



Sektor kosmetyczny w Meksyku

11 marca 2021 r.

Spis treści:

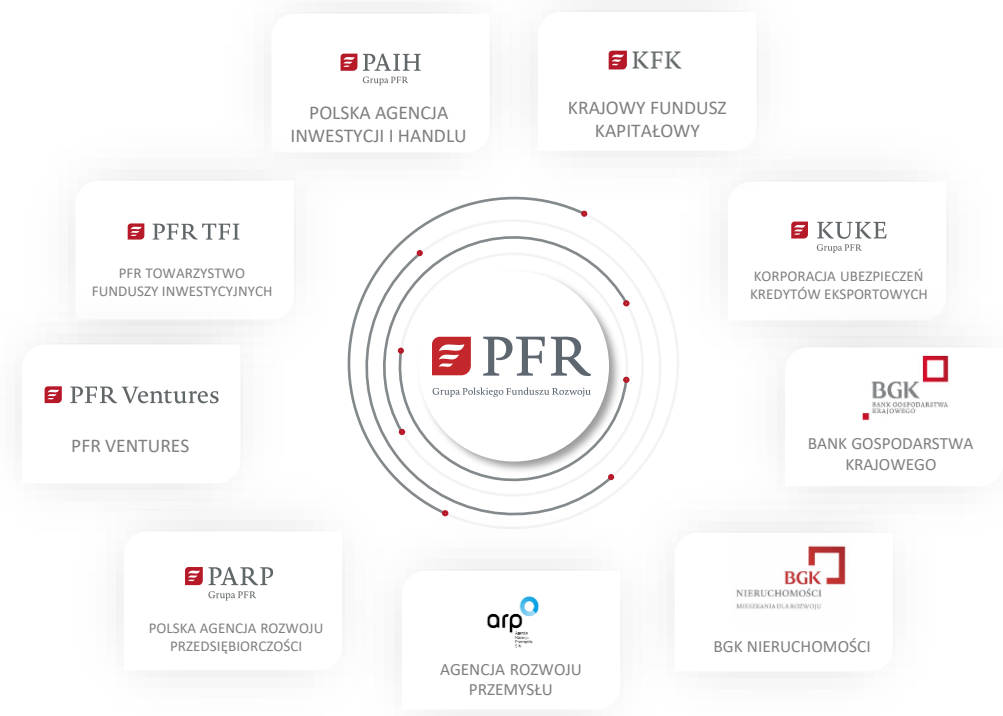
Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.....	3
Rozdział 2: Sektor kosmetyczny w Meksyku.....	5
Rozdział 3: Nowe tendencje rynkowe.....	8
Rozdział 4: Możliwości dla polskich firm.....	9
Rozdział 5: Wydarzenia branżowe i przydatne kontakty.....	10



Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu

Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH) jest instytucją doradczą wchodzącą w skład Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR), punktem pierwszego kontaktu dla eksporterów oraz inwestorów.

Komplementarna oferta grupy PFR



Misją PAIH jest zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju oraz zasięgu i dynamiki umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw. Działamy zarówno w Polsce, jak i poprzez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH).

Oferujemy szybki dostęp do kompleksowej informacji dotyczącej otoczenia gospodarczo-prawnego Państwa projektów biznesowych. Pomagamy również w pokonywaniu procedur administracyjnych dotyczących konkretnych przedsięwzięć, opracowaniu rozwiązań prawnych, znalezieniu odpowiedniej lokalizacji oraz wiarygodnych partnerów i dostawców.

Zapewniamy również dostęp do instrumentów finansowych, w tym ubezpieczeń oferowanych przez instytucje zrzeszone w Grupie Polskiego Funduszu Rozwoju.

Oferta Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu składa się z trzech kluczowych filarów:



Eksport

Wsparcie polskiego eksportu ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).



Inwestycje

Zwiększanie rodzimych inwestycji w Polsce oraz za granicą. Wsparcie inwestycji zagranicznych na terenie naszego kraju.

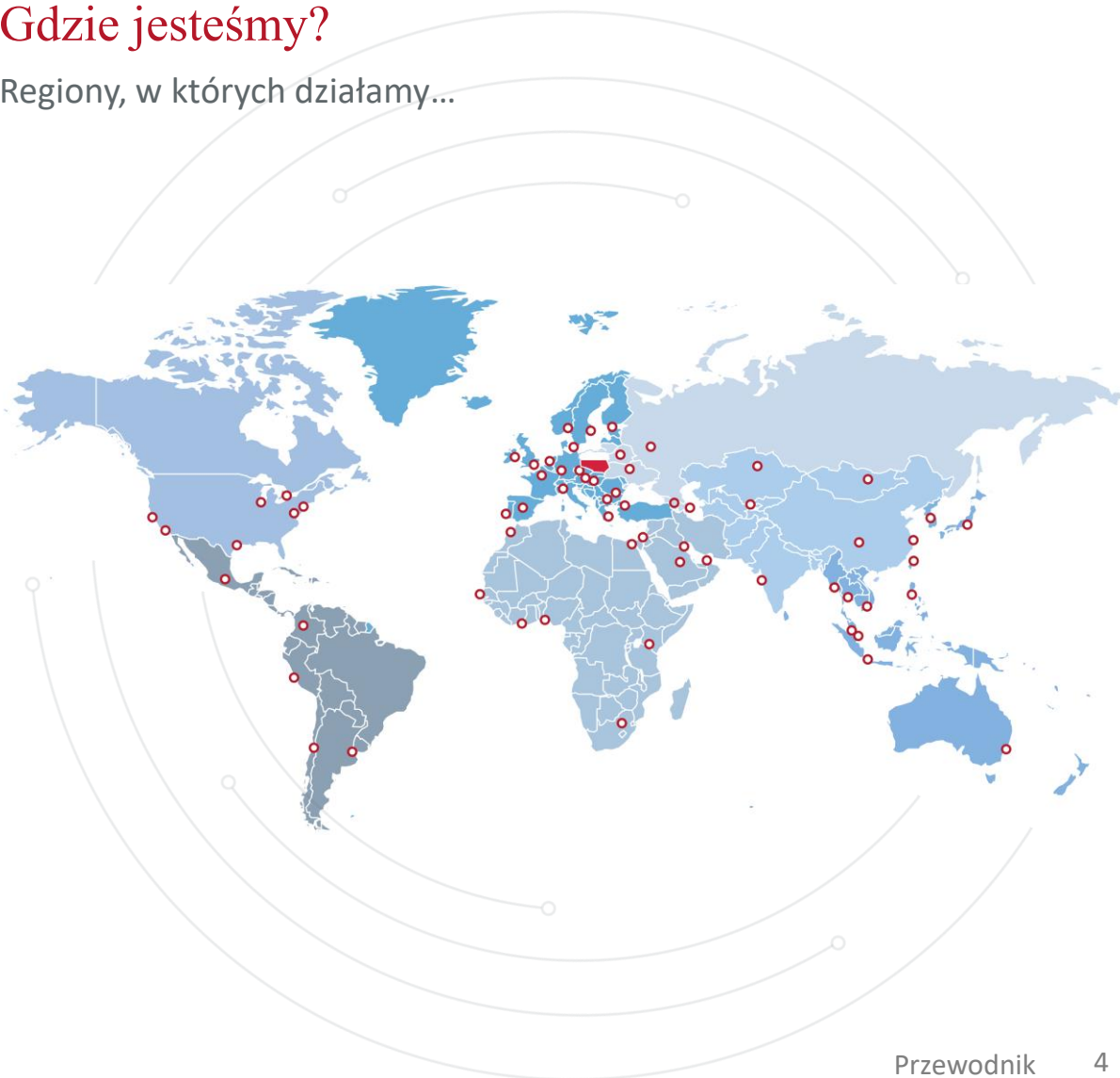


Partnerstwo

Współpraca z administracją publiczną oraz instytucjami otoczenia biznesu w realizacji wspólnych projektów.

Gdzie jesteśmy?

Regiony, w których działamy...



Rozdział 2: Sektor kosmetyczny w Meksyku

Meksyk to, po Brazylii, drugi największy kraj Ameryki Łacińskiej. Z blisko 130 milionami mieszkańców, PKB szacowanym na 1 040 bln USD (2020) oraz wzrostem gospodarczym w wysokości 2,3%, meksykańska gospodarka prężnie rozwijała się w ostatnich latach. Jest to drugi największy rynek kosmetyczny w Ameryce Łacińskiej, szacowany na 10 mld USD z 4% rocznym tempem wzrostu, zgodnie z danymi CANIPEC – Meksykańskiej Izby Przemysłu Kosmetycznego. W prognozach sprzed pandemii, szacowano 3,5% roczny wzrost tego sektora a w samym 2019 roku odnotował on aż 7% wzrost.

- Meksyk znajduje się pośród 10 najbardziej atrakcyjnych rynków w kontekście wzrostu wartości segmentu kosmetyków.
- Meksyk eksportuje kosmetyki do ponad 100 państw, z czego głównymi odbiorcami są USA i kraje Ameryki Łacińskiej.
- Konsumpcja produktów kosmetycznych w Meksyku odnotowuje stały wzrost przez ostatnich 15 lat.
- Największą sprzedaż odnotowuje się w kanale detalicznym – 39,1%.
- Największe ośrodki produkcyjne tego sektora ulokowane są w Mieście Meksyk oraz w stanach: Meksyk, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Nuevo León, Querétaro i Tamaulipas.
- 70% wszystkich kosmetyków jest kierowanych do kobiet.
- Przeciętnie Meksykanie wydają ok. 190 USD na kosmetyki rocznie. Z czego mniej niż 7% na kosmetyki luksusowe (2019).
- W 2020 roku kobiety wydawały średnio o 60% więcej na kosmetyki niż mężczyźni.



Źródło: Euromonitor, Nielsen, INEGI

Tabela 2.1 Rynek kosmetyków w Meksyku (mln USD)

	2017	2018	2019	2020*
Produkcja krajowa	6,9	7,1	7,15	7,1
Eksport	2,55	2,67	2,65	2,62
Import	2,76	2,87	3,0	2,94
Wielkość rynku	7,11	7,3	7,5	7,43

(*2020 – szacowane dane)

Rynek meksykański obfituje w marki amerykańskie, europejskie, południowoamerykańskie i od niedawna – w marki azjatyckie. Jest to rynek dojrzały, z możliwościami dla wybranych produktów, które są w stanie konkurować z produktami wytwarzanymi lokalnie. Istotnym czynnikiem jest cena, która w przypadku produktów importowanych, nie zawsze jest atrakcyjna dla konsumenta w Meksyku. Poszukiwane są produkty w przystępnych cenach, ponieważ to właśnie cena jest kluczowym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji o kupnie kosmetyków przez meksykańskich konsumentów. Coraz większą wagę przywiązuje się również do okoliczności w jakich wyprodukowane zostały produkty – najlepiej by wpisywały się w ideę zrównoważonego rozwoju.

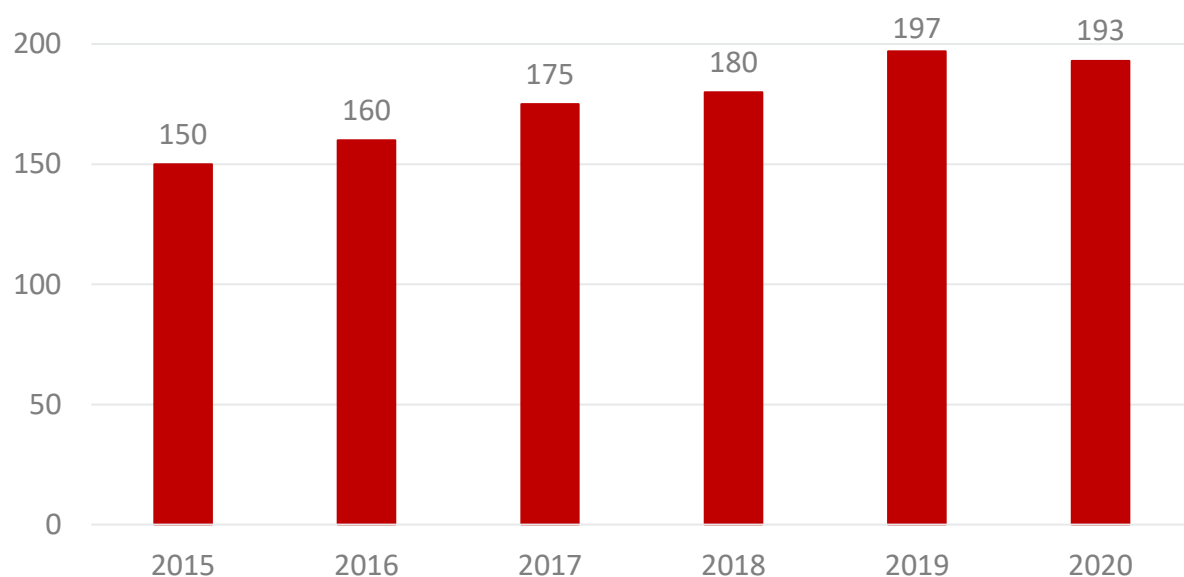
Główne kanały sprzedaży kosmetyków w Meksyku to:

74,2%	25,3%	0,5%
<ul style="list-style-type: none"> • Super- i hipermarkety • Domy towarowe 	<ul style="list-style-type: none"> • Sprzedaż katalogowa i bezpośrednia 	<ul style="list-style-type: none"> • Sprzedaż w punktach usługowych
<ul style="list-style-type: none"> • Sklepy tradycyjne • Apteki 	<ul style="list-style-type: none"> • E-Commerce 	<ul style="list-style-type: none"> • np. salony fryzjerskie, SPA

Źródło: Euromonitor, Nielsen, INEGI, CANIPEC, ANTAD

W dobie pandemii, niektóre źródła donoszą o nawet 24% wzroście sprzedaży kosmetyków w kanałach online.

Wykres 2.1 Wartość sprzedaży kosmetyków w Meksyku (mld MXN)



Źródło: CANIPEC, ANTAD, Euromonitor

Rozdział 3: Nowe tendencje rynkowe

Pomimo dotychczasowych wyników oraz tendencji wzrostowych, pandemia uderzyła również w sektor kosmetyków w Meksyku. Kosmetyki do makijażu odnotowały największy spadek sprzedaży w trakcie pandemii – ok. 12,9% w 2020, podczas gdy jeszcze w 2019 roku, segment ten notował 7% roczny wzrost. Szacuje się, że odzyskają poziom sprzedaży z 2019 w 2023 roku. Poniżej lista produktów i kategorii, których pozycja uległa zmianie w trakcie pandemii.



Kosmetyki odnotowujące spadek sprzedaży w trakcie pandemii:

- kosmetyki kolorowe (zwłaszcza podkład i szminka; notuje się natomiast zwiększone zainteresowanie kosmetykami do makijażu oczu, rzęs i brwi),
- perfumy,
- ochrona przeciwsłoneczna,
- produkty luksusowe,
- produkty do stylizacji włosów (lakiery do włosów) spadek o 35%.



Kategorie zwiększające sprzedaż w trakcie pandemii:

- Dezodoranty,
- pielęgnacja włosów (odżywki i płukanki do włosów, wzrost o 3,8%),
- farby do włosów + produkty do usuwania siwych włosów (+1%),
- mydła i żele pod prysznic (wzrost o 14,8% mydła i żele w płynie, 12,8% mydła w kostce),
- pielęgnacja skóry, zwłaszcza produkty nawilżające (0,4%),
- chusteczki do demakijażu (3%),
- produkty do ust (5%)

Rozdział 4: Możliwości dla polskich firm

Meksykański rynek kosmetyczny pozycjonuje się w pierwszej 10. najważniejszych rynków na świecie. Pomimo ograniczenia konsumpcji spowodowanego pandemią globalną, Meksyk pozostaje rynkiem dojrzałym i otwartym na nowe produkty. Lokalna oferta jest bardzo konkurencyjna i wciąż rośnie – wg danych CANIPEC, liczba meksykańskich marek kosmetyków potroiła się od 2013 roku. Dlatego istotnym punktem do rozważenia przy ekspansji do Meksyku, jest cena, która jest podstawowym czynnikiem wyboru dla konsumenta meksykańskiego. Poniżej kilka świeżych tendencji i wskazówek z branży kosmetycznej w Meksyku:



Duży udział składników naturalnych i/lub organicznych



Opakowania biodegradowalne, wpisujące się w ideę *sustainability*



Produkty przeznaczone dla mężczyzn



Produkty do pielęgnacji i wykonywania zabiegów pielęgnacyjnych w domowych warunkach



Produkty nietestowane na zwierzętach



Jakość w przystępnej i konkurencyjnej cenie



Rosnąca sprzedaż kosmetyków w kanałach online

Źródło: Nielsen, Euromonitor

Rozdział 5: Wydarzenia branżowe i przydatne kontakty

Z uwagi na meksykańską i latynoską kulturę biznesu, warto wziąć pod uwagę udział w targach branżowych. To najlepsza okazja do nawiązania wartościowych kontaktów w Meksyku. Szczegółnej uwadze polecamy poniższe targi, które odbywają się cyklicznie:

- **Expo Beauty Show**, największe targi Ameryki Łacińskiej, odbywają się pod koniec października w Mieście Meksyk.
<https://www.expobeautyshow.com/es-mx.html>
- **Expo Belleza Internacional de Occidente**, targi te odbywają się w czerwcu w Guadalajarze.
<http://ebio.mx/>
- **MUA MakeUp Artist Convention&TradeShow** to wydarzenie skupiające zwłaszcza profesjonalnych makijażystów, a więc świetna okazja do zaprezentowania kosmetyków kolorowych. Odbywa się w Mieście Meksyk w czerwcu.
<http://www.internationalmua.com/>



Przydatne kontakty branżowe:

- Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC) – Narodowa Izba Przemysłu Kosmetycznego
<http://canipec.org.mx/>
- Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS)
– Federalna Komisja ds. Ochrony przed Zagrożeniami Sanitarnymi
<https://www.gob.mx/cofepris>
- Sociedad de Químicos Cosmetólogos de México (SQCM) – Stowarzyszenie Chemików Kosmetycznych Meksyku
<http://www.sqcm.org.mx/>



ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

Serwis PAIH24: +48 22 334 99 55

Kontakt PAIH24: paih24@paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

