



## El mercado de cosmética natural en Alemania

Marzo 2015 Oficina Comercial en Berlín



### Un mercado en crecimiento con altas exigencias

Debido a la no existencia de estadísticas específicas sobre productos del sector de la cosmética natural, las cifras que se indican a continuación se refieren al intercambio comercial de aceites esenciales y resinoides, preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética (código 33 en TARIC).

- PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES** En cuanto a las importaciones de Alemania, Francia es el primer país proveedor con un valor de US\$ 2.196 mil en 2014. Le sigue Suiza con un valor de importaciones de US\$ 876.888. El tercer lugar, dentro de la UE, lo ocupa el Reino Unido con un monto de US\$ 757.003. Desde Italia, se importa cosmética con un coste de US\$ 577.893. El principal país proveedor fuera de la UE son los EE.UU., con un valor de US\$ 493.995, seguido por China con US\$ 140.104.
- EXPORTACIONES CHILENAS** Entre los años 2013 y 2014, las importaciones chilenas en Alemania han bajado de US\$ 209.000 a US\$ 28.000. La caída se encuentra sobre todo en los productos de mezclas de sustancias odoríferas, cuyas exportaciones fueron excepcionalmente altas en 2013. El valor de las exportaciones alemanas en Chile también bajó de 19.225 mil US\$ en 2012 a 15.251 mil US\$ en 2014.
- SITUACIÓN ARANCELARIA APLICABLE A CHILE** Mientras se cumpla con las normativas que se exponen posteriormente en este documento, no hay ninguna restricción de comercio o arancel para los artículos de cosmética natural entre Chile y Alemania, debido al Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea de fecha 1 de Febrero de 2003.
- ANÁLISIS Y COMENTARIOS** Mientras que el mercado de la cosmética clásica ha mantenido su nivel, el mercado de la cosmética natural ha crecido un 10% en el año 2014 con un volumen de ventas de más de mil millones Euro (1009 millones). Un 20% de las ventas a nivel mundial provienen desde la UE, con Alemania y Francia siendo los mercados más importantes.

#### PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

PAÍS	TOTAL US\$ 2014	CREC. % 2013 / 2014
FRANCIA	2.196.363	-3,6
SUIZA	876.888	+5,6
REINO UNIDO	757.003	-3,4
ITALIA	577.893	-16,4
EE.UU.	493.995	+4,8
POLONIA	305.459	-3,2
OTROS	2.143.577	+14,3

Fuente: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2015



## ■ La distribución y el consumo de cosmética natural en Alemania

En los últimos años, se ha observado un cambio en el mercado: las droguerías y las grandes cadenas comerciales han ganado participación en el mercado causando pérdidas dentro de los canales de distribución clásicos (farmacias, tiendas de productos biológicos y dietéticos, tiendas de productos naturales). La cosmética natural depende de compradores fijos quienes realizan el 84% del volumen y compran, en su mayoría, en el comercio especializado. La distribución y la creación de nuevas marcas comerciales, como por ejemplo la marca Alverde de la droguería dm, contribuyen al aumento de la red de compradores. Las nuevas marcas comerciales copan un 27% del volumen de venta y cuentan con precios de hasta un 30% más económico que las convencionales marcas fabricantes. Por eso, sólo las marcas fabricantes establecidas como Dr. Hauschka y Weleda se mantienen con éxito en el mercado.

### Droguerías:

Las droguerías representan el mayor canal de distribución de cosmética natural con un 38,6 por ciento de volumen de ventas, siendo el resultado de una mezcla entre lo que se considera una farmacia en Latinoamérica, con productos cosméticos, perfumería y medicinas, y un supermercado con productos alimenticios, artículos domésticos y de moda. Droguerías como *DM*, *Rossmann* y *Ihr Platz* son un concepto de mercado muy apreciado y demandado por la sociedad alemana que no solamente ha impulsado la democratización de las marcas y productos cosméticos naturales sino que ha aumentado la difusión, el crecimiento y la popularidad de productos cosméticos naturales, ofreciendo productos de alta calidad con marca propia como *Alnatura* y *Lavera* a precios moderados para un público amplio. Marcas como *Alverde* y *Lavera* incluyen maquillaje, líquido de rehidratación, crema para los ojos, delineador de ojos y labios, sobra de ojos, manicura y lociones para el cuerpo.

### Tiendas de productos biológicos:

Ejemplos de marcas cosméticas naturales, ofrecidos por tiendas biológicas como Bio Company, Alnatura, Denn's y Basic son entre otros *Luvos*, *Dr. Hauschka*, *Primavera*, *Santaverde*, *Dr. Scheller* y *Logocos*, ofreciendo aceites, cuidado facial, lociones corporales, aromas y deshidratantes.

### Perfumería y grandes almacenes:

Las cadenas de tiendas de belleza principales en Alemania son Müller y Douglas, ambas venden una amplia selección de cosméticos que generalmente son más masivos que exclusivos. Una de las marcas conocidas de cosmética natural en Douglas es *natureme* o *Douglas Naturals*, que vende productos para el cuidado facial y corporal, maquillaje y cuidado de cabello. Aun así también venden marcas de cosmética natural de *Weleda*, *Cattier*, *Annemarie Börlind* y *Santaverde* que son más comunes en las farmacias.

### Farmacias:

Como anteriormente explicado, marcas como *Dr. Hauschka*, *Weleda* y *Annemarie Börlind* representan las marcas fabricantes y productos cosméticos naturales más fuertes en el comercio de las farmacias.

Tiendas Discount como *Aldi* o *Lidl* venden sus propias marcas de cosmética natural: Una de ellas se llama LACURA que incluye esmaltes, maquillaje, cremas y pintalabios.

### Tiendas especializadas y minoristas:

Ejemplos de tiendas especializadas de cosmética natural son *ALIQUA*, *Belladonna Naturkosmetik*, *Calla* o *Tiaré*.

### Supermercados:

Ejemplos como *EDEKA* y *REWE* continúan su diversión en el sector de salud y belleza ofreciendo muchos productos de marca propia en precios bajos y descuentos. Sin embargo por el momento solo EDEKA está vendiendo productos de cosmética natural, ofreciendo la marca Alverde ya anteriormente mencionada en las droguerías.



## PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR SEGMENTO

CANAL DE DISTRIBUCIÓN	PARTICIPACIÓN EN MERCADO % 2013
DROGUERÍAS	38,6
TIENDAS DE PRODUCTOS BIOLÓGICOS	25,9
PERFUMERÍA/ GRANDES ALMACENES	12,4
FARMACIAS	12,1
DISCOUNT	5,6
TIENDA ESPECIALIZADA	5,3
ONLINE	4,9
TOTAL	100

### Comercio en línea:

Statista el volumen de mercado en cosmética y cuidado corporal en línea reporta un aumento destacado: En comparación al año 2008 el volumen de mercado en el año 2012, tanto de la cosmética como de los productos de cuidado corporal se ha triplicado, mientras el de las fragancias se ha multiplicado por nueve. Ejemplos de tiendas en línea con productos exclusivos de cosmética natural son por ejemplo *Belladonna, Ecco Verde y Najoba*.

*Fuente: Statista, 2015*

## Principales actores en la distribución

Dr.Hauschka y Weleda son las marcas fabricantes más fuertes en el comercio especializado y en las farmacias. En las perfumerías, dominan las marcas Dr. Hauschka y Annemarie Börlind. Los mayores productores como Weleda o Dr. Hauschka se abastecen en el extranjero, importando materia prima como manteca de cacao, aceite de jojoba o rosa mosqueta. El comercio en línea esta creciendo rápidamente y ofrece la oportunidad de ampliar la oferta de marcas. Las droguerías (dm, Müller, Rossmann) y tiendas-discount (Aldi) venden principalmente sus propias marcas.

## PRINCIPALES IMORTADORES DISTRIBUIDORES EN EL MERCADO

MARCAS	2012
DR. HAUSCHKA	30,4%
WELEDA	16,0%
LAVERA	15,9%
LOGONA	11,5%
SANTE	6,0%

*Fuente: bioVista, 2012*



## ■ Principales actividades y ferias especializadas para la cosmética natural

- **VIVANESS**, feria internacional de cosmética natural, Nürnberg <https://www.vivaness.de/>
- **on beauty**, feria y congreso de cosmética orgánica y natural, Frankfurt <http://www.on-beauty.com/>
- **Naturkosmetik Branchenkongress**, congreso de cosmética natural, Berlín <http://www.naturkosmetik-branchenkongress.de/naturkosmetik-branchenkongress/en/55.html>
- **Beauty Düsseldorf**, feria de cosmética, Düsseldorf <http://www.beauty.de/>
- **Beauty Forum**, feria de cosmética, Múnich <http://www.beauty-fairs.de/muenchen/home.html>

## ■ Normativas aplicables y requisitos importación. Links a fuentes

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). Mientras se cumpla con las normativas de ese reglamento, no hay ninguna restricción de comercio o arancel para los artículos de cosmética natural entre Chile y Alemania.

El término “cosmética natural” no está definido por ley. En general, se debe tratar de productos de materia prima natural, los que no llevan sustancias aromáticas de carácter orgánico-sintético, ni siliconas o parafinas y tampoco permiten experimentos con animales durante la producción del producto. En consecuencia, los sellos de calidad como el BDIH, COSMOS-Standard, NaTrue, Ecocert, Cosmebio, ICADA, ICEA, neuform-Qualität, Natural Cosmetics Standard y Ecocert, son importantes para defender la diferencia entre la cosmética natural y la cosmética natural controlada.

Ejemplo sello de BDIH: <http://www.ionc.info/index.php?id=64&L=3>

Todos los criterios y más información detallada: [http://www.kontrollierte-naturkosmetik.de/en/the\\_guidelines.htm](http://www.kontrollierte-naturkosmetik.de/en/the_guidelines.htm)

## ■ Conclusiones y recomendaciones

El nuevo desafío para la industria de la cosmética natural es la innovación de nuevos ingredientes. El uso de extractos naturales herbales ya no existe solamente en la cosmética natural sino también en la cosmética clásica. Los consumidores exigen sustentabilidad y autenticidad de los productos y las materias primas y siguen demandando nuevos ingredientes exóticos o nuevas técnicas de producción. Con innovación, marketing de productos y la creación de conceptos para grupos específicos la cosmética natural en Alemania tiene un gran potencial.

Para más información sobre la categoría de *cosmética natural* en Alemania o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con *Saskia Reppin* al e mail [sreppin@prochile.gob.cl](mailto:sreppin@prochile.gob.cl)