encargue, sin compromiso de exclusividad.
- La importación de ingredientes naturales se efectúa principalmente por actores locales y geográficamente sus orígenes preferidos se concentran en la región asiática.

Principales líneas de productos

Líneas de productos:

En el mercado coreano las principales líneas de productos son aquellos dedicados a:

- Cuidado de la piel: dominan el mercado, casi el 50% de participación
 - Fragancias y perfumes: % pequeño de mercado, pero con la mayor tasa de crecimiento (6.44%)
 - Cuidado del cabello
 - Maquillaje
 - Cosméticos masculinos
 - Otros cuidados menores
- Aunque se estima que los productos para el cuidado de la piel y el cabello crecerán a un ritmo más lento, este tipo de productos seguirán dominando en el mercado de Corea del Sur.

Proyección de mercado, por tipo de ingrediente

Corea del Sur, Proyección de Mercado por Tipo, U\$ millones 2019- 2025

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	TCAC (%)
Cuidado de la piel	6,573.5	6,946.0	7,314.8	7,667.4	7,994.4	8,246.2	8,463.4	4.30%
Maquillaje	2,383.4	2,535.0	2,690.3	2,840.2	2,986.0	3,103.9	3,206.6	5.07%
Fragancias y perfumes	604.5	653.9	703.2	751.0	795.8	837.8	879.2	6.44%
Cuidado del cabello	1,432.4	1,516.6	1,600.4	1,680.9	1,756.1	1,815.1	1,866.7	4.51%
Cosmética masculina	1,139.9	1,222.8	1,305.6	1,387.4	1,464.7	1,531.5	1,595.0	5.76%
Otros	1,667.0	1,787.5	1,909.8	2,033.8	2,154.0	2,252.8	2,343.9	5.84%
Total	13,800.7	14,661.9	15,524.0	16,360.8	17,151.	17,787.3	18,354.7	4.87%

Fuente: OG Analysis

El mercado de ingredientes para la industria cosmética

Categorías:

- Las principales categorías para clasificar los ingredientes cosméticos son dos:
- **Ingredientes sintéticos**
- **Ingredientes orgánicos**
- Los ingredientes sintéticos son hoy los insumos dominantes en el mercado coreano.

Tipos:

- Tensioactivos y surfactantes
- Polímeros acondicionadores
- Emulsionantes
- Emolientes
- Antimicrobianos
- Absorbentes de rayos UV
- Antioxidantes y conservantes
- Modificadores reológicos
- De la oferta de ingredientes peruanos, son competitivos los que tienen propiedades para el cuidado de la piel, en las categorías de emolientes (por ej.: **aceite de chía y de sacha inchi**), polímeros acondicionadores (p.ej.: **extracto de camu-camu**) y modificadores reológicos (p.ej.: **goma de tara**).

Importaciones de Corea del Sur, desde Perú

Descripción Partida Aduanera	US\$ FOB 2019	US\$ FOB 2020	US\$ FOB 2021
3203002100 CARMIN DE COCHINILLA.	1,265,221	1,166,910	815,725
3205000000 LACAS COLORANTES	331,725	314,711	469,225
3203001400 MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL DE ACHIOTE	193,333	197,130	162,368
3203001600 DE MAÍZ MORADO (ANTOCIANINA)	122,109	58,650	60,400
1515900090 LOS DEMÁS GRASAS Y ACEITES VEGETALES	41,640	17,245	4,490
1301909090 LAS DEMÁS GOMAS EXCEPTO GOMA ARÁBIGA	1,400	-	-
1804001100 MANTECA DE CACAO CON UN ÍNDICE DE ACIDEZ EXPRESADO EN ÁCIDO OLEICO INFERIOR O IGUAL A 1%	-	3,886	-
Total	1,955,428	1,758,532	1,512,208

Análisis de la demanda, 1

Demanda de ingredientes

Principales ingredientes en el mercado:

- Los ingredientes cosméticos más comercializados en el mercado coreano son los que se ocupan en la elaboración de cremas y lociones para el cuidado de la piel.
- En especial se venden los que son parte de la formulación de las “BB creams”, seguidos de aquellos ingredientes destinados al cuidado del cabello.
- Estos ingredientes hoy son más de un centenar y su número crece rápidamente, en la medida en que los fabricantes van añadiendo nuevas formulaciones a sus catálogos de oferta.

Análisis de la demanda, 2

Demanda de ingredientes

- Los principales ingredientes naturales ocupados por los fabricantes coreanos, según su nombre INCI son los siguientes:
 - Extracto de hojas de Camellia sinensis
 - Polvo de hojas de Camellia sinensis
 - Extracto de Glycyrrhiza Glabra
 - Extracto de semillas de Glycine Soja
 - Beta-caroteno de Helianthus annuus
 - Aceite de semillas de Punica Granatum
 - Aceite de semillas de Camellia japonica
 - Aceite de semillas de Helianthus annuus
 - Benzil Alcohol
 - Ácido sórbico
 - Ácido salicílico

Percepción de los productos peruanos

- Los importadores coreanos no tienen un conocimiento cercano y específico de los ingredientes cosméticos de origen peruano.
- Esto ocurre, entre otras razones, por la lejanía geográfica del Perú y la distancia cultural no sólo respecto del Perú sino de Latinoamérica en general.

Análisis comercial para los ingredientes peruanos

Variedades y Formas de Presentación

- No difieren mucho respecto de las que se pueden encontrar en Europa o los EE.UU., con excepción del auge de las llamadas “BB Creams”.
- Por la relevancia de los productos para el cuidado de la piel y el rostro en el mercado coreano, los ingredientes que logren ser utilizados en este tipo de productos se verán beneficiados en mayor medida, tanto del tamaño del mercado como del dinamismo de su crecimiento.
- El Perú posee algunos ingredientes que pueden ser ocupados por la industria cosmética, los que deben sortear la tradicional tendencia de los fabricantes a ocupar ingredientes locales o de origen asiático.



Canales de distribución y costos

Canales de Distribución

- **Rutas de Acceso**

- Son básicamente dos: transporte aéreo y transporte marítimo
- De las actuales exportaciones de ingredientes cosméticos peruanos a Corea del Sur, el **79.7%** se efectúa por vía aérea y el restante **20.3%** por vía marítima.

Costos Logísticos Aproximados			
Marítimo (U\$)		Aéreo (U\$)	
1.162/1.640	FCL 40'	1.980/2.400	Pallet 200kg/1m2

- Las tarifas aéreas dependen de la relación peso/volumen de la carga a transportar, por lo que su variabilidad de precios es mayor. Las tarifas de carga aérea se calculan en base al volumen, usando como medida estándar los 1,26 metros cúbicos que se pueden cargar en el pallet de un avión, con un peso estimado máximo de 210 kg por pallet.

Canales de comercialización y precios, 1

Canales de Comercialización

- Los canales de comercialización a público son diferentes de los canales de comercialización de los ingredientes cosméticos.
- Los sitios de venta B2B online de ingredientes naturales no son utilizados por los principales actores del mercado.
- Los canales de compra de las grandes empresas se establecen en redes de contacto industrial, se construyen a través de visitas a los actores específicos del mercado y están influidos por el nivel de conocimiento de los tomadores de decisión.
- Los compradores prefieren ingredientes de orígenes conocidos, de países en los que antes han efectuado visitas e inspecciones a las fuentes de producción y de proveedores con quienes han desarrollado relaciones de confianza.

Análisis FODA del mercado de cosméticos, 1

Fortalezas

- Presencia importante de “beauty influencers” como factores que promueven el crecimiento del mercado cosmético y por consecuencia, el de sus ingredientes.
- Gran demanda mundial para la exportación de sus productos cosméticos, siendo hoy China el principal país importador de productos coreanos.
- Uso de embalajes innovadores para los productos cosméticos, tanto en su diseño como en sus materiales, que promueven el crecimiento del mercado.
- El crecimiento de nuevos canales de distribución que fomenta el crecimiento del mercado. El comercio electrónico y las tiendas libres de impuestos han contribuido significativamente al crecimiento del mercado.
- Aumento de canales de publicidad innovadores y personalizados.

Análisis FODA del mercado de cosméticos, 2

- **Debilidades**

- Ralentización de la tasa de crecimiento de ventas de los productos para el cuidado de la piel y del cabello.
- Gran presencia de productos cosméticos falsificados.
- Ciertas marcas europeas, estadounidenses y australianas se consideran más premium que los productos cosméticos nacionales del segmento estándar.
- Mercado consolidado, con 4-5 empresas concentrando la mayor participación de mercado.

Análisis FODA del mercado de cosméticos, 3

- **Oportunidades**

- Creciente demanda de productos de protección solar, especialmente para bebés y niños.
- Alta tasa de crecimiento para productos dedicados al cuidado de las manos y labios.
- Preferencia marcada y creciente de los consumidores hacia las compras en línea. El aumento de los teléfonos inteligentes y el crecimiento de la penetración de Internet también han contribuido significativamente al aumento de las compras en el comercio electrónico.
- Población femenina y también masculina altamente orientada para la compra de productos de belleza.
- Empresas que ofrecen productos de marcas de cosméticos internacionales a un precio reducido, para ganar presencia en el mercado de Corea del Sur.

Análisis FODA del mercado de cosméticos, 4

- **Amenazas**

- Lento crecimiento observado en la economía de Corea del Sur.
- Evolución negativa de la disputa comercial entre Estados Unidos y China, dado que China es uno de los principales importadores de productos cosméticos coreanos.
- Tasas de cambio volátiles de la moneda coreana, que desafían el crecimiento del mercado de exportación.

Acceso y Regulaciones del mercado coreano

Medidas Arancelarias

- Los aranceles que afectan el comercio entre el Perú y Corea del Sur están regulados en el TLC de marzo de 2011. La lista de productos incluidos en este Tratado y sus detalles se encuentran en:
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=80&Itemid=103
- Los ingredientes naturales para la industria cosmética están catalogados en distintas categorías y con distintos plazos de desgravación, según su origen, tipo y cualidades. Por el tiempo transcurrido, hoy los ingredientes cosméticos peruanos están en situación de entrar al mercado coreano con arancel cero.
- Recomendamos tener cuidado al categorizar según el código arancelario SA. Esto podría generar problemas en la exportación de la manteca de copoazú, ya que la traducción usual al inglés para el término “manteca” en el SA es “butter” y en la lista del TLC con Corea del Sur los productos “butter” están gravados con un 8% a un 89% y con plazos de desgravación entre 10 y 16 años.

Acceso y Regulaciones del mercado coreano, 2

Documentación

La siguiente documentación es necesaria para exportar a Corea del Sur:

- **FACTURA COMERCIAL**
- **CERTIFICADO DE ORIGEN**
- **LISTAS DE EMBALAJE**
- **CONOCIMIENTO DE EMBARQUE (BILL OF LADING)**
- **SEGURO MARÍTIMO**
- **DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN** (en idioma coreano)
- **DOCUMENTACIÓN ESPECIAL:** Para productos de origen natural se requiere información adicional, relacionada con la necesidad de documentación especial para productos alimenticios y agrícolas, incluidos certificados sanitarios, fitosanitarios y alguna otra documentación agrícola, dependiendo del producto específico.
- El Ministerio de Seguridad de Alimentos y Medicamentos (MFDS, por su sigla en inglés) proporciona información sobre los niveles máximos de residuos y los procedimientos de importación para productos alimenticios y agrícolas en su sitio web: <http://www.mfds.go.kr/eng>.

Acceso y Regulaciones del mercado coreano, 3

Regulaciones

- Los requisitos de acceso y las regulaciones del mercado de cosméticos están contenidos en la Korea Cosmetics Act, están disponibles en:
<http://www.law.go.kr/eng/engLsSc.do?menuId=1&query=COSMETICS+ACT&x=27&y=31>
- En Corea del Sur, los productos cosméticos se clasifican en dos categorías principales: 1) Cosméticos generales y 2) Cosméticos funcionales.
- **1) Cosméticos generales:**
 - Cualquier producto o artículo destinado a ser utilizado para esparcir, frotar, rociar o ser aplicado de otra manera al cuerpo humano, con el fin de limpiar, embellecer, promover el atractivo o iluminar la apariencia, o mantener o mejorar la salud de la piel y el cabello, que tienen efectos superficiales en el cuerpo humano. Se excluyen aquí los medicamentos.
 - Este tipo de cosméticos requiere de una autorización previa para su importación y venta, la que es otorgada por la **KPTA (Korea Pharmaceutical Traders Association)** luego de un proceso de revisión que demora generalmente una semana.
 - El **costo de este proceso es variable**, dependiendo de la cantidad de ítems que contenga la solicitud. El costo comienza en los U\$ 4 para una solicitud de un mínimo de 3 ítems, cargándose U\$ 0.70 por cada ítem adicional que se desee autorizar. Estos valores varían en función de la paridad cambiaria U\$/KRW.

Acceso y Regulaciones del mercado coreano, 4

Regulaciones

2) Cosméticos funcionales

- Son los cosméticos prescritos por la Ordinance of Korea Prime Minister (Ordenanza del Primer Ministro de Corea), que corresponden a cualquiera de los siguientes productos:
 - Productos que ayudan en el blanqueamiento de la piel.
 - Productos que ayudan a mejorar las arrugas en la piel.
 - Productos que ayudan a broncear la piel con suavidad o protegen la piel de los rayos ultravioletas.
- El **MFDS** se reserva el derecho de aprobar la venta de este tipo de cosméticos, a través de un proceso administrativo que toma **de 2 a 5 meses**, dependiendo de la calidad de los informes y análisis presentados por el solicitante. Este proceso tiene un costo de aproximadamente U\$ 170
- A partir del 30 de mayo de 2017 se eliminaron cuatro (4) categorías de los llamados cuasi-medicamentos (“quasi-drugs”) de las listas generales de cuasi-medicamentos y se reclasificaron como "**cosméticos funcionales**" debido a la expansión del alcance en la definición de cosméticos funcionales.

Acceso y Regulaciones del mercado coreano, 5

Cuestiones relativas al registro y aprobación:

- Una característica de la industria cosmética coreana es el carácter estratégico e identitario que se le otorga a la actividad. El concepto “K-Beauty”, junto con otras expresiones, conforman un núcleo de identidad y proyección de la cultura popular coreana en el mundo.
- Existen una serie de requisitos objetivos que dificultan el ingreso de competidores en la industria, especialmente si son extranjeros. Estos requisitos actúan en la práctica como restricciones para-arancelarias, aunque no es evidente que puedan oficialmente ser calificadas como tal.

Barreras de entrada:

- Todo trámite de inscripción de un producto o ingrediente **cosmético general**, que no sea una cuasi-droga, debe hacerse **obligatoriamente** a través de la KPTA (Korea Pharmaceutical Traders Association), en un proceso que, aunque nominalmente rápido, no está exento de problemas y baches a la hora de aprobar los test y pruebas de laboratorio.
- Todo trámite de inscripción de un producto o ingrediente **cosmético funcional** debe hacerse obligatoriamente ante el MFDS (Ministry of Food and Drug Safety), sin embargo en el sitio web del MFDS no existe ningún manual o guía que ayude a los interesados en la inscripción de este tipo de productos. Curiosamente en su sitio web sí hay manuales e instrucciones para la inscripción y testeo de medicamentos, cuasi-drogas o instrumental médico, pero hay ninguno referido a cosméticos o sus ingredientes.

Acceso y Regulaciones del mercado coreano, 6

Barreras de entrada,2:

- Todas las inscripciones y aplicaciones, informes y pruebas de laboratorio deben ser presentados ante las autoridades en idioma coreano, lo que obliga a los extranjeros a disponer de un equipo de traductores especializados para estos efectos.
- La KPTA y el MFDS no responden consultas, verbales o por escrito, a personas o empresas que no estén directamente involucradas en un proceso de inscripción ya iniciado, por lo tanto se hace muy difícil obtener orientaciones o lineamientos previos de parte de la autoridad.
- En Corea del Sur existe una serie de empresas que se dedican a asesorar y apoyar a quienes necesitan o desean registrar por su cuenta cosméticos o alguno de sus ingredientes, lo cual ubica a los requirentes en una especie de mercado cautivo.
- Entre las empresas importantes de este rubro se destacan FREYR (www.freyr solutions.com) y Blue Way (www.bluewaykorea.com), quienes incluso ofrecen testeos previos de los productos a registrar, para evitar rechazos de la autoridad una vez comenzado el proceso de inscripción.
- Una restricción adicional a las arriba señaladas la aporta la vigencia en Corea del Sur de la **GDPR/SKPI Act** (General Data Protection Regulation/South Korea Personal Information Act) que es una de las legislaciones de protección de datos más restrictivas del mundo. Esta legislación prohíbe en forma amplia y taxativa la circulación y/o difusión de formularios, documentos y cualquier dato de personas o empresas, bajo penas de cárcel efectiva y fuertes multas en dinero.

Acceso y Regulaciones del mercado coreano, 7

Trámites generales:

- **Registro en general:** antes de realizar cualquier operación comercial una empresa debe registrarse y declarar el tipo de negocio cosmético en el que desea participar. De acuerdo a la "Korea Cosmetics Act", una empresa que pretenda fabricar cosméticos deberá estar registrada específicamente como "fabricante", mientras que una empresa que pretenda importar cosméticos deberá estar registrada como "titular de una autorización de comercialización" de cosméticos.
- **Fabricantes o importadores** de cosméticos registrados en el MFDS pueden hacerlo en general sin disponer de un registro previo a la venta, pero están sujetos a supervisión de parte de la autoridad con posterioridad a la comercialización.
- **Los cosméticos funcionales** deben ser evaluados y testeados en su seguridad y eficacia y sólo pueden comercializarse con la aprobación del MFDS. Sin embargo, de conformidad con el artículo 30 de la "Korea Cosmetics Act", los cosméticos funcionales destinados únicamente a la exportación y que no se venden en el país pueden cumplir con las disposiciones impuestas por el país importador, sin perjuicio de lo estipulado en los artículos 8° a 16° de dicha ley.

Otras regulaciones: envases y etiquetado

Etiquetado de los productos cosméticos

- Elementos obligatorios en el etiquetado:
 - 1. Nombre del producto cosmético.
 - 2. Nombre comercial y dirección del fabricante o fabricante-vendedor.
 - 3. Detalle de todos los ingredientes utilizados en la fabricación del cosmético, excepto aquellos ingredientes prescritos por la Ordenanza del Primer Ministro de Corea, como por ejemplo los ingredientes traza que no son dañinos para el cuerpo humano.
 - 4. Volumen o peso del contenido.
 - 5. Número del lote de fabricación.
 - 6. Fecha de caducidad o fecha de vencimiento del producto, posterior a la fecha de apertura. La fecha de fabricación también se agregará cuando se ingrese la fecha de vencimiento posterior a la apertura.
 - 7. Precio del producto cosmético.
 - 8. Las palabras "cosmético funcional" en los casos en que se trate de cosméticos funcionales
 - 9. Precauciones de uso
 - 10. Otros asuntos que estén prescritos por la Ordenanza del Primer Ministro de Corea.
- Todas las etiquetas con publicidad falsa y/o engañosa que puedan engañar o inducir a confusión a los consumidores están prohibidas.

Otras regulaciones: envases y etiquetado

Otras regulaciones

- Otros decretos y regulaciones pueden encontrarse en los siguientes sitios:

En inglés:

- [Enforcement Rule of the Cosmetics Act \(No. 1405 of July 31, 2017\)](#)
- [Enforcement Decree of the Cosmetics Act \(No. 27827 of Jan. 31, 2017\)](#)

En coreano:

- [Enforcement Rule of the Cosmetics Act \(No. 1426 of Nov 17, 2017\)](#)
- [Enforcement Decree of the Cosmetics Act \(No. 27827 of Jan. 31, 2017\)](#)

- En Corea del Sur los envases de cosméticos están sujetos a regulaciones que dependen del tipo y destino del envase. Para estos efectos los envases de cosméticos se clasifican en:
 - a) Envases y empaques de seguridad:** envases y embalajes diseñados para niños menores de cinco años, con sistemas de seguridad para evitar la apertura del envase por niños.
 - b) Envases primarios:** envases que están en contacto directo con el contenido de los cosméticos y,
 - c) Envases secundarios (exteriores):** Embalajes para proteger el envase primario y adjuntar las etiquetas, folletos y avisos al consumidor.

Ferias y exhibiciones recomendadas

- **Ferias**

Las ferias y exhibiciones de la industria cosmética en la cual participa la mayoría de los actores de la industria coreana se encuentran en el Asia Oriental, dentro de las cuales las más importantes son:

- In-Cosmetics - Korea, Seúl.
 - K-Beauty & Cosmetics Show, Incheon.
 - Natural & Organics Products Asia, Hong Kong.
 - Cosmoprof Asia, Hong Kong.
 - Beauty World Japan West, Osaka.
 - Beauty & Fitness Asia, Karachi.
 - Professional Beauty Mumbai, Mumbai.
 - Professional Beauty Delhi, Nueva Delhi.
- De estas ferias las más relevantes para la participación de los exportadores de ingredientes cosméticos peruanos son las de Seúl, Incheon, Hong Kong y Osaka, en ese orden; ya que son las que registran mayor presencia de empresas coreanas.

Contactos institucionales y comerciales

Contactos Institucionales

Los principales contactos institucionales relacionados con el mercado de cosméticos coreano son los siguientes:

- Ministerio de Salud y Bienestar de Corea <http://www.mohw.go.kr/eng/>
- Ministerio de Seguridad de Alimentos y Fármacos <http://www.mfds.go.kr/eng/index.do>

Contactos Comerciales

Los principales contactos comerciales de la industria se agrupan en tres cámaras de comercio sectoriales, que son las siguientes:

- Korea Pharmaceutical Traders Association <http://www.kpta.or.kr/eng/main/main.asp>
- Korea Cosmetics Association <https://kcia.or.kr/home/main/>
- Korea Pharmaceutical and Bio-Pharma Manufacturers Association <http://www.kpma.or.kr/english/>

Conclusiones

- Los ingredientes peruanos para la industria cosmética, en especial los de origen amazónico o autóctono, son desconocidos en el mercado coreano.
- Este desconocimiento abarca tanto los compradores de la industria como los consumidores de productos finales.
- La compra de ingredientes en la industria es principalmente una **compra técnica**, influida por el nivel de conocimiento y confianza en el origen que tienen las empresas compradoras y los tomadores de decisiones de compra.

Conclusiones

- Para los compradores de ingredientes de la industria es importante **conocer el origen** del ingrediente que están comprando por la importancia que, a su vez, los consumidores le dan a la calidad y seguridad en el uso de los productos.
- Los ingredientes que hoy se exportan desde el Perú son una fracción ínfima del total de importaciones coreanas del rubro. Esto **es tanto una desventaja como una oportunidad** de mercado, ya que los consumidores coreanos están abiertos a considerar nuevas experiencias asociadas a productos novedosos, innovadores y de origen natural y ecológico.
- El mercado de cosméticos coreano es un mercado maduro, pero con oportunidades para los ingredientes peruanos, en especial para los que **aporten diferenciación significativa** en el producto final.

Conclusiones

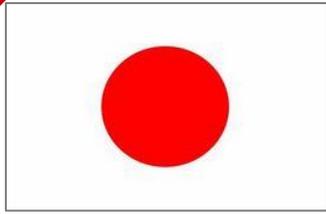
- Un obstáculo importante lo constituyen ciertas **barreras de entrada** “no oficiales” al ingreso de competidores extranjeros, basadas en normas culturales y en usos y costumbres que es necesario conocer previamente.
- Los **principales motores** (“drivers”) que impulsan el mercado son:
 - las estrategias de publicidad y marketing,
 - los canales de distribución diversificados,
 - las tendencias de los consumidores respecto de la apariencia física,
 - la asequibilidad de los productos cosméticos,
 - el aumento del PIB e ingreso per cápita en Corea del Sur y
 - el creciente envejecimiento de la población.
- El mercado cosmético coreano muestra un desarrollo creciente, tanto en el país como a escala mundial, por el conocimiento y prestigio que han ido ganando sus productos debido a la gran calidad que poseen.

Conclusiones

- Un elemento distintivo en este mercado es el método de limpieza y cuidado de la piel del rostro que usan las consumidoras coreanas, muchos más extenso y con el uso de más productos que sus pares occidentales.
- Existe una oportunidad especial para los ingredientes cosméticos funcionales debido al cambio y ampliación de esta normativa en las regulaciones coreanas, efectuado en 2017. Esto abre espacio para la venta de los **aceites de chía y de molle y el extracto de palo rosa**, entre otros.

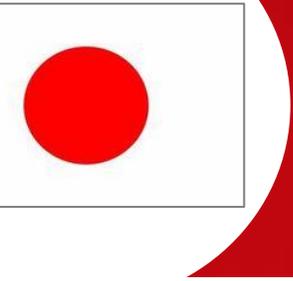
Principales compradores de ingredientes en Corea

- Los fabricantes coreanos que lideran la compra de ingredientes para la industria cosmética son los siguientes:
 - Amore Pacific Corp.
 - Able C&C Corp.
 - Hankook Cosmetics Corp.
 - LG Health Care Co.
 - Sinil Pharmaceutical Co., Ltd.
 - SungWun Pharmacopia Co., Ltd.
 - Wooridul Pharmaceutical Ltd.



Temario – Japón

- Definición y características de la industria cosmética en Japón.
- Análisis de la demanda general de cosméticos e ingredientes.
- Análisis del sector cosmético japonés para los ingredientes peruanos.
- Requisitos de acceso al mercado japonés.
- Conclusiones.



Características de la industria cosmética japonesa

La oferta de cosméticos en el mercado japonés.

- Un mercado muy maduro, pero con oportunidades para los ingredientes naturales peruanos.
- Es una industria muy innovadora, con alta inversión en I+D, pero rodeada de secretismo.
- Los consumidores(as) utilizan un método específico de muchos pasos para el uso de sus productos.
- Incluye productos de cosmética tanto femenina como masculina.

Definición de cosméticos en el mercado japonés

- La legislación japonesa entiende por productos cosméticos “los artículos con un efecto leve en la piel humana, pensados para ser aplicados a través de frotamiento, rociado o algún otro método, con el objetivo de limpiar, embellecer e incrementar el atractivo, alterar la apariencia o mantener la piel en buenas condiciones”.



Cosmética femenina y masculina



El mercado japonés

Actores relevantes

- El mercado japonés muestra madurez y bastante concentración, en donde tres actores tienen una participación de un 32,7% del mercado.

Cuota de mercado del actor principal

- **Kao Corporation** es la compañía líder en el mercado de cosméticos de Japón, con una participación del 13.8 % del valor total del mercado. Le siguen **Shiseido** y **Kosé**.

Rivalidad de mercado

- La rivalidad y competencia dentro del mercado se evalúa como alta, ya que los actores del mercado, aún siendo grandes, no tienen una posición dominante y la madurez del mercado obliga a una fuerte competencia por mantener, y si es posible, acrecentar su participación.
- El mercado de cosméticos de Japón es un mercado consolidado, con 10 compañías que claramente dominan el mercado desde 2015 y que a su vez son los mayores compradores de ingredientes cosméticos.

Las 10 empresas que dominan la industria

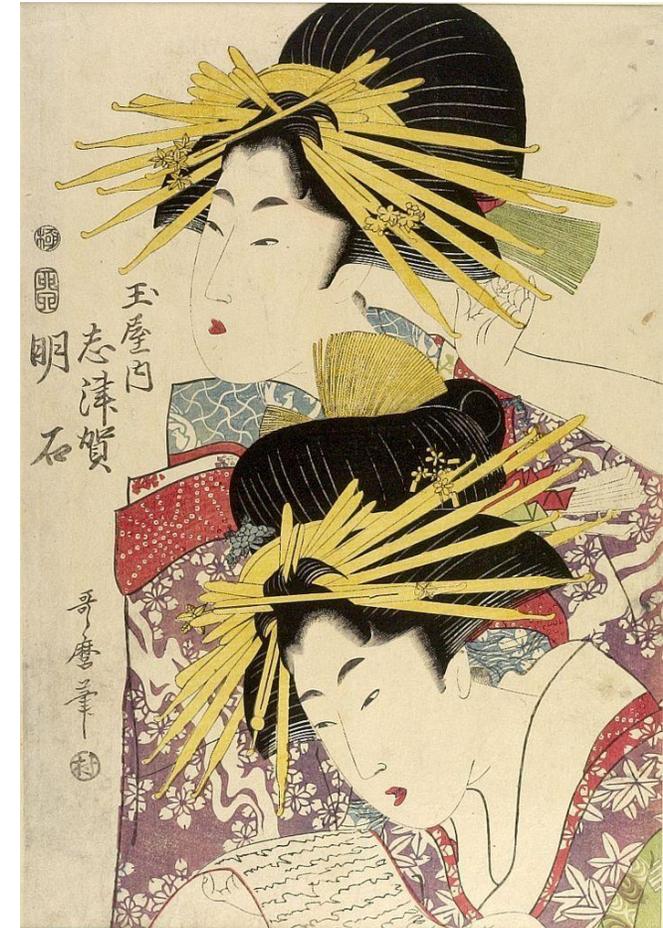


Sectores del mercado de cosméticos

Sectores:

El mercado de **cosméticos** japonés está constituido por varios sectores:

- Importadores y fabricantes de materias primas
- Fabricantes de productos terminados
- Cuatro canales de distribución
- El sector del comercio minorista, físico y online; y
- El sector de consumidores.



Canales de distribución

Canales de Distribución de cosméticos a público

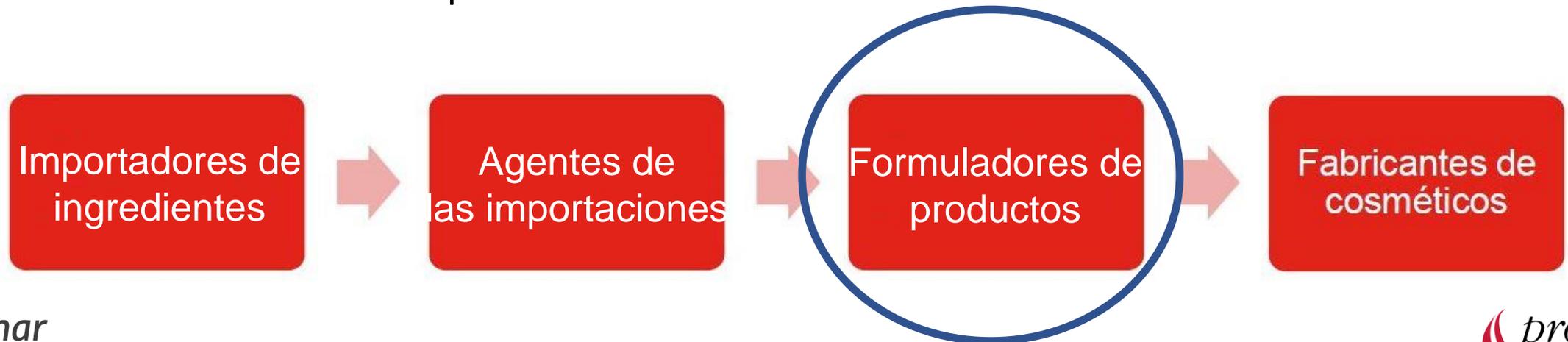
- Los canales de distribución en el mercado japonés son cuatro:
 - Grandes almacenes y tiendas especializadas
 - Perfumerías y tiendas de conveniencia
 - Ventas online y puerta a puerta
 - Canal de venta profesional, dirigido a los salones de belleza



Canales de distribución, 2

Circuito de Distribución de ingredientes cosméticos a la industria

- El circuito de distribución de ingredientes cosméticos consta de los siguientes actores:
 - Los importadores autorizados de ingredientes cosméticos
 - Los agentes y gestores administrativos de las importaciones
 - Los formuladores (profesionales) de productos cosméticos, y
 - Los fabricantes de productos cosméticos



Características del consumidor japonés

- **Muy exigente** en cuanto a calidad, seguridad y eficacia de los productos.
- **Preferencia** por el cuidado de la piel y la expresión de los ojos.
- **Detallista y preocupado** por el origen de los componentes del producto.
- **La forma es tan importante como el fondo:** el empaque de los productos impacta en la decisión de compra.
- **Celoso de sus derechos:** acostumbra a devolver productos que no le satisfacen.
- **Un porcentaje ya ha envejecido:** requiere productos específicos.

Principales líneas de productos

Líneas de productos:

En el mercado japonés las principales líneas de productos son aquellos dedicados a:

- Cuidado de la piel: dominan el mercado, con un 47% de participación
 - Maquillaje, cuota de mercado de un 17,8%
 - Cuidado del cabello, cuota de mercado de un 15,6%
 - Cosméticos masculinos
 - Otros cuidados menores
- Se estima que los productos para el cuidado de la piel y el cabello seguirán creciendo, independiente del contexto de pandemia, y este tipo de productos seguirán dominando en el mercado japonés.

Percepción de los productos peruanos

- Los importadores japoneses en general, no tienen un conocimiento específico de los ingredientes cosméticos de origen peruano.
- Sin embargo, el conocimiento del Perú y la relación histórica con Japón es un elemento cultural presente en la sociedad japonesa.
- Aunque el desconocimiento del mercado es grande, el buen posicionamiento del Perú en la mente del consumidor japonés puede ayudar en el esfuerzo de promoción.



Barreras de entrada al mercado japonés

- Existen barreras explícitas e implícitas.
- En términos generales, existen 3 barreras principales:
 - 1. **El idioma:** toda la documentación y los registros de mercado deben estar escritos en japonés.
 - 2. **Requisitos legales:** licencias de distinto tipo y conocimientos específicos, especialmente del alcance de la ley farmacéutica japonesa. Esto incluye no solo la formulación del ingrediente, sino también todos los documentos de respaldo, incluido si procede, el etiquetado del producto.
 - 3. **Preparación de formularios de solicitud:** toda la documentación y materiales, incluida la información del producto, el manual de uso del producto y si procede, los materiales de capacitación y las herramientas de promoción, que deben cumplir con los requisitos legales japoneses y con los usos y costumbres comerciales del país.



Ingredientes peruanos exportados al Japón

Descripción Partida Aduanera	US\$ FOB 2019	US\$ FOB 2020	US\$ FOB 2021
3203001400 MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL DE ACHIOTE	1,045,055	793,343	656,760
3203002100 CARMIN DE COCHINILLA.	829,473	589,945	329,929
1515900090 LOS DEMÁS GRASAS Y ACEITES VEGETALES	489,362	526,881	63,301
3205000000 LACAS COLORANTES	158,747	163,490	41,058
1516200000 GRASAS Y ACEITES VEGETALES, Y SUS FRACCIONES, HIDROGENADAS	7,020	-	-
1301909090 LOS DEMÁS GOMAS EXCEPTO GOMA ARÁBIGA	6,055	-	-
1804001100 MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO CON UN ÍNDICE DE ACIDEZ EXPRESADO EN ÁCIDO OLEICO INFERIOR O IGUAL A 1%	-	11,194	21,667
1302399000 LOS DEMÁS MUCÍLAGOS Y ESPESATIVOS DERIVADOS DE LOS VEGETALES, INCLUSO MODIFICADOS	-	-	346,000
Total	2,535,712	2,084,853	1,458,715



Acceso y Regulaciones del mercado japonés

Medidas Arancelarias

- Los aranceles entre el Perú y Japón están regulados en el Acuerdo de Asociación Económica (AAE) entre ambos países. La lista de productos incluidos en este Acuerdo se encuentran en: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=92&Itemid=115
- Los ingredientes naturales para la industria cosmética están catalogados en el AAE en distintas categorías y con distintos plazos de desgravación, según su origen, tipo y cualidades. A contar del 1 de abril de 2020 **todos los ingredientes** que a la fecha Perú exporta a Japón quedaron con arancel de 0%.
- Respecto de otros aceites, aceites esenciales, extractos y resinas, no hemos encontrado restricciones o aranceles que estén vigentes a la fecha, **con la sola excepción del aceite de maní**, producto que está excluido de la lista de exportación a Japón.



Acceso y Regulaciones del mercado japonés, 2

Documentación

La siguiente documentación es necesaria para exportar a Japón:

- a) **FACTURA COMERCIAL**, detallada; b) **CERTIFICADO DE ORIGEN**, en original; c) **LISTAS DE EMBALAJE**;
d) **CONOCIMIENTO DE EMBARQUE (BILL OF LADING)**; e) **PÓLIZA DE SEGURO, AÉREO O MARÍTIMO**;
f) **DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN** (en triplicado).
- **DOCUMENTACIÓN ESPECIAL:** Para productos de origen natural se requiere información respecto de la o las licencias para el uso de dichos productos en el mercado japonés. Esto está relacionado con la necesidad de documentación especial, incluidos certificados sanitarios, fitosanitarios y otros documentos, que dependen de la naturaleza específica del producto.
- Mayor información respecto de las regulaciones la proporciona el Ministerio de Salud de Japón (Ministry of Health, Labour and Welfare): <http://www.mhlw.go.jp/english/index.html> y el Ministerio de Economía (Ministry of Economy, Trade and Industry): <http://www.meti.go.jp/english/index.html>
- La estricta regulación legal para la protección de datos en Japón nos ha impedido obtener muestras de los formularios sanitarios que se necesitan para este tipo de importaciones. Formularios generales de la Aduana japonesa se presentan en la siguiente lámina.

Ferias y exhibiciones recomendadas

- **Ferias**

Las ferias y exhibiciones de la industria cosmética japonesa hoy están con su realización pendiente de la evolución de la pandemia global del Covid-19.

La **Feria CITE** es la más atractiva, ya que es una feria especializada en ingredientes para la industria cosmética.

Estas tres ferias son:

- **CITE Japan** Organizador: Federation of Japanese Cosmetic Ingredients Associations
 - <https://www.citejapan.info/en/index.html>
- **Beautyworld Japan**, Organizador: Mesago Messe Frankfurt Corporation
 - <http://www.beautyworldjapan.com/tokyo/e/>
- **Cosme Tokyo** , Organizador: Reed Exhibitions Japan Limited
 - <http://www.cosmetokyo.jp/en/>

Conclusiones

- El mercado de cosméticos japonés es un mercado muy maduro, al cual es difícil acceder, pero en el cual existen oportunidades para la comercialización de ingredientes peruanos que aporten diferenciación significativa en el producto final.
- Hoy se exportan pequeñas cantidades de ingredientes naturales peruanos al Japón, lo que redundaría en un bajo conocimiento de éstos. Sin embargo hay espacio para crecer en nichos específicos del mercado, como el de consumidores mayores de 50 años, por ejemplo.
- Este bajo conocimiento abarca tanto los compradores de la industria como los consumidores de productos finales, sin embargo la marca país “Perú” es conocida en el mercado.
- La compra de ingredientes en la industria es principalmente una **compra técnica**, influida por el nivel de conocimiento y confianza que tienen las empresas compradoras y los tomadores de decisiones de compra, respecto del origen del producto.

Conclusiones

- Para los compradores de la industria es importante que el ingrediente cumpla con toda la normativa de la industria japonesa, no sólo en su origen sino también aguas abajo en la cadena de comercialización. Esto es, que los ingredientes cuenten con la debida certificación de origen, certificación orgánica o de comercio justo si procede, etc.
- Lo anterior porque, a su vez, los consumidores le dan gran importancia a la calidad y seguridad en el uso de los productos cosméticos, entendida como calidad organoléptica y seguridad en su uso.
- El mercado de cosméticos japonés es un mercado muy maduro, pero con oportunidades para los ingredientes peruanos, en especial para los que **aporten una diferenciación significativa** en el producto final.
- El nicho del cuidado de la piel en el segmento etario de los mayores de 50 años aparece como el mejor target de mercado para los ingredientes peruanos.

Conclusiones

- Los compradores de ingredientes de la industria cosmética se muestran abiertos a considerar la compra de ingredientes naturales peruanos, siempre que cumplieran con toda la normativa de la industria.
- El mercado cosmético japonés muestra un desarrollo pausado, tanto en el país como a escala mundial, y aunque aún no hay datos que den cuenta del efecto económico de la pandemia, por el conocimiento y prestigio que tienen sus productos, se estima que este mercado se recuperará a medida que se abran las fronteras y se retorne a una nueva normalidad.

Conclusiones

- Una ventaja para los ingredientes de origen peruano es la importancia que ha tenido la colonia japonesa en el desarrollo general del Perú. Los ingredientes cosméticos peruanos tienen bajo conocimiento, pero en Japón existe un buen conocimiento general del Perú y un aprecio por las relaciones históricas entre ambos países.
- Adicionalmente, el Acuerdo de Asociación Económica entre el Perú y Japón, suscrito en mayo de 2011 provee un marco de proyección importante para los ingredientes naturales peruanos, que puede ser aprovechado a través de acciones de promoción en las próximas ferias que se desarrollen en Japón.

Webinar Exportador

**Pilar
Cárdenas**

Especialista de Mercados

ccardenas@promperu.gob.pe

Seminarios Virtuales
Especializados

**Preguntas
y respuestas**