

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Nuevo Lanzamiento en Retail

Máscara facial a base de maíz morado en China



NUEVO LANZAMIENTO MÁSCARA FACIAL A BASE DE MAÍZ MORADO EN CHINA

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa china Shangai Yuemu Cosmetics Co., Ltd. Ha ampliado su línea de cosméticos a través de un novedoso producto. Se trata de una máscara facial exfoliante y suavizante hecha de maíz morado lanzada bajo la marca Mofashijia ('Máscara de la familia'). La máscara facial contiene extracto de maíz morado para reducir la pigmentación, aclarar y blanquear la piel; polvo de maíz morado y arcilla de caolín para eliminar suavemente la cutícula, la suciedad y las espinillas; vitamina B5 para nutrir y manteca de karité para estimular la regeneración de la piel. El maíz morado (también conocido como maíz azul), junto con todos los otros alimentos de color púrpura, como el camote púrpura y el ñame púrpura, se están volviendo popular en el mercado de alimentos y bebidas. En China, los consumidores creen que los alimentos de color oscuro son más nutritivos y saludables, ahora, la misma tendencia se traslada al segmento de cuidado de la piel. Actualmente el producto solo se comercializa en China y se encuentra disponible en su presentación de botes de vidrio de 125 ml al interior de una caja de madera.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Mofashijia
	Empresa manufacturera	Shangai Yuemu Cosmetics Co., Ltd.
	Precio	129 CNY ¹ / US\$ 19,93
	País de fabricación	China
	País de distribución	China
	Fecha de lanzamiento	Julio 2014

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución : China

De acuerdo a Euromonitor, en el 2015 la población de China alcanzó aproximadamente 1.4 billones de habitantes (un aumento de 110 millones en comparación con el 2000). Sin embargo, está creciendo a un ritmo menor. De igual modo, se estima que la política de un solo hijo que China adoptó en 1979 ha impedido unos 400 millones de nacimientos. Actualmente todas las parejas están autorizadas a tener dos hijos dado que se abandonó la política de un solo hijo en el 2015.

Por otro lado, en el 2015 los gastos de consumo per cápita ascendieron a CNY 18,714 (US\$ 3,005) y se espera que en términos reales crezca 7,3% en el 2016. Asimismo, se prevé que aumentará significativamente el gasto en bienes de salud y servicios médicos dado que la población de China está envejeciendo a un ritmo acelerado.

¹ CNY: Yuan Chino

Por otra parte, los consumidores jóvenes, nacidos en los años 1980 y 1990 están más dispuestos a gastar dinero en su cuidado facial a una edad más temprana, en comparación con las generaciones posteriores a 1970, principalmente debido a su creciente poder adquisitivo. Estos jóvenes priorizan los productos para el cuidado de la piel, tales como cremas hidratantes faciales, lo que en el 2014 llevó a un crecimiento en valor de hidratantes faciales superior al de los productos anti-edad por primera vez durante el periodo 2009-2014.

Con respecto a las máscaras faciales, éstas registraron un crecimiento en valor de 18% en el 2014, debido a la creciente aceptación del concepto de cuidado de la piel entre los ciudadanos y la necesidad de una mayor frecuencia de uso de mascarillas para alcanzar mejores resultados. Algunos consumidores incluso utilizan las mascarillas diariamente, para mantener el estado óptimo de su piel facial. Por otra parte, la premiumización de mascarillas con los ingredientes más exclusivos y generalmente más caros, también contribuyó al impulso en el crecimiento en valor.

En relación con los extractos de plantas o ingredientes herbarios, éstos son generalmente preferidos por los consumidores chinos dado que son considerados menos peligrosos que los ingredientes puramente químicos. Algunas marcas nacionales, incluyendo INOHERB, se han beneficiado de esta tendencia del consumo. Por otro lado, productos para el cuidado de la piel con una función de blanqueamiento mantuvieron su popularidad en el 2014, gracias a la búsqueda de los consumidores asiáticos por una tez clara y los consumidores chinos no fueron la excepción. Durante el periodo comprendido entre el 2009 y el 2014, los productos con una función de blanqueamiento disfrutaron de un aumento constante en su cuota de mercado de productos para el cuidado de la piel, dentro de la cual se incluyen: limpiadores, tónicos, hidratantes, anti-edad y mascarillas.

Se espera que la categoría cuidado de la piel crezca a una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) de 9% a precios constantes de 2014 durante el periodo 2014 – 2020, impulsada por la creciente demanda de los consumidores que buscan una imagen personal más saludable y pulcra. Se espera que un número mayor de consumidores desarrollen y adopten hábitos más completos de cuidado de la piel, que van desde la limpieza hasta la hidratación y la nutrición de la piel.

Por otro lado, debido al creciente ingreso disponible de los consumidores y su mayor conciencia respecto al cuidado de la piel, se prevé que opten por productos Premium con ingredientes únicos y que ofrezcan un efecto más evidente. Del mismo modo, se espera que estas tendencias de consumo sean la principal fuerza impulsora detrás del mayor valor esperado de la TCAC (a precios constantes de 2014) de cuidado de la piel en el período 2014 – 2020, superior a la experimentada entre el 2009 y el 2014.

Por último, se espera que las máscaras faciales disfruten de una TCAC de 16%, la más dinámica durante el período 2014 - 2020, debido a las crecientes necesidades de los consumidores de lograr un buen cuidado de la piel a través de tratamientos intensivos y que a la vez les permitan ahorrar tiempo, para lo cual el uso de mascarillas resulta particularmente beneficioso. Asimismo, es probable que nuevos ingredientes sean introducidos en las máscara faciales, tales como la Rhodiola rosea (hierba tradicional

china), entre otras. Además, se espera que las empresas locales introduzcan nuevas marcas y productos durante el período 2014 - 2020, sumándose a la extensa línea de máscaras de piel.

Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX la totalidad de exportaciones de maíz morado en el 2015 sumaron aproximadamente US\$ 2 millones, de los cuales 53,2% se envió en presentaciones diversas, 9,8% en molido y 9,0% en bebible. El principal destino de este producto fue Estados Unidos (50,4% de participación), seguido por Japón (12,7%), Corea del Sur (8,0%), Ecuador (7,1%) y España (4,8%). Sin embargo, aún no se registran exportaciones de maíz morado a China.

Exportaciones Totales de Maiz Morado		
Miles de US\$		
Presentación	FOB 2014	FOB 2015
Varios	1,037	1,205
Molido	133	223
Bebible	267	203
Filtrante	-	182
Resto	550	452
Total	1,987	2,265

Fuente: MAPEX - SUNAT