



ANEXO 5

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BEIJING

FICHA MERCADO PRODUCTO
(PRODUCTOS DE BELLEZA)

1. Nomenclatura arancelaria

- 3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incl. las preparaciones antisolares y las bronceadoras (exc. medicamentos); preparaciones para manicuras o pedicuras.
- 3305 Preparaciones capilares
- 3301 Aceites esenciales, desterpenados o no, incl. los "concretos" o "absolutos"; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias simil., obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

- 3304 hu fu pin (护肤品)
- 3305 hu fa pin (护发品)
- 3301 jing you (精油)

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

Aranceles

Unidad de medida	Unidad
Aranceles preferenciales	5%
Tasa de impuestos de exportación	0%
Tasa de impuesto al valor agregado	13-15%
Tasa de devolución de impuestos en productos de exportación	10-13%
Impuesto al consumo	15%

Requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones

Todas las importaciones de cosméticos (especiales y no especiales) deben ser autorizadas previamente por el Ministerio de Salud de China (autoridad competente):



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Autoridad Nacional de Supervisión de Alimentos y Medicamentos). El proceso incluye la preparación de muestras e información, entrega, preparación de la información, declaración y obtención de documentos.

Tiempos:

Productos ordinarios: todo el proceso de declaración dura aproximadamente cuatro meses.

Productos especiales: todo el proceso de declaración dura aproximadamente seis meses.

Aprobación del etiquetado en chino:

Este elemento se lleva a cabo en el despacho de Aduanas de importación y no es necesario registrarlo previamente.

Gastos:

Incluye honorarios de Inspección, declaraciones, etc., como se indica en el cuadro siguiente:

- Costo de un producto individual del proyecto 1550 USD/unidad
- Gastos generales de Inspección 740-1200 USD/unidad
- Especial 1100-4615 USD/unidad

Información necesaria:

- 1) Solicitud de autorización sanitaria para la importación de cosméticos
 - 2) Formulación del producto
 - 3) Métodos de ensayo de la eficacia de los ingredientes, la base de su utilización y los ingredientes de la eficacia (cosméticos para usos especiales).
 - 4) Proceso de producción y breve diagrama.
 - 5) Normas de calidad de los productos (normas empresariales).
 - 6) Informes de las inspecciones realizadas por las instituciones de cosméticos designadas por el Ministerio de Salud.
 - 7) Embalaje del producto (con etiquetas).
 - 8) Descripción del producto.
 - 9) La autoridad encargada debe presentar la solicitud de pedido correspondiente.
 - 10) Documentación que permita la producción y venta del producto en el país (región).
 - 11) Los productos procedentes de países o zonas en que se esté produciendo la "enfermedad de las vacas locas" deberán estar debidamente certificados oficiales de cuarentena.
 - 12) Otra información que pueda ser útil para la evaluación.
- También se adjuntan tres pequeños embalajes con muestras completas no selladas del producto.

Documentos necesarios para la importación de cosméticos

De conformidad con las normas de la Oficina de inspección y cuarentena de la entrada y salida de Beijing, cuando se importan cosméticos del extranjero, los servicios portuarios de inspección y cuarentena deben proporcionar:

- I) Declaración sobre la inspección de la carga en el país
- II) Contratos comerciales, listas de bultos, conocimientos de embarque y facturas de envío (fotocopias);
- III) Licencia sanitaria para la importación de cosméticos, expedida por la Autoridad Nacional de supervisión de productos alimenticios y farmacéuticos,

que presenta el original y una copia (la materia prima para la importación de cosméticos no está disponible);

- IV) Una lista detallada del nombre, las especificaciones, el peso y el origen de los cosméticos importados;
- V) Un certificado de examen de las etiquetas de los cosméticos importados y exportados;

Entre ellos, el permiso sanitario para la importación de cosméticos debe tramitarse por adelantado, ya que requiere de cuatro a seis meses.

4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)

Características del consumidor en China

- La mayoría son mujeres, un 53.7% son de la generación de los 80's y 90's, mientras que un 35.33% son de la generación de los 2000.
- Los principales consumidores se encuentran en las ciudades de primer nivel, como Beijing, Henan, Jiangsu, Guangdong, Shangdong y Zhejiang.
- Se aprecia la preferencia por productos que tiene buena eficiencia, nutrición, marca y precio.
- Los hombres también son un grupo de consumidores emergentes con mucho potencial.

Demanda:

- Los productos para el cuidado de la piel son uno de los segmentos de más rápido crecimiento en el mercado de cosméticos.
- Uno de los productos más demandados por los salones de alta categoría es el aceite esencial y la mayoría son importados.
- Otro de los segmentos de más rápido crecimiento son las cremas BB y CC, dada su alta popularidad. El mercado de cosméticos para los ojos también ha crecido en los últimos años.
- Con el objetivo de conservación de la juventud, los cosméticos antienvjecimiento serán cada vez más populares.
- Algunos cosméticos nutricionales naturales que contienen aloe vera, vitaminas, palta o que utilizan materiales naturales serán más populares en el futuro.

Tendencias

- Las marcas internacionales han crecido en participación en el mercado, de 25.3% en 2013 a 32% en el 2018.
- Los productos locales también ocupan un 56% de la cuota del mercado, pero su principal mercado está dirigido a las ciudades de segunda y tercera clase.
- Los productos para consumidores hombres han aumentado su volumen de venta.
- Los productos que tienen elementos medicinales o nutricionales tienen oportunidad de desarrollo en el mercado de China.
- Muchas cremas ahora están agregando nuevos ingredientes naturales, como crema de ojo con palta, de la marca Kiehl's o Decorte.
- El entusiasmo de los consumidores chinos por los productos de alto nivel para la piel ha aumentado directamente el volumen de negocios de las marcas. El aumento de los



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

niveles de consumo y el aumento de los sectores más ricos son la causa directa del aumento de las ventas de productos cosméticos de alto nivel.

Casos exitosos

Aceite de rosa de Chile, está muy popular en China porque algunos KOL están promocionando su calidad en diferentes plataformas, además ahora tiene un agente en la ciudad de Xiamen, en HK, Corea y en Japón tiene una tienda física. La fábrica ha conseguido certificación orgánica de Estado Unidos, Japón y Unión europea.



- 5. Estacionalidad de la producción local

Se produce durante todo el año.

- 6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

Ingreso de productos con origen Perú al mercado de China en el 2018

HS CODE	Principales puertos	Monto USD
3301	Shanghai	110,969
	Provincia de Guangdong	23,202
3304	Provincia de Henan	949
	Provincia de Guangdong	96
	Shanghai	27

Valor de las importaciones con origen Perú por tipo de producto



HS Code	Nombre del producto	Año 2018 USD	Año 2019 USD	Crecimiento %
3304	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	1127.54	0	--
3305	Champús	0	126	126%
3301	Aceite esencial	18,384	134,171	730%

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).

Canales de suministro

Tipos de canales:

- E-commerce, plataformas digitales en general, como JD.com, Taobao, Tmall, Red Book, Amazon, VIP.com, Sunning, Kaola, etc.
- Centros comerciales: Joy city, Wanda, Fangzaodi.
- Tiendas especializados, tales como Watson, Sephora, Sasa, etc
- Venta directa, Loreal, Shiseido
- Salón de belleza, Siyanli, Chlitina, Samunlisa
- Mayoristas

La mayor parte de las marcas que ingresan al mercado lo hacen a través de mayoristas o traders que se encargan de la distribución y la venta hacia el resto de los canales de venta.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

Estándares básicos:

1. Rentabilidad

El precio se considera como el factor principal al seleccionar proveedores y las empresas chinas siempre buscarán una mejor calidad con precios más bajos.

2. Conocimiento del publico

Debe ser un producto maduro, del cual el público ya tenga un conocimiento básico.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

Se ha detectado la venta de un producto cosmético en China que se promociona por estar elaborado a base del insumo peruano de aceite de jojoba, el cual se expende bajo la marca china AFU.

AFU es una marca china de cosméticos, conocida en la industria bajo el eslogan "AFU, es aceite refinado". Se vende principalmente en las ciudades de segunda línea del país, en

las que tiene más de 400 tiendas físicas. También se vende a través de canales en línea en las principales plataformas del país.

Uno de los productos de la marca AFU, se dice que contiene el valioso aceite de jojoba importado desde fincas en Perú, cuya producción anual es 1500 toneladas.



Por otro lado, también se han encontrado productos a base de otros insumos del Perú, tal como el sacha inchi. En algunas plataformas de venta en línea de China hay personas promocionando el aceite de sacha inchi, destacando su aroma suave y el uso que se le puede dar para todo el cuerpo y cabello. Además, de indicar que las personas que son alérgicas también pueden la pueden usar.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- Crear cuentas públicas en Wechat o Weibo, enviar muestras a algunos clientes potenciales.
- Promociones en plataforma TikTok u otros similares, dado que el consumidor local es altamente influenciado por las opiniones vertidas en redes sociales o en plataformas de comercio electrónico.
- Seleccionar productos de marcas reconocidas para promoverlos en el mercado local con marca propia o favoreciendo la internacionalización de las marcas.
- Ingresar a nuevos canales, como las plataformas de comercio electrónico y puntos de venta físicos.
- Desarrollar una estrategia de promoción multimarca. Una sola marca no puede abastecer las necesidades de los consumidores, por lo que se debe personalizar el consumo a través de diferentes marcas que puedan abastecer diferentes grupos.
- Participación en ferias internacionales en el mercado local.
- Se puede promocionar a través de plataformas digitales, en las que cada día se



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ





Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

presenta un número limitado de productos más vendidos y se ofrece un descuento considerable para la recompra de productos cosméticos.

- Se espera que los productos cosméticos sean promocionados bajo los estándares de: "100% garantía de calidad" y "30 días de reembolso incondicional", lo cual es lo mínimo aceptable para el mercado de China.
- Promover la internacionalización del diseño de empaque de los productos y la adaptación de este para el mercado de China.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
https://item.jd.com/2282991.html	Botella	26.00	China	03/04/2020	Aceite esencial de jojoba, ingrediente de Peru	
https://item.taobao.com/item.htm?spm=a230r.1.14.1.60dd11705aZA6U&id=605438821165&ns=1&abucket=8#detail	Botella	19.70	Chile	03/04/2020	Aceite esencial de rosa mosqueta	
https://item.taobao.com/item.htm?spm=a230r.1.14.68.60dd11705aZA6U&id=601707513527&ns=1&abucket=8#detail	Botella	28.70	Chile	03/04/2020	Crema facial nutritiva de rosa mosqueta	
https://item.taobao.com/item.htm?spm=a230r.1.14.16.5553328bQYXyRb&id=558471244758&ns=1&abucket=8#detail	Botella	21.00	Chile	03/04/2020	Crema facial de caracol	




PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

https://item.jd.com/24772910013.html# crumb-wrap	Botella	38.30	México	03/04/2020	Champú para hombre de la marca Sebastian	
--	---------	-------	--------	------------	---	---

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.